

МОДЕРНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ БИЗНЕС-СООБЩЕСТВА ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ

О. А. Сиденко

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 21 ноября 2012 г.

Аннотация: в статье рассматриваются особенности восприятия представителями деловых кругов региона процесса модернизации, инновационной деятельности как основы существования экономики знаний, а также потенциал институционального предпринимательства в бизнес-среде Воронежской области.

Ключевые слова: модернизация, инновации, экономика знаний, институциональное предпринимательство.

Abstract: in this article the author considers characteristics of perception of modernization by businesspersons, innovations as the basis for further existence of economy of knowledge, potential of institutional entrepreneurship.

Key words: modernization, innovations, economy of knowledge, institutional entrepreneurship.

На этапе разработки программы исследования «Модернизационный потенциал Воронежской области» в соответствии с концепцией Р. Инглхарта и К. Вельцеля [1] была выдвинута гипотеза о зависимости модернизационного потенциала в его социокультурном измерении от комплекса экономических и социальных факторов. Соответственно были выделены шесть потенциально инновационных социальных групп, в которых предположительно формируется специфический комплекс ценностей, установок и ориентаций, обозначенный Н. И. Лапиным как «инициативный гуманизм» [2]. Одна из таких социальных групп – бизнес-сообщество Воронежской области. В выборку попали 30 представителей малого и среднего бизнеса, а также ведущие специалисты относительно крупных предприятий. Анализ полученной первичной информации позволил сделать ряд обобщений и в целом подтвердить первоначальные гипотезы*.

Необходимо отметить, что абсолютно все опрошенные в группе «бизнес» заявили о том, что им знакомо понятие «модернизация». Их представления сложились, прежде всего, под воздействием СМК (телевидение, Интернет, газеты и радио), общения с

коллегами, личного опыта, научной и научно-популярной литературы. Большая часть респондентов, трактуя модернизацию, сделали акцент на ее технико-технологической составляющей: «переход на новый технический уровень», «обновление, способствующее повышению эффективности» «обновление технического парка, технологий, что-то новое в управлении персоналом».

Меньшая, но все-таки заметная доля опрошенных продемонстрировала более комплексное понимание процесса: «изменение качества жизни, управления, производства в сторону развития, усложнения», «развитие технологий, наукоемких производств, инфраструктуры науки, борьба с коррупцией, правовая модернизация, независимый суд»; «какое-то обновление позиций, стратегий государства, развитие и внедрение чего-то нового, креативного, различных инноваций». Обычно, если респондент склонялся к одному из вариантов более широкой трактовки понятия, то сосредотачивал внимание не столько на публичной политике, сколько на управлении, в частности, указывалось, что одну из главных проблем экономической модернизации – недостаток финансов – не решить без «модернизации управления, в том числе государственного». Сама же сфера политики нередко представляла либо как не вызывающая интереса, либо как «карикатурная». Показательно отношение к институтам-посредникам (партии, СМИ, общественные организации): по сравнению с органами государственной власти об их деятельности респонденты гораздо в меньшей степени информированы, при этом чаще либо ими не удовлетворены, либо считают их роль незначительной – «есть правительство, есть

* Полевые работы осуществлялись в период август–сентябрь 2012 г. в рамках исследования, проведенного сотрудниками кафедры социологии и политологии ВГУ при поддержке РГНФ, грант 11-13-36001 а/ц, Модернизационный потенциал Воронежской области: опыт исследования и условия реализации. Первичная информация собиралась методом глубинного интервью, выборка составила 100 представителей потенциально инновационных социальных групп.

© Сиденко О. А., 2013

Госдума, они пусть решают, а результат куда важнее и мне без разницы, какая партия в этом виновата» или «я очень долго следил за этим до недавнего времени: до выборов в Государственную Думу, а потом понял, что это бессмысленно, так как во власти всё те же люди, что и 10–15 лет назад».

Заслуживает внимания позиция группы респондентов, как правило, людей с высшим образованием и даже научной степенью, чей бизнес можно отнести к разряду среднего или его специфика связана с удовлетворением потребностей состоятельных групп населения: модернизация ими понимается скорее в культурологическом ключе: «совершенствование жизни, модернизация сознания людей»; «гармоничное развитие общества с уклоном на культурологическом аспекте».

