

**БИЗНЕС
ОБЩЕСТВО
ВЛАСТЬ**

**№29
2018**



**НАУЧНО-УЧЕБНАЯ ЛАБОРАТОРИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ
В ОБЛАСТИ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ**

**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

Состав редакционного совета журнала «Бизнес. Общество. Власть»

Председатель совета:

- Шохин Александр Николаевич – д.э.н., профессор, заведующий кафедрой теории и практики взаимодействия бизнеса и власти, Президент НИУ ВШЭ, Президент Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП).

Заместитель Председателя совета:

- Кириллина Валентина Николаевна – д.филол.н., профессор кафедры теории и практики взаимодействия бизнеса и власти НИУ ВШЭ, заместитель заведующего кафедрой теории и практики взаимодействия бизнеса и власти, заведующий научно-учебной лабораторией исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ, директор Института коммуникационного менеджмента НИУ ВШЭ.

Заместитель Председателя совета:

- Якобашвили Давид Михайлович – Президент ООО «Орион Наследие», член Бюро Правления Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП), Председатель Комитета по корпоративной социальной ответственности и демографической политике Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП), Руководитель Российско-американского совета делового сотрудничества.

Члены редакционного совета:

- Баширов Марат Фаатович – Генеральный директор АНО «Центр Изучения Проблем Международных Санкционных Режимов» (Autonomous Non-profit Organization «Center for the Study of Problems of International Sanctions Regimes»), Вице-президент GR лиги.
- Борисов Сергей Ренатович – PhD, к.э.н., профессор кафедры теории и практики взаимодействия бизнеса и власти НИУ ВШЭ, Председатель Попечительского совета Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», заместитель Председателя Правительственной комиссии по вопросам конкуренции и развития малого и среднего предпринимательства.
- Браверман Александр Арнольдович – д.э.н., профессор, Генеральный директор – председатель правления АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства».
- Маурицио Котта – профессор департамента политической науки и Руководитель Центра изучения политических изменений Университет Сиены (Италия), один из крупнейших специалистов в мире по изучению элит, обладатель награды фонда Маттеи Догана.
- Поляков Леонид Владимирович – д.филол.н., профессор кафедры теории и практики взаимодействия бизнеса и власти, профессор департамента политической науки факультета социальных наук НИУ ВШЭ, член совета при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека.

- Пумпянский Дмитрий Александрович - д.э.н., профессор кафедры теории и практики взаимодействия бизнеса и власти НИУ ВШЭ, председатель Совета директоров Трубной Металлургической Компании и Группы Синара, член Бюро Правления Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП), Президент Свердловского областного Союза промышленников и предпринимателей (СОСПП), председатель Наблюдательного совета УрФУ.
- Сенин Владимир Борисович – к.ю.н., профессор кафедры теории и практики взаимодействия бизнеса и власти НИУ ВШЭ, заместитель Председателя Правления АО «Альфа-Банк», Президент Ассоциации Менеджеров России, член Президиума Совета Ассоциации российских банков, член Комиссии по банкам и банковской деятельности Российского Союза Промышленников и Предпринимателей (РСПП), член Совета Директоров НП «Национальный платежный совет».
- Чирикова Алла Евгеньевна – д.соц.н., главный научный сотрудник Института социологии РАН.
- Яковлев Сергей Михайлович - к.э.н., доцент, директор Международного института экономики и финансов НИУ ВШЭ.

Редакционная коллегия

Главный редактор:

- Орлов Игорь Борисович – д.и.н., профессор, зам. руководителя департамента политической науки факультета социальных наук, зам. руководителя научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ.

Заместитель главного редактора:

- Ледяев Валерий Георгиевич – д.филол.н., профессор кафедры анализа политических институтов департамента социологии факультета социальных наук, ведущий научный сотрудник научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ.

Члены коллегии:

- Лексин Владимир Николаевич – д.э.н., профессор, ведущий научный сотрудник научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ.
- Мытенок Сергей Сергеевич - Вице-президент-Управляющий директор Управления информационных и коммуникационных технологий Российского союза промышленников и предпринимателей

Ответственный секретарь:

- Гончарова Наталия Александровна – эксперт научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ.

«ОТКРЫВАЕМ РОССИЮ ЗАНОВО (РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ: ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ)»

В этом номере:

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

Орлов И.Б.

Колонка редактора 6

Орлов И.Б.

