

<sup>10</sup> Гришанин Н.В., Луценко Ю.В. Роль системной работы с горожанами ... С. 419.

<sup>11</sup> См.: Носкова Е.П. Влияние спортивных мегасобытий на развитие спорта и здорового образа жизни в детско-юношеской среде // «Урок физической культуры в XXI веке»: материалы Всерос. науч.-практ. конф. 24—25 окт. 2014 г., г. Сургут. Сургут: РИО СурГПУ, 2014. С. 129.

<sup>12</sup> См.: Ермолаева П.О. Трансформация имиджа постсоветского города под влиянием спортивных мегасобытий: кейс Олимпийского Сочи // Электрон. вестн. 2014. № 2. С. 45. URL: <http://ftp.prav.tatar.ru/cpei/vestnik/2kv2014.pdf> (дата обращения: 18.05.2015).

<sup>13</sup> Влияние олимпийского движения на внешнеполитический имидж России. URL: <http://mgs.org.ru/2014/09> (дата обращения: 15.05.2015).

<sup>14</sup> См.: Шакирова Д.М., Носкова Е.П., Гимадеева Д.Р. Оценка интеллектуального потенциала одаренной молодежи в структуре молодежных обществ // Социология образования. 2014. № 11. С. 44.

Поступила 21.05.2015.

#### E. P. Noskova. Health and Healthy Lifestyle of the Population as a Factor of Regional Development

Public health is one of the important factors of regional competitiveness. One of the effective marketing tools, also aimed at formation of healthy lifestyle of the population, is the sports branding of a territory, which, in addition to direct promotion of a sporting event, should include consistent work with the population of the host territory.

A new round of development of the sports theme and sports branding was due to the international sporting events held in Russia (the so-called mega-events): the 2014 Olympic Winter Games (Sochi), the 2013 Summer Universiade (Kazan), etc. Big sporting events have an impact on the development of mass sports in the host region due to two main factors: the objective (development of sports infrastructure, construction of new sports facilities and reconstruction of old ones) and subjective (positive change in public attitudes towards sports and healthy lifestyle) ones.

Sports are closely associated with the youth. Our studies of healthy lifestyle of students in the Republic of Tatarstan demonstrate sufficiently high self-assessment of students regarding their own health and taking care about it.

However, analysis of the disease incidence showed that one of every three respondents suffered from at least one chronic disease and only a quarter of respondents had not suffered from cold or viral diseases during the previous year. Because of high importance of its image, healthy lifestyle of the population should become an important reference point in building a marketing strategy for a certain territory.

Ю. Ю. ЧИЛИПЕНОК

#### СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ГОСУДАРСТВОМ РАБОТОДАТЕЛЕЙ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ

**Ключевые слова:** социально-трудовые отношения, малый и средний бизнес, работодатель, работник, государство

**Key words:** social and labour relations, small and medium-size business, employer, employee, state

В статье на основе контент-анализа интервью с работодателями малого и среднего бизнеса рассмотрена проблема их взаимодействия с государством в сфере социально-трудовых отношений.

Basing on content analysis of interviews with small and medium-size business employers, the paper deals with the problem of their interaction with the state in the field of social and labour relations.

Социальные преобразования последних десятилетий существенным образом изменили многие параметры социальной реальности в России. Стремительные перемены в социальных отношениях российского общества не могли не затронуть и сферу труда. Изменился не только состав субъектов, но и сами основы, формы, способы и принципы социально-трудового взаимодействия, возникли новые модели социально-трудовых отношений. Однако сегодня многие субъекты этих отношений находятся в состоянии неопределенности и испытывают дискомфорт вследствие того, что нет четких правил взаимодействия с другими субъектами, велика роль неформальных отношений, не определены меры ответственности и границы «дозволенности», одни субъекты испытывают постоянное давление со стороны других,

ЧИЛИПЕНОК Юлия Юрьевна, доцент кафедры общего и стратегического менеджмента Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» в Нижнем Новгороде, кандидат социологических наук.

CHILIPENOK Yuliya Yurievna, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor at the Department of General and Strategic Management, National Research University Higher School of Economics (Nizhny Novgorod, Russian Federation).