При этом *приоритетные сферы* выделяются респондентами не только в логике общей трактовки – «нельзя начать с социальной сферы, не имея денег на реформы, для того чтобы заработала экономика, «нужно бесконечные распилы бюджета прекратить», «без изменения сознания трата денег бессмысленна» – но и под воздействием впечатления от наиболее проблемных областей, к каковым бесспорно относится социальная сфера. «Нужно модернизировать социальную сферу, создавать условия для достойной жизни человека»; «я вот не пользуюсь бесплатной медициной, транспортом общественным, но то, что я слышу от знакомых, это кошмар...». Показательно, что необходимость модернизации в социальной сфере так или иначе отметили подавляющее большинство опрошенных.

В качестве *инициаторов преобразований*, по мнению представителей воронежского бизнеса, должны выступать: органы государственной власти и местного самоуправления (при этом их заинтересованность в проведении преобразований оценивается большинством респондентов как «отчасти»); относительно способности осуществлять таковые мнения разделились: одни респонденты полагают, что вполне могут, была бы политическая воля, другие, что не могут, так как «*инициативные люди во власть не идут*» и деятельность направлена на процесс, а не на результат; «они закостенели»); предприниматели и само население. Оценки роли населения во многом зависят от общей трактовки процесса. Респонденты, понимающие ее в технико-технологическом ключе, особых препятствий на пути проявления простыми гражданами инициативы не видят. Сторонники более широкого подхода отмечают ограниченность возможностей простых людей в плане влияния на изменение ситуации, хотя и подчеркивают, что «граждане должны быть готовы к ответственности». Справедливо было отмечено, что проявлению грамотной инициативы способствуют «возможности и компетентность»,

последнее не всегда имеет место, особенно на уровне управленческих структур, в том числе отраслевых.

Относительно *заинтересованности* в процессе модернизации различных социальных групп большая часть опрошенных указали, что таковыми являются практически все, но далеко не все это осознают. Среди наиболее заинтересованных – инновационный бизнес, молодежь, интеллектуалы, часть патристически настроенных и осознающих угрозы управленцев. В качестве исключения были отмечены: люди старших возрастов, не желающие приспособляться к изменениям, полиция и силовики, чиновники и бизнес, участвующие в «распиле бюджета».

Необходимость модернизации признается безоговорочно: «по всем отраслям безнадежно отстаем»; «модернизация нужна, всем будет проще и легче жить: инфраструктура, образование, медицина»; «это повысит престиж страны, ее инвестиционную привлекательность, для населения тоже будет всё это хорошо, рабочие места, например». Один из респондентов указал, что «необходимо не модернизировать, а организовать всё практически с нуля для того, чтобы быть хоть в какой-то мере конкурентоспособными». Данное мнение выражает довольно распространенную точку зрения о том, что России необходима не столько модернизация, сколько реиндустриализация. Позиция далеко не бесспорная. В научной литературе практически общим местом стало утверждение о возможности стран «буквально впрыгнуть в экономику знаний, минуя стадию традиционной индустриализации» [3, с. 41]. Однако нельзя не признать, что проблемы с серийным производством в конечном итоге приводят к тому, что инновационные фирмы работают по принципу аутсорсинга.

Относительно того, *насколько реализуется* то, что декларируется в рамках модернизационной риторики, мнения опрошенных разделились в диапазоне от «у нас нет никакой модернизации, у нас какая-то агония по затыканию дырок системы, чтобы вовсе не пошла ко дну, и в стране, и в области» до «во всех отношениях благоприятная ситуация». При этом преобладающими оказались срединные оценки: «что-то реализуется, что-то нет».

Ситуацию в области подавляющее число респондентов также рассматривают скорее умеренно оптимистически и в большинстве случаев связывают это с деятельностью губернатора: «считаю, что с приходом Гордеева у нас ситуация заметно улучшилась»; «для бизнеса город подходит», «почище стало, кое-где дороги сделали, торговых центров много, жить можно вполне»; «в Воронежской области есть некоторые изменения в лучшую сторону в сельском хозяйстве, в промышленности, пусть и небольшие. Социальная сфера остается прежней, ситуация здесь тяжелая – рост цен, тарифов, низкие зарплаты и пенсии». Вы-

сказывались и менее оптимистичные суждения: «Нет предприятий почти, бизнес теневой. Очень сложно что-то открыть новое из-за монополизации. Все только перепродают дороже. Я много общаюсь с бизнесом нашим по работе. Это просто купля-продажа и обман. Социальная сфера тоже соответственно паршивая. Культура как ни странно ничего себе». При этом респонденты единодушно отметили, что *потенциал развития* у Воронежской области есть. Связывают они его, прежде всего, с плодородными землями, климатом, местоположением, высоким уровнем образования и квалификацией населения, наличием производственных мощностей.

