

Орлова Л.В.

канд. социологических наук, доцент,
проректор по учебной работе
МОУ ВПО Самарский муниципальный институт управления
smim@smim.ru

сообщества предпринимателей и региональные стратегии

об оценке значимости
общественных организаций предпринимателей
в вопросах сохранения бизнеса¹

_____ Аннотация

В статье речь пойдет о значимости региональной общественной организации предпринимателей для решения задач сохранения и развития бизнеса.

Ключевые слова: общественные организации, бизнес-ассоциации, бизнес-сообщества, малый и средний бизнес

Изменения, прошедшие в России в 2004-2008 гг., существенно повлияли на региональную деловую среду. В конце 2008 – начале 2009 гг. на изменение регионального делового климата оказали влияние последствия мирового кризиса. На региональном уровне новые условия требуют от предпринимателей новых форм социального (делового) поведения, – таких, которые обеспечивали бы сохранение бизнеса. Проблема, осмысление которой сейчас особенно актуально,

состоит в выявлении региональных ресурсов для адаптации класса предпринимателей к новым условиям. В числе ресурсов такой адаптации необходимо особенно выделить возможности региональных предпринимательских сообществ и их общественных организаций, которые могут встраиваться в устойчивые институциональные формы взаимодействия с региональными властями.

Отношение предпринимателей к предпринимательским сообществам

Качественный и количественный анализ отношения предпринимателей к значению обществен-

¹ Материал подготовлен в рамках проекта, поддержанного РГНФ, № 08-03-00621а, № 09-03-00616а.

ных организаций был проведён в ходе глубинных интервью с предпринимателями Нижегородской, Самарской, Саратовской областей, а также Марийской и Мордовской республик. Интервьюирование проводилось на основе формализованного опросного листа с закрытыми и открытыми вопросами. Опрос проводился в сентябре-декабре 2008 и феврале-марте 2009 г., всего было опрошено 80 человек, из которых 56% – владельцы бизнеса с численностью наёмных рабочих до 50 чел., 13% – владельцы бизнеса с численностью наёмных работников от 50 до 100 чел., остальные – топ-менеджеры и представители руководства частных предприятий. Данные свидетельствуют, что о деятельности своих региональных объединений предпринима-

телей знают 61,3% респондентов и только 8,8% не знают об этом. Достаточно выраженное большинство проявилось по вопросу о том, нужна ли общественная организация предпринимателей: 61,3% респондентов уверенно считают, что такая общественная организация нужна, 8,8% не видят в ней необходимости, и 20% затруднились с ответом.

Анализ данных (см. табл. ниже) позволяет сделать вывод о том, что структура регионального делового пространства малого и среднего бизнеса заметно смещена из сферы публичных деловых отношений в сферу частных деловых связей. Высокую и среднюю значимость отношений «бизнес – помощь друзей» отметили 58,8% респондентов, высокую или среднюю значимость отношений «бизнес –

Таблица

Распределение оценок значимости региональных деловых отношений для сохранения и ведения бизнеса

Вид деловых отношений	Распределение оценок (% от числа опрошенных)			
	Низкое значение	Среднее значение	Высокое значение	Нет ответа
Бизнес – муниципальные власти	7,5	22,5	43,8	26,3
Бизнес – региональные власти	11,3	17,5	48,8	22,5
Бизнес – услуги банков	4,5	10,0	60,0	22,5
Бизнес – судебные инстанции	12,5	16,3	42,5	28,8
Бизнес – услуги связи	5,0	22,5	51,3	21,3
Бизнес – помощь общественного объединения	18,8	15,0	30,0	36,3
Бизнес – услуги за взятку	25,0	11,3	21,3	42,5
Бизнес – услуги по «обналичке»	20,0	15,0	25,0	40,0
Бизнес – помощь друзей	5,0	20,0	38,8	36,3
Бизнес – помощь родственников	18,8	8,8	28,8	43,8
Бизнес – помощь криминала	23,8	6,3	11,3	58,8

услуги по «обналичке» (теневые финансовые операции)» отметили 40% респондентов, отношений «бизнес – услуги за взятку» 32,6% респондентов. Даже услуги криминала в качестве значимого для сохранения бизнеса отношения оценивают 17,6% респондентов.

«Точки»

КОНСОЛИДАЦИИ

Данные интервью показывают, что в сообществе предпринимателей существует достаточно широкий разброс мнений по вопросам, связанным со значением общественных организаций для решения задач сохранения бизнеса. Так респондентам было предложено оценить, какое значение для сохранения их бизнеса имеют отношения с различными социальными акторами в регионе, в том числе отношения «бизнес – региональное объединение предпринимателей». Оценки разбиты на три категории: «высокое значение», «среднее значение» и «низкое значение». Из полученных данных только 45% респондентов оценивают отношения «бизнес – региональное объединение предпринимателей» как имеющее «высокое» или «среднее» значение. При этом аналогичные оценки отношению «бизнес – муниципальные власти» и «бизнес – региональные власти» даёт 66,3% респондентов.