© Чилипенок Ю. Ю., 2015

также подвергаясь в свою очередь давлению. Кроме того, современные субъекты социально-трудовых отношений испытывают постоянный недостаток разного рода ресурсов, что становится основной причиной возникновения взаимодействий с другими субъектами, а вот ожидания от этих взаимодействий часто не оправдываются. Одной из причин такой ситуации стали трансформации ценностных ориентиров участников взаимодействия.

Особенно ярко эти проблемы проявляются именно в сфере малого и среднего бизнеса, так как это самый молодой, самый гибкий, самый разнообразный и достаточно многочисленный сектор современной российской экономики. Согласно статистике, в России в 2013 г. насчитывалось 2 063,1 тыс. малых предприятий, что составляет 42,6 % от общей численности всех российских предприятий. При этом в их составе 88,5 % микропредприятий (численность составляет от 1 до 15 чел.)<sup>1</sup>. По численности работающих на малых предприятиях по 2013 г. статистика такова: всего на малых предприятиях было трудоустроено 16 % от всего на малых предприятиях 41,0 % состоят на микропредприятиях<sup>2</sup>. Таким образом, малый и средний бизнес сегодня является достаточно серьезным работодателем, который обязан взаимодействовать с государством, в том числе и по поводу своих работников. Однако сегодня работодатель в малом и среднем бизнесе и его взаимодействия, включая социально-трудовую сферу, изучены недостаточно.

Отношения с государством участников рынка В. В. Радаев рассматривает через «метафорические образы А. Шляйфера и его соавторов»<sup>3</sup>. Они предложили модели поведения государства на рынке, выступающего в качестве «невидимой руки», «помогающей руки» и «грабящей руки». В первом случае государство старается «незаметно» формировать общую рыночную среду. «Такого государства не следует опасаться, но от него не стоит и ожидать особой помощи». Во втором случае государство пытается стимулировать деятельность участников рынка и «способно протянуть им руку помощи». Когда государство принимает на себя роль «грабящей руки» — это наиболее сложная ситуация, связанная с активными коррупционными проявлениями. В. В. Радаев добавляет к этому перечню еще одну форму — «владеющей

рукой», когда «речь не идет о простом вымогательстве, а о стремлении чиновников поставить частный бизнес под свой личный или групповой контроль»<sup>4</sup>. Можно предположить, что последние два варианта наиболее близки российской действительности, что особенно наблюдалось в 1990-е гг., когда и происходило активное становление частного бизнеса в России.

Следуя за А. Хиршманом, В. В. Радаев выделяет и несколько ответных стратегий субъектов: « loyality» (покорное следование всем навязанным формальным и неформальным правилам), « голоса » (« публичное оспаривание сложившихся правил ») и « выхода » ( « уход от контроля, скрытое невыполнение формальных правил ») — и добавляет стратегию « договора », когда участники в ходе переговоров достигают определенных компромиссов<sup>5</sup>. Безусловно, все эти стратегии применимы и к субъектам социально-трудовых отношений. Рассматривая взаимные ожидания работодателей и государства, мы попытаемся определить основные стратегии поведения этих субъектов по отношению друг к другу.

В качестве объекта нашего анализа выступают транскрипты серии интервью, проведенных в рамках исследования, посвященного взаимодействию современных субъектов социально-трудовых отношений в малом и среднем бизнесе. Проанализированы транскрипты 68 интервью общим объемом 405 страниц (163 172 слов) с собственниками предприятий малого и среднего бизнеса, проведенные осенью 2014 г. в г. Нижнем Новгороде и Нижегородской области. Для осуществления контент-анализа была использована программа QDA Miner Lite v. 1.3.