Уровень регионального патриотизма в рассматриваемой группе близок к среднему. Чуть менее половины опрошенных переехали бы в другой город или другую страну при наличии соответствующих возможностей. Чаще всего в качестве мотивации смены места жительства просматривалась проблематика защищенности прав и свобод. Показательно, что ориентированы на отъезд именно носители полного комплекса модернизационных ценностей.

В качестве *ключевых проблем модернизации* респонденты указали: коррупцию, бюрократизм, безответственность, пассивность чиновников и населения, нехватку финансовых средств, кадровый дефицит, нерациональное использование ресурсов, монополизм, препятствующий развитию, прежде всего, малого бизнеса.

Самой проблемной группой оказался именно *малый бизнес* «вроде всё у меня по правилам безопасности, но придаться можно к чему угодно. Как я с этим буду бороться? Пойду в милицию на их же милиционеров жаловаться? Это порочный круг, его не разорвешь, только себе навредишь еще больше»; «органы власти стремятся задушить малый бизнес – он их раздражает»), хотя представители среднего бизнеса также сталкивались с ущемлением своих прав, интересов и отмечали позицию «скорее не удовлетворен», характеризуя безопасность и защищенность прав и свобод. Недостаток ресурсов, урезанные возможности использования специализации и кооперации, рост арендной платы и прочее делают развитие малого бизнеса в Воронежской области крайне затруднительным. Кроме того, растущий бизнес, по признанию самих респондентов, начинает привлекать далеко не всегда желательное внимание.

Необходимо отметить, что стремятся решать свои проблемы *неформальным способом* не только малый бизнес. Даже те, кто предпочитают обращаться в надзорные инстанции, в суд, в СМИ, прибегают к помощи общественных организаций, как последний довод используют личные знакомства. Личные связи, знание обходных путей существенно облегчают жизнь предпринимателям: «даешь 500 рублей, или 1000, цветы

девушке приносишь, которая с бумажками этими копается весь день. Мужичку бутылку. И всё. А потому, что это проще всего. Так всё устроено у нас. Я, к счастью, могу себе позволить заплатить. Я не так часто нуждаюсь в том, чтобы дать взятку, так что 2–3 раза в год не страшно. Не бьет по карману». Реалии серой экономики приводят к тому, что декларативно поддерживаются правильные ценности, а практически отрицается возможность их реализации.

В перечне ценимых *качеств человека* чаще всего упоминаются: честность, ответственность, активность, инициативность, профессионализм.

Знание иностранных языков признается как необходимое практически всеми опрошенными. При этом отмечается, что в области они используются либо на предприятиях, у которых есть внешнеэкономические связи, либо в инновационных отраслях.

При различной *удовлетворенности* разными сторонами жизни (преобладают преимущественно позитивные оценки, за исключением экологической обстановки, которую подавляющее большинство респондентов оценили как «скорее не удовлетворен»), общую удовлетворенность респонденты идентифицируют как «скорее, удовлетворен».

Из *двух пар предложенных на выбор суждений* в подавляющем большинстве случаев респонденты отмечали первые позиции (главное – отстоять свою точку зрения; перемены – это способ улучшить жизнь, жить в постоянно обновляющемся мире интересно; свобода – это то, без чего жизнь теряет смысл; главное – это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, готовность к риску оказаться в меньшинстве; суд должен быть независимым; настоящая демократия не возможна без политической оппозиции и смены власти через выборы), характеризующие их как инициативных гуманистов. Из пары: «главное в жизни – хорошие семейные и дружеские отношения» или «главное в жизни – общественное признание и успех» респонденты часто выбирали семейные и дружеские отношения, что отражает общие культурные особенности российского общества. Нередко в ходе интервью представители бизнеса также отмечали, что инновации могут прижиться только, если учтены традиции. Часть респондентов считают, что «главное – это материальное благополучие, даже если для этого придется пожертвовать частью прав и свобод». У некоторых бизнесменов Воронежской области прослеживается позиция, свидетельствующая о явном воздействии СМИ: «оппозиция препятствует работе правительства, а смена власти подрывает». В целом же подтвердилось предположение о зависимости представлений, ценностей, установок и ориентаций модернизационного характера от уровня образования, места проживания и личного опыта. Участие опрошенных в таких формах