Традиции взаимодействия бизнеса и власти в регионах РФ: опыт Рязанской области 7

СОБЫТИЕ

Дневник экспедиции..... 14

БИЗНЕС И ВЛАСТЬ

Круглый стол в рязанском отделении РСПП «Предпринимательство в Рязани глазами крупного бизнеса» 28

Круглый стол в рязанской Торгово-промышленной Палате «Социальная ответственность бизнеса» 34

Круглый стол в рязанском отделении Деловой России «Проблемы и перспективы взаимодействия бизнеса и власти в Рязанской области» 43

Круглый стол в рязанском отделении ОПОРЫ РОССИИ «Роль бизнес-ассоциации в развитии регионального бизнеса» 50

ИНФОРМАЦИОННАЯ ОТКРЫТОСТЬ

Степанов А.А.

Информационное сопровождение предпринимательской деятельности в Рязанской области..... 70

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Перспективы развития рязанской области: взгляд регионального экспертного сообщества	81
Интервью с Уполномоченным по защите прав предпринимателей в Рязанской области Е.В. Бурцевым.....	89
Общественная жизнь Рязани через призму культурного прошлого: интервью с представителем Общественной палаты Рязанской области О.Е. Вороновой.....	101
Развитие молодежного предпринимательства в Рязанской области: интервью с руководителем Центра поддержки предпринимательства Л.В. Сидоренко.....	110

ПОЛИТИКА И СМИ

Матюненко Ю.А., Гончарова Н.А.

Год после избрания: анализ политического позиционирования губернатора Рязанской области Николая Любимова	115
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ

Лещенко О.В.

Жизненные траектории и миграционные настроения молодежи Рязанской области	131
Сведения об авторах.....	139
Памятка для авторов	140

КОЛОНКА РЕДАКТОРА



Дорогие читатели и коллеги!

Новый номер журнала «Бизнес. Общество. Власть» впервые представлен как тематический. Он посвящен итогам студенческой экспедиции в Рязанскую область, организованной в апреле 2018 года Научно-учебной лабораторией исследований в области бизнес-коммуникаций в рамках большого проекта НИУ ВШЭ «Открываем Россию заново». Экспедиция «Традиции взаимоотношения бизнеса и власти в регионах РФ на примере Рязанской области» стала продолжением исследований Лаборатории взаимодействия бизнеса и власти бизнес-коммуникаций на федеральном уровне.

Предполагается, что экспедиция станет первой в ряду выездов сотрудников Лаборатории в регионы России в целях изучения традиций и опыта взаимодействия власти и институтов гражданского общества и, прежде всего, региональных бизнес-ассоциаций. Опыт первой экспедиции ценен, прежде всего, апробацией исследовательской «дорожной карты», корреляцией (в ряде случаев, существенной) исходных гипотез и проработкой возможности переноса данного опыта в другие регионы страны. Материалы презентуемого номера представляют, прежде всего, результаты полевой работы сотрудников Лаборатории и студентов: дневник экспедиции, материалы круглых столов с представителями «большой четверки» объединений бизнеса (РСПП, ТПП, Деловая Россия и ОПОРА России), интервью с представителями предпринимательского и экспертного сообщества, а также с чиновниками областного правительства.

Осмысление результатов экспедиции нашло свое отражение в статьях ее участников, в том числе, принимавших участие в работе экспедиции студентов.

Можно надеяться, что материалы тематического номера будут интересны, как исследователям, так и практикам в сфере GR.

С уважением,
главный редактор журнала И.Б. Орлов

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

УДК / UDK 328.184

ТРАДИЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ В РЕГИОНАХ РФ: ОПЫТ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Орлов И.Б.¹

В статье на материалах, собранных в ходе экспедиции в Рязанскую область, рассматриваются (в том числе, в историческом разрезе) традиции взаимодействия областного бизнес-сообщества и различных институтов региональной власти. Анализ материалов круглых столов и интервью, региональных СМИ и онлайн анкет позволил выявить основные каналы и механизмы сотрудничества не только предпринимателей и областной власти, но и взаимодействие с различными общественными организациями и внутри самого бизнес-сообщества. При этом важную роль в этом взаимодействии в регионе играют старые и новые культурные и предпринимательские традиции.

Ключевые слова:

Пространственное развитие России, Рязанская область, взаимодействие бизнеса и власти, традиции.

¹ Орлов Игорь Борисович – д.и.н., профессор департамента политической науки, заместитель заведующего Научно-учебной лабораторией исследований в области бизнес-коммуникаций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: IOrlov@hse.ru.