Представим результаты, относящиеся непосредственно к интересующему нас взаимодействию «работодатель — государство». Проанализировано 10 категорий, имеющих отношение к теме. Респонденты по категориям распределились следующим образом:

- в категории «Форма собственности»: ИП = 38, ООО = 28, НОУ = 2;
- в категории «Количество работающих в организации»: 1—15 чел. = 52, 16—100 чел. = 8, 101—250 чел. = 8. Таким образом, всего представлено 60 малых предприятий, из них 52 — микропредприятия, что соответствует данным общероссийской статистики<sup>6</sup>;

— в категории «Сфера деятельности»: торговля = 25, услуги = 20, строительство = 9, информационные технологии = 6, производство = 4, сельское хозяйство = 2, научная и проектная деятельность = 2;

— в категории «Давность существования» большинство высказываний ( $n = 32$ ) отражают код «от 10 до 20 лет»; организаций старше 20 лет оказалось немного (код «старше 20 лет»,  $n = 7$ ), молодые организации (код «до 3 лет») представлены только в пятой части ( $n = 16$ ), примерно столько же существуют «от 3 до 10 лет» ( $n = 13$ );

— по территориальному охвату половина высказываний представляет код «только в своем городе и области» ( $n = 39$ ), примерно четверть — «по России» ( $n = 24$ ), «в странах бывшего СНГ» и «за рубежом» ( $n = 5$ ).

В ходе анализа наших транскриптов в категории «Из государственных органов контактируем с...» коды «Налоговая инспекция» и «Фонды пенсионного и социального страхования» оказались на первом месте. Это вовсе не удивительно, так как законом предусмотрена обязательная регистрация работодателя в этих органах. Для многих респондентов вообще все отношения с государством сводятся только к отношению с налоговой инспекцией, «других отношений нет». Позицию «Мы платим — государство контролирует» отметили большинство респондентов ( $n = 48$ ).

В попытке найти другие варианты отношений мы подробнее остановились на анализе категорий «Положительное влияние государства» и «Отрицательное влияние государства». Треть высказываний характеризуют взаимодействие с государством как отрицательное «оно нас не любит» ( $n = 23$ ). Значительно реже отмечается положительный характер взаимодействий ( $n = 8$ ). Примерно пятая часть едини во мнении «хорошо, что не трогает» ( $n = 19$ ). Еще столько же говорят о том, что «надо подстраиваться» ( $n = 16$ ) и «воспринимаем его как данность» ( $n = 14$ ).

Высказываний, отмечающих положительные моменты, немного: «способствует развитию бизнеса, помогает», «дает возможность участия в тендерах», «способствует конкуренции, развитию», «помогло бизнесу в кризис», «получили грант от государства», «дает субсидии», «в последнее время с государственными органами стало работать легче благодаря онлайн-услугам». Здесь следует отметить,

что работодатели неоднократно отмечают последний положительный момент ( $n = 14$ ). Иными словами, эти контакты (с налоговой и фондами) все больше становятся заочными, что в свою очередь свидетельствует о возрастании роли Интернета в реализации взаимодействия работодателей с государством.

Три центральных кода, характеризующих отрицательные отношения: «коррупция», «бюрократизм», «желание задавить малый бизнес» — объединили высказывания двух третей респондентов ( $n = 43$ ). Перечислены частые проверки, штрафы, высокие налоги, проблемы с таможней и вмешательство полиции. Есть и более эмоциональные ответы: «нет помощи, только вред», «может все отобрать», «бесполезно обращаться за защитой в государственные органы», «берет больше, чем дает», «вводит разные запреты», «зомбирует население», «проводит фиктивные тендера». Респонденты также отмечают, что «в государственных учреждениях не умеют работать» и на результат взаимодействия «очень влияют настроение и ошибки государственных служащих».

Таким образом, взаимодействие работодателей с государством имеет смысл рассматривать через такую категорию, как «проблемы малого и среднего бизнеса» (иногда между ними можно поставить знак равенства), так как показательно, что среди проблем современного бизнеса, выделенных работодателями, наибольшее количество касается именно взаимоотношений с государством. Мы объединили все обозначенные проблемы в несколько групп (таблица).

Соответственно распределились высказывания респондентов в категории «идеальные отношения с государством»: «хотелось бы видеть поддержку и помочь со стороны государства, лояльность» ( $n = 59$ ), «чтобы не мешало, лучше никаких отношений, нейтралитет, невмешательство во внутренние дела компании» ( $n = 33$ ), «снижение налогов» ( $n = 10$ ), «сокращение бюрократии и коррупции» ( $n = 9$ ), «должны быть партнерские отношения» ( $n = 4$ ), «нужно более логичное законодательство» ( $n = 4$ ), «необходима защита мелкого бизнеса от крупного» ( $n = 2$ ), «более быстрые согласования, субсидии, развитие электронных сервисов» ( $n = 2$ ), «больше социальной политики» ( $n = 1$ ).