общественно-политической активности, как выборы, благотворительные акции, мероприятия по благоустройству, деятельность общественных организаций, казалось бы, подтверждает гипотезу о наличии модернизационного потенциала, однако восприятие политической сферы требует внести определенные коррективы относительно оценки зрелости позиций представителей бизнеса. Более трети респондентов, заявивших о том, что политика влияет на нашу жизнь, помимо тех, кто считает, что такового влияния не прослеживается, не смогли идентифицировать свои властные интересы. Кроме того, ряд респондентов крайне слабо представляют, каким образом работает эта сфера. В большинстве случаев инициативная часть бизнес-сообщества осуществляет именно общественную активность, избегая при этом собственно политической деятельности, за исключением депутатского корпуса и предпринимателей, связанных с «Единой Россией». Показательно мнение одного из оппозиционно настроенных респондентов: «я бы, может, и нашел время на политику и общественную работу, если бы это был реальный способ повлиять на что-то». При этом явно позитивным выступает то, что, осуществляя общественную активность, бизнес не только решает социальные проблемы, создает своего рода «страховки», но и способствует созданию активных социокультурных сред (к примеру, «Репное – школа эффективных коммуникаций»).

Основным трендом, по-разному, но все-таки ощущаемым на всех уровнях как экономической, так и политико-управленческой деятельности, является формирование экономики знаний. В современных условиях предпринимательского управленческого капитализма (*entrepreneurial managerial capitalism*) хозяйствующие субъекты вынуждены постоянно ориентироваться на «распознавание тенденций, размещение и создание новых комбинаций ресурсов для их реализации, трансформацию внутреннего организационного механизма для соответствия нововведениям». Внесение элементов «адхократии в существующую организационную структуру позволяет компаниям создавать более гибкие бизнес-модели, в которых целевые переменные (предлагаемая потребителям ценность и сам целевой рынок) могут свободно расширяться, а содержательные переменные (все организационные ресурсы) достаточно просто объединяются в новые комбинации для реализации новых задач» [4]. В данном случае НПТ выступает ключевым фактором трансформации систем управления (феномен интрапренерства, дивизионные, матричные структуры управления), внутренней и внешней сред. Однако происходит это отнюдь не автоматически и требует мотивации, ресурсов и условий, что переносит фокус рассмотрения на микроуровень.

Как показали данные исследования, хотя опрошенные единодушны в признании важности инноваций*, однако лишь незначительное меньшинство предпринимателей принимают практические шаги по созданию внутри своих организаций условий, способствующих проявлению инициативы и креативности. Причины такого положения дел кроются не только в возрастных характеристиках респондентов, хотя представители старших возрастов действительно оказались более склонны к административным методам руководства, но и в установках работников, их пассивности, недостаточной квалифицированности. Если осуществление проектов происходит «на пределе технических возможностей», отделы технического обучения фактически вынуждены осуществлять переподготовку молодых специалистов, чей уровень знаний, умений и навыков не достаточен для выполнения работ. Респонденты также отмечали, что выпускники вузов пассивны в плане рационализаторских предложений, новаторских идей, патентования разработок даже в ситуации, когда в организации созданы условия и имеются материальные стимулы. Таким образом, явно обозначились проблемы системы образования, которые предприниматели могут решить только в рамках межсекторального партнерства. В свою очередь, трудности формирования эффективных механизмов взаимодействия бизнеса, власти и гражданского общества во многом обусловлены закрытостью структур и низким уровнем доверия.

Существенно сужает возможность маневра ресурсная скудость, которую особенно остро ощущают представители малого бизнеса. Общеизвестно, что без резерва финансовых и материально-технических средств осуществление инноваций как минимум затруднено. При этом возможность аккумулировать ресурсы, мобильно их перемещать и перераспределять, использовать внешние источники блокируется слабым развитием инфраструктуры. Развитая инфраструктура инновационной системы включает: организации, способствующие созданию и развитию инновационных компаний (бизнес-инкубаторы, технопарки, коучинг-центры, особые экономические зоны); консалтинговые фирмы, проводящие обзоры рынков, разработку бизнес-планов, стратегии развития, патентные исследования, исследования конкурентных преимуществ, аудит, правовое консультирование; центры трансфера технологий; фондовые биржи высоких технологий [5]. Очевидно, что полным набором не отличается ни один регион, даже Томская область, находящаяся по инновациям в трой-

* В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности в виде нового или усовершенствованного реализуемого продукта, услуги, технологии.

ке лидеров и характеризующаяся множественностью субъектов инновационной деятельности.