Неустойчивость, неопределённость отношения предпринимателей к значению своих региональных объединений подчёркивает то, что основными «точками» консолидации оценок являются позиция «высокое значение», – то есть уверенная позитивная оценка (30%),

и позиция «низкое значение» – то есть крайне скептическая оценка (18,8%).

Заметная часть деловых отношений, необходимых для сохранения и ведения бизнеса, строится на неформальных, непрозрачных персонально-личностных договорённостях и поддерживают теневые финансовые схемы и коррупционные сделки. По данным глубинного интервью более чем для третьей части респондентом эти отношения обладают высокой или средней значимостью, что следует понимать таким образом, что более трети предпринимателей намерены решать проблемы бизнеса с помощью этих отношений.

Три группы в составе регионального предпринимательского сообщества

Анализ полученных данных позволяет заключить, что в среде регионального малого и среднего бизнеса отсутствует выраженная консолидация оценок значимости общественной организации предпринимателей для решения вопросов сохранения и развития бизнеса. В составе регионального предпринимательского сообщества существует три группы.

Первая группа – это те, кто высоко оценивает роль помощи общественной организации в вопросах сохранения бизнеса предпринимателей и одновременно отмечают высокую удовлетворённость деятельностью своих региональных объединений предпринимателей. Вероятно, эта группа в среднем составляет около 13-15% пред-

принимателей, её представители считают участие в деятельности регионального бизнес-сообщества неотъемлемым признаком профессионализма современного бизнесмена.

Вторая группа – это те, кто низко оценивает роль помощи общественной организации в вопросах сохранения бизнеса предпринимателей и одновременно отмечает низкую удовлетворённость деятельностью региональных объединений предпринимателей в своих регионах. Для регионов Приволжского федерального округа, предположительно, эта группа составляет около трети предпринимателей, а её ядро образуют около 8-10% предпринимателей. Представители этой группы не считают участие в деятельности общественной организации признаком профессионализма в бизнесе.

Третья группа – это те, кто даёт средние оценки значимости и удовлетворённости деятельностью региональных бизнес-ассоциаций и не уверены в важности

...стратегия,
опирающаяся
на развитие публичной
деловой инфраструктуры
региона, предполагает
повышение прозрачности,
технологичности,
профессионализма

участия в их деятельности для профессионализации предпринимательской деятельности. Это аморфная группа, которая в зависимости от вектора изменений регионального делового климата будет частично перетекать либо в группу «активистов-общественников» либо в группу «скептиков-индивидуалистов».

«АКТИВИСТЫ- ОБЩЕСТВЕННИКИ» И «СКЕПТИКИ- ИНДИВИДУАЛИСТЫ»

Группа «активистов-общественников» при решении проблем своего бизнеса в большей мере ориентируется на использование ресурсов публичных отношений и, следовательно, заинтересована в повышении уровня социального доверия в этой сфере своих деловых отношений в регионе. Группа «скептиков-индивидуалистов» при решении проблем своего бизнеса в большей мере ориентируется на ресурсы своих частных отношений, а потому не является источником заинтересованности в развитии публичной деловой региональной инфраструктуры и не нуждается в повышении уровня социального доверия в публичной сфере деловых отношений (1).

Эти группы отражают две альтернативные региональные стратегии обеспечения выживания предпринимателей малой и среднего бизнеса. Одна – стратегия, опирающаяся на развитие публичной деловой инфраструктуры региона, предполагает повышение прозрачности, технологичности, профессионализма, а также конкурентоспособности своего бизнеса.

К этой стратегии тяготеет группа «активистов-общественников». Вторая – стратегия, опирающаяся на ресурсы частных связей в деловых отношениях, сторонится прозрачности и технологичности, не особенно нуждается в профессионализме. К этой стратегии тяготеет группа «скептиков-индивидуалистов».

Необходимым условием развития группы «активистов-общественников» является формирование такого регионального делового климата, при котором публичные деловые отношения будут становиться продуктивнее частных деловых связей.

Литература

1. Дахин А.В. Малый и средний бизнес: Диагностика регионального делового пространства и потенциала коллективного представительства // Сборник тру-

...стратегия,
опирающаяся
на ресурсы частных
связей в деловых
отношениях, сторонится
прозрачности
и технологичности,
не особенно нуждается в
профессионализме

дов конференции Сообщества профессиональных социологов «Социология в кризисном пространстве страны и мира». – Москва, Декабрь 2009 г. – С. 79-89.

рп

Orlova L.V.

*Cand. of Social Sci., Associate professor, Pro-rector for Studies,
MEI VPT Samara Municipal Institute of Management*

Assessing Importance of Public Organizations of Entrepreneurs in the Matters of Business Conservation

Abstract

The article discusses the importance of regional public organization of entrepreneurs to meet the challenges of business conservation and development.

Keywords: public organizations, business associations, business communities, small and medium business