**Проблемы малого и среднего бизнеса**

Таблица

Высказывание	Количество упоминаний
<i>Проблемы непосредственно с государством</i>	
Не поддерживает	14
Большие налоги	9
Постоянные изменения законов, нет унифицированных требований	7
Много обязанностей накладывает государство по отношению к работникам	6
Много внимания со стороны государства	2
Отсутствие видения путей развития у государства	1
<i>Проблемы, на решение которых государство могло бы оказывать влияние</i>	
Высокие проценты по кредитам	6
Засилье крупных корпораций	4
Конкуренция иностранных компаний	2
Диктат цен ритейлеров, монополистов	2
<i>Внешнеэкономические проблемы</i>	
Нестабильность, сложное экономическое положение	5
Курс евро, валютные риски	2
Инфляция	1
<i>Проблемы с работниками</i>	
Нехватка квалифицированного персонала	5
Текущесть кадров	3
Нежелание работников развиваться	2
Проблемы с привлечением молодежи	1
<i>Социокультурные проблемы</i>	
Русская лень, менталитет, отсутствие ответственности	3
Нет управляемых технологий, западные к нам плохо применимы	3
Необходимость учитывать специфику зарубежных партнеров	2
Отсутствие культуры предпринимательства	1
Нет стратегии и видения развития бизнеса у предпринимателей	1
Боязнь предпринимательства	1

Таким образом, несложно заметить, что предпринимателей волнует множество разнообразных проблем, связанных с взаимодействием с государством, и лишь незначительная часть их интереса находится в сфере социально-трудовых отношений.

Для более детального рассмотрения последнего вопроса мы проанализировали категорию «Ожидания от государства в сфере социально-трудовых отношений». Высказывания респондентов распределили по кодам, выявленным в ходе анализа транскриптов наших интервью: не будет «душить» налогами, тогда будет возможным всегда платить работникам «белую» зарплату ( $n = 13$ ); учтет при принятии законов

не только интересы работников, но и работодателей ( $n = 10$ ); будет находиться с работодателями в партнерских отношениях ( $n = 10$ ); будет принимать адекватные законы, связанные с социально-трудовыми отношениями, и будет обеспечивать их выполнение ( $n = 9$ ); будет гарантом стабильности, в том числе в сфере социально-трудовых отношений ( $n = 8$ ); будет вести активную и эффективную социальную политику ( $n = 7$ ); обеспечит полностью работников социальными гарантиями ( $n = 7$ ); поможет в случае ликвидации предприятия или сокращения штата ( $n = 3$ ); не будет применять санкции административного характера к работодателю в случае массового увольнения работников или задержки выплаты заработной платы ( $n = 2$ ); будет осуществлять эффективные мероприятия по легализации трудоустройства мигрантов ( $n = 2$ ); внесет изменения в Трудовой кодекс Российской Федерации, касающиеся малого и среднего бизнеса ( $n = 1$ ).

Представителями государства в социально-трудовых отношениях выступают службы занятости и миграционные службы. Мы задали респондентам несколько вопросов о взаимодействии с ними. Причины возникновения этих взаимодействий различны, но и в том и в другом случае они касаются работников и их найма работодателями. В первом случае речь идет о потенциальных работниках, во втором — об иностранных. Работодатель обязан информировать службу занятости и своих вакантных рабочих местах и предстоящих массовых увольнениях, с одной стороны, с другой стороны — он может обратиться в службу занятости в случае поиска работников. Миграционная служба — обязательная инстанция при приеме на работу иностранных граждан.

При анализе категории «отношения со службами занятости» большинство высказываний объединились под кодом «не обращаемся» ( $n = 36$ ). Четверть высказываний подтверждает опыт общения (постоянный или время от времени) ( $n = 17$ ). Мнения об эффективности этого взаимодействия расходятся: от «часто обращаемся и нам нравится», «нет никаких проблем» до «обращались, но нет смысла», «служба занятости у нас не работает». Есть также вариант «Нам не нужны люди, которые обращаются в службу занятости».