Существенно сдерживают инновационную активность короткие горизонты планирования. Нередко стратегического плана развития у предприятий либо нет вообще, либо он далек от реальности. Крайне мало амбициозных проектов и прорывных идей. Организационная структура компаний, характеризующаяся чрезмерной централизацией, авторитарным стилем руководства, преобладанием вертикальных потоков информации, ведомственной замкнутостью, сопряжена с новациями сверху, часто приобретающими характер «административной глупости».

Низкий спрос на инновационную продукцию, ее дороговизна из-за невозможности наладить серийное производство оправданно видятся частью общероссийских реалий. Как следствие инновационные фирмы либо работают по принципу аутсорсинга, либо превращаются в своего рода «потемкинские деревни», вынужденные вести борьбу за существование во враждебной внешней среде. Это весьма удручающий факт особенно на фоне общеизвестного утверждения: для социально-экономического развития региона на инновационной основе необходим постоянный рост числа участников инновационной «цепочки».

В целом субъекты хозяйственной деятельности на уровне региона ограничены в своих возможностях влияния на внешнюю среду. Оно осуществляется преимущественно на уровне сетей, отраслевых региональных комплексов (средний бизнес), социокультурных сред, при этом институциональное предпринимательство (комплексный политический и культурный процесс, в котором акторы должны использовать социальные навыки, необходимые для реализации предлагаемого проекта по изменению институтов) [6], в поле политики никем серьезно не рассматривается. В то же время потенциально инновационные группы не устраивает именно качество институтов.

Способствуют инновациям, по мнению респондентов: фактор конкуренции; высокотехнологичный характер отрасли (постоянные инновации и эффективная система повышения квалификации, как правило, имеются, если «в основе работы лежат навыки персонала и возможности их использования»); ориентация бизнеса на удовлетворение потребностей

относительно состоятельных групп населения, международные связи, включенность в программы развития и поддержка со стороны ресурсных центров; накопление технико-технологического и кадрового потенциала, фактор конкуренции.

Необходимо отметить, что чаще опрошенные всё же говорили именно об отягчающих, затрудняющих инновационную деятельность проблемах.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что проблемы, осложняющие или даже блокирующие инновационную деятельность, а также реализацию инновационного потенциала, накапливающегося по мере роста дохода, изменения характера и масштаба профессиональной деятельности, имеют комплексный, иногда застарелый характер и нередко не могут быть решены на уровне одного отдельно взятого региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инглхарт Р. Модернизация, культурные измерения и демократия. Последовательность человеческого развития / Р. Инглхарт, К. Вельцель. – М., 2011. – 464 с.
2. Лапин Н. И. Социокультурные факторы российской стагнации и модернизации [Электронный ресурс] / Н. И. Лапин. – Режим доступа: http://enginrussia.ru/info/statii/lapin_ni_sotsiokulturnye_factory_rossiy
3. Погребинская Е. А. Методология создания инновационной среды и выбор схемы инновационного трансферта / Е. А. Погребинская // Организационные структуры «экономики знаний»: сб. науч. тр. / РАН ИНИОН. Центр науч.-информ. исслед. по науке, образованию и технологиям; отв. ред. С. М. Пястолов. – М., 2010. – С. 41–63.
4. Широкова Г. В. Внутрифирменное предпринимательство: подходы к исследованию вопроса [Электронный ресурс] / Г. В. Широкова, Е. Ю. Сарычева [и др.]. – Режим доступа: <http://www.gsom.spbu.ru/files/en/upload/eship/news/1-R-2008.pdf>.
5. Шамина Л. К. К вопросу о состоянии современной инновационной инфраструктуры / Л. К. Шамина // Глобальный экономический кризис: реалии и пути преодоления: сб. науч. ст. / под общ. ред. В. В. Тумалева. – СПб., 2009. – Вып. 7. – С. 128–131.
6. Fligstein N. Social skill and institutional theory / N. Fligstein // American Behavioral Scientist. – 1997. – Vol. 40, № 4. – P. 397–405.

Воронежский государственный университет

Сиденко О. А., кандидат политических наук, преподаватель кафедры социологии и политологии

E-mail: soc@hist.vsu.ru

Тел.: 8(473) 221-27-43

Voronezh State University

Sidenko O. A., Candidate of Political Sciences, Lecturer of the Sociology and Political Studies Department

E-mail: E-mail:soc@hist.vsu.ru

Tel.: 8(473) 221-27-43