

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ: ОТНОШЕНИЕ И
ОЦЕНКИ

Автор: Л. В. ОРЛОВА

ОРЛОВА Людмила Викторовна - кандидат социологических наук, проректор по учебной работе Самарского муниципального института управления (E-mail: smim@smim.ru).

Ключевые слова: предпринимательство * региональные общественные организации предпринимателей * адаптация

Сегодня становится актуальным выявление региональных ресурсов для адаптации предпринимателей к новым условиям. Среди таких ресурсов выделяются возможности региональных предпринимательских сообществ и их общественных организаций,

Материал подготовлен в рамках проекта, поддержанного РГНФ (N 08 - 03 - 00621а, 09 - 03 - 00616а).

которые могут встраиваться в устойчивые институциональные формы взаимодействия с региональными властями. Различные формы коллективной самоорганизации могут быть свойственны региональным сообществам предпринимателей: неформальные и формальные, временные и постоянно действующие, нелегальные и легальные. В представляемом исследовании основной упор сделан на анализе роли региональной общественной организации предпринимателей. Отношения бизнесменов в рамках деятельности регионального общественного объединения одновременно рассматриваются как элемент более широкого круга деловых контактов. Оценка значимости этих отношений анализировалась в ходе интервью с предпринимателями Нижегородской, Самарской, Саратовской областей, а также Марийской и Мордовской республик. Интервьюирование проводилось методом заполнения формализованного опросного листа с закрытыми и открытыми вопросами, в сентябре-декабре 2008 и феврале-марте 2009 гг. В выборке - 80 человек, из которых немногим более половины - владельцы бизнеса с численностью наёмных рабочих до 50 чел., каждый десятый - владелец бизнеса с численностью наёмных работников от 50 до 100 чел., остальные - топ-менеджеры и представители руководства частных предприятий.

Согласно полученным данным, о деятельности своих региональных объединений предпринимателей знают более половины респондентов, примерно десятая часть не знает об этом. Опираясь в своём деловом поведении на утверждённые сообществом предпринимателей нормы делового поведения определённо готовы только около трети опрошенных. Отношение к финансовому участию в деятельности общественной организации предпринимателей неоднозначно: лишь третья часть согласна с необходимостью этого. То же касается вопроса о сознательной самореализации предпринимателей через проекты соответствующих общественных объединений и нацеленности на выполнение социальных функций в регионе.

Судя по полученным ответам на вопрос: "Если вам необходимо установить новые деловые отношения или получить новые услуги для вашего предприятия, какие действия вы предпринимаете?", лишь каждый пятый респондент часто обращается к организациям, входящим в его бизнес-ассоциацию. Примерно столько же идут по этому пути редко, чаще обращаясь к альтернативным источникам помощи, а около четверти опрошенных оценили свою частоту обращения к бизнес-ассоциации как "среднюю". Значительная часть участников опроса (около половины) никогда не пользуется этим источником. Структура оценок по этому вопросу свидетельствует об отсутствии консолидированной позиции. В поле мнений можно наметить две линии консолидации с примерно равными долями сторонников: отрицание практики ассоциирования и использование этого пути в той или иной степени.

Интервью показывают, что в сообществе предпринимателей существует достаточно широкий разброс мнений о значении общественных организаций для решения задач сохранения бизнеса. Было предложено оценить значение в этом плане отношений с различными социальными акторами в регионе (в т.ч. отношения "бизнес - региональное объединение предпринимателей"). Предлагалось три уровня этих оценок: высокое, среднее и низкое значение. Выяснилось, что только около половины опрошенных оценивают отношения "бизнес - региональное объединение предпринимателей" в высокой и средней степени. При этом отношения "бизнес - муниципальные власти" и "бизнес - региональные власти" оцениваются выше - аналогичные оценки даёт около двух третей респондентов.

Общественные организации бизнеса - элемент *публичной* деловой инфраструктуры региона, с которой в нынешней ситуации активно конкурируют *приватные* деловые связи предпринимателей (отношения "бизнес - услуги за взятку", "бизнес - услуги по "обналичке"", "бизнес - помощь друзей", "бизнес - помощь родственников", "бизнес - помощь криминала"). Исследование показало, что отношениям "бизнес -помощь общественного объединения предпринимателей" значительную конкуренцию составляют такие отношения, как "бизнес - помощь друзей" (более половины опрошенных), "бизнес - помощь родственников" (более трети). В то же время в

сфере публичных деловых отношений могут формироваться институциональные прозрачные технологичные формы делового поведения и деловой организации. Отношения "бизнес - помощь общественного объединения предпринимателей" высоко оценили лишь около трети респондентов, почти каждый пятый дал низкую оценку. Значимость членства в общественной организации для социального статуса оценивается предпринимателями по-разному: важным его считают чаще представители среднего бизнеса: высокую отметку поставили около трети средних и одной пятой малых предпринимателей, низкую - лишь десятая часть первых и около половины последних.

Анализ полученных данных позволяет заключить, что в региональном предпринимательском сообществе существует три группы. В *первой* высоко оценивают роль помощи общественной организации в вопросах сохранения бизнеса предпринимателей и удовлетворённость деятельностью своих региональных объединений предпринимателей (согласно данным опроса, ее составляют более десятой части опрошенных предпринимателей). Представители группы считают участие в деятельности регионального бизнес-сообщества неотъемлемым признаком профессионализма современного предпринимателя. *Вторая* группа - те, кто низко оценивает роль помощи общественной организации в вопросах сохранения бизнеса и одновременно отмечает низкую удовлетворённость деятельностью региональных объединений предпринимателей (предположительно, эта группа составляет около трети предпринимателей, а её ядро образуют около десятой их части). Представители этой группы не считают участие в деятельности общественной организации признаком профессионализма в бизнесе. *Третью* группу составили те, кто даёт средние оценки значимости и удовлетворённости деятельностью региональных бизнес-ассоциаций и не уверен в важности участия в их деятельности для профессионализации предпринимательской деятельности. Вероятно, в зависимости от вектора изменений регионального делового климата эти люди могут "перетекать" либо в группу "активистов-общественников", либо в группу "скептиков-индивидуалистов".