Анализ категории «отношения с миграционными службами» показал, что наибольшее количество высказываний оказались под кодом «никогда не обращались в миграционную службу» ( $n = 34$ ). Есть те, кто обращается постоянно, но их мало ( $n = 4$ ). Также мало и тех, кто делает это, но редко ( $n = 5$ ). Интересно, что в последнее время появилась и такая причина обращений, как «по поводу украинских беженцев» ( $n = 3$ ). Относительно эффективности взаимодействия также отмечены полярные высказывания: от «нет отдачи» до «исключительно положительные впечатления». Отмечено также, что несовершенство законодательства мешает эффективной совместной работе ( $n = 2$ ).

Выступать защитником интересов работодателей призваны их объединения. Одним из таких, имеющих наибольшее отношение к социально-трудовой сфере, является Ассоциация промышленников и предпринимателей (АПП). Согласно Трудовому кодексу Российской Федерации (ст. 33), объединения работодателей представляют интересы работодателей в социальном партнерстве<sup>7</sup>. В России вступление в подобную ассоциацию — это добровольное решение работодателя (в ряде стран работодатели обязаны быть членами подобных ассоциаций и объединений).

При анализе транскриптов интервью с собственниками малого и среднего бизнеса в категории «Отношения с АПП» мы не встретили ни одного высказывания, которое можно было отнести к коду «являемся членами АПП». Под кодом «ничего о ней не слышал и не знаю» оказалось 21 высказывание, код «что-то слышал» объединил 10 высказываний. Только два респондента отметили, что пытаются взаимодействовать с АПП по некоторым вопросам. Причины, по которым организации малого и среднего бизнеса не являются членами АПП, банальны: «наш бизнес слишком мелкий для такого членства», «не вижу необходимости», «нет доверия к подобным организациям». Дальнейший анализ показал наличие у ряда работодателей потенциального желания вступить в эту организацию и представлений о возможных выгодах от членства в ней: «хотели бы стать членами АПП», «хотели бы, но ничего о них не знаем», «хотели бы, но позже», «там можно приобрести нужные связи», «думаю, это полезно».

Таким образом, единственная функция, которую отмечают работодатели малого и среднего бизнеса со стороны государства, — функция контроля. О каком-либо содействии, в том числе в сфере социально-трудовых отношений, речь практически не идет. Идеальные отношения с государством видятся работодателям в форме поддержки. Но согласны они и на невмешательство. Проблемы малого и среднего бизнеса разнообразны (от внешнеэкономических до социокультурных), однако лишь небольшая их часть находится в плоскости социально-трудовых отношений. Одна из основных претензий к государству со стороны работодателей в этой сфере состоит в том, что государство старается в том или ином виде переложить на работодателя вопросы, связанные с социальной защищенностью работника. Направления взаимодействия «работодатель — службы занятости» и «работодатель — миграционные службы» не являются существенно значимыми в общей схеме социально-трудовых взаимодействий в малом и среднем бизнесе. Те немногочисленные контакты, которые осуществляются в этих направлениях, нельзя однозначно определить как положительные или отрицательные. Взаимодействие «работодатель — АПП» отсутствует в малом и среднем бизнесе, так как членами АПП являются только крупные работодатели. У работодателей малого и среднего бизнеса прослеживается желание вступить в АПП, однако они мало проинформированы о ней самой, ее деятельности и правилах вступления. Можно предположить и усиливающуюся роль нового посредника во взаимодействии «работодатель — государство» — Интернета.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> См.: Российский статистический ежегодник — 2014: стат. сб. / Росстат. М., 2014. С. 311.

<sup>2</sup> Там же. С. 318.

<sup>3</sup> См.: Радаев В.В. Экономическая социология. М.: Издат. дом ГУ ВШЭ, 2008. С. 168.

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Там же. С. 170.

<sup>6</sup> См.: Российский статистический ежегодник — 2014.

<sup>7</sup> См.: Трудовой кодекс Российской Федерации // Справ.-прав. система «КонсультантПлюс».