Не секрет, что в ряду основных проблем и вызовов, тормозящих рост числа «центров экономического роста, обладающих конкурентоспособной экономикой», а также достижению «высокой связанности таких центров между собой, с прилегающими территориями и точками выхода на международные рынки»: неравномерное распределение этих центров по территории РФ; несоответствие инфраструктуры потребностям экономики и населения; значительная доля малопродуктивных и низко технологичных отраслей; существенные межрегиональные различия и т.п. [1]. Во многом решение этих проблем связано с развитием человеческого (в том числе, предпринимательского) капитала, инновационным потенциалом и активностью бизнеса. А это, в свою очередь, в немалой степени зависит от инвестиционного климата в регионе и эффективности взаимодействия властных институтов и предпринимательского сообщества. В силу этого, в ряду общих принципов пространственного развития Российской Федерации немаловажное место занимает «учет интересов и мнения местного населения и бизнеса при планировании социально-экономического развития территорий»².

В основу статьи положены материалы, собранные участниками экспедиции в Рязанскую область в апреле 2018 г. Выбор региона был обусловлен рядом факторов. С одной стороны, Рязанская область считается типичным регионом с набором проблем, схожих с другими регионами: дотационный субъект РФ с невысокой возможностью перехода в ближайшей перспективе в группу экономически независимых регионов³; корреляция с общероссийским трендом сменя-

емости губернаторского корпуса; проблемы сохранения исторического облика городских поселений области; ориентация на развитие сельского хозяйства и при этом высокий уровень безработицы в сельской местности; аффилированность экономических и политических структур; слабое развитие инфраструктуры; наличие признаков «стареющего региона» (молодежь предпочитает уезжать в Москву).

С другой стороны, очевидны попытки выстраивания региональной идентичности (апелляция к историческим и воинским традициям региона, попытки добиться включения Рязани в Золотое кольцо России; формирование оригинального регионального бренда). Кроме того, свою специфику имеет процесс смены губернаторской власти (опора, прежде всего, на местную команду). Немаловажным при выборе региона было и то обстоятельство, что нынешний рязанский губернатор, известный как один из авторов «калужского экономического чуда», имеет большой опыт работы в бизнесе (директор акционерного общества, занимавшегося регистрацией и выпуском ценных бумаг в Калуге; генеральный директор «Калужской ипотечной корпорации») и с бизнесом (руководитель Департамента экономики и промышленности и министр экономического развития Калужской области).

Полевое исследование базировалось на нескольких методах сбора данных: включенного наблюдения (участие в Форуме «Приоритеты регионов: контроль, цифровизация и сервисная модель развития МСП» (19-20 апреля 2018 г.), посещение предприятий города), полуструктурированного интервью, анкетирования и круглых столов.

Указанный форум собрал за одним столом чиновников из контрольно-надзорных органов федерального и регионального уровня, государственных служа-

² Там же.

³ Хотя упомянутая Стратегия пространственного развития относит Рязань к числу перспективных центров экономического роста России (см. стр. 107 Стратегии).

щих и, в меньшей степени, представителей бизнес-сообщества. Тем не менее, конференция стала площадкой обмена опытом и лучшими практиками, как со стороны федеральных и региональных чиновников, так и бизнесменов. В частности, на круглом столе «Сервисная модель развития МСП. Центры оказания услуг «Мой бизнес». Платформа знаний и сервисов для бизнеса» обсуждался опыт регионов в создании специальных сервисов по аналогии с МФЦ для нужд бизнеса. Создаваемые центры «Мой бизнес» призваны способствовать сокращению издержек бизнеса, получению более качественных услуг, росту прозрачности государственного управления и т.п. Данная система базируется на трех составляющих: объединении интересов предпринимателей, органов власти, банков, организаций инфраструктуры и МФЦ; типовых документах для всех сторон процесса для четкого понимания единых «правил игры»; контроле качества работы модели со стороны не только Минэкономразвития, но общественных организаций.

В Рязанской области, в связи с высокой загруженностью МФЦ и большой долей спроса на услуги со стороны МСП (1/6 от всех запрошенных услуг), в марте 2018 года было открыто 3 центра «Мой бизнес» на базе Сбербанка, Прио-Внешторгбанка и Центра поддержки предпринимательства. Здесь предприниматели могут получить не только определенные государственные услуги, но и консультацию по многим волнующим бизнес вопросам. Представитель «Прио-Внешторгбанка» рассказал о проведенных в Сасово и Касимове встречах начинающих предпринимателей с уже состоявшимися бизнесменами. В свою очередь, один из руководителей проекта «Деловая среда» от Сбербанка поведал о медийной части образования предпринимателей: в рамках про-

екта была выпущена серия тематических роликов о наиболее распространенных ошибках бизнеса на примере реальных ситуаций, с которыми сталкиваются конкретные предприниматели. В ходе экспедиции было взято более 20 интервью с чиновниками из Администрации Рязанской области, с руководством и представителями региональных бизнес-ассоциаций, бизнесменами и экспертами. Также были проведены пять круглых столов и фокус-групп с представителями РСПП, Деловой России, Опоры России, Торгово-промышленной палаты и экспертным сообществом региона. Анализ интервью и материалов круглых столов позволил выявить основные точки дискурсивного противостояния между федеральной и региональной властью, политической элитой и бизнес акторами. Так, существует разрыв между федеральной и региональной властью, что подтверждается повесткой и обсуждением на форумах (диалог между группами отсутствует, регионы не успевают за федеральными изменениями). Отсутствует и полноценный диалог между бизнесом и властью. Респонденты обращают внимание на формализацию диалогового пространства, отсутствие институциональных площадок с «понятными и логичными» правилами игры. Бизнесмены указывают на отсутствие обратной связи между деловыми и властными структурами. В этих условиях бизнес (особенно крупный) отделяет себя от власти, полагая, что отсутствие вмешательства со стороны государства даст больше возможностей для реализации предпринимательского потенциала.

Почти все респонденты указывали на большое влияние губернатора на политические и экономические процессы в области. Но при этом звучало и недоверие к новому губернатору как к человеку «со стороны». Если роль вице-губернатора является знаковой для всех бизнес-игроков, то министры

играют значимую роль только по оценкам представителей среднего и малого бизнеса. С региональными министерствами сопоставимо влияние прокуратуры и налоговой служба. При этом, в отличие от прокуратуры, налоговая служба является главным объектом критики для рязанского бизнеса. Предприниматели видят проблему не только в повышенных налоговых ставках региона, но и в многочисленных внебюджетных отчислениях и бюрократической структуре оформления документов.

Большое значение для предпринимателей имеют и региональные бизнес-ассоциации, которые не только обеспечивают юридическую поддержку бизнеса и обмен опытом, но и имеют реальный успешный опыт борьбы с теми или иными решениями местных властей. И, наконец, влияние экспертного сообщества (прежде всего, сосредоточенного в учебных заведениях) обусловлено участием в формировании системы ценностей и представлений об эффективности / неэффективности региональной политики.

Контент-анализ региональной прессы и интернет-порталов также позволяет сделать ряд выводов. Во-первых, информационная повестка в регионе носит негативный характер, то есть освещение материалов происходит через призму проблем. Наиболее часто в печатных и электронных СМИ освещаются вопросы дорожного хозяйства, коррупции и безработицы. Во-вторых, в прессе преобладает негативное отношение к бизнесу. Чаще всего звучат обвинения в низком уровне социальной ответственности и слабом вкладе в создание новых рабочих мест.

Конечно, бизнес-ассоциации и предпринимательский слой в целом имеют разные (в том числе, и по продолжительности) опыт и традиции взаимодействия с властью. Для рязанского отделения ОПОРЫ России

характерно активное взаимодействие не только с органами местной власти, но и с «Единой Россией». Речь, прежде всего, идет о продвижении интересов малого и среднего бизнеса через участие в общественных советах, экспертных комиссиях и комитетах при региональных исполнительных органах власти и об использовании административного ресурса министерства экономики области. Члены ассоциации активно участвуют в реализации проектов социальной направленности на региональном и городском уровнях, в частности, в организации тематических городских праздников и фестивалей.

Что касается крупного бизнеса, то каналы продвижения собственных интересов у него сложились давно и функционируют стабильно. Смена власти в регионе не оказывает на директоров крупных предприятий сколько-нибудь значительного влияния в силу того, что в большинстве своем они взаимодействуют с федеральными институтами. Скорее областные власти нуждаются в поддержке крупного бизнеса. Хотя в последние годы крупный бизнес испытывает трудности из-за сокращения производственных мощностей и несоблюдения сроков оплаты по государственному заказу.

У руководства регионального отделения "Деловой России", представляющей интересы, прежде всего, среднего бизнеса, сложилось мнение об одностороннем характере общения власти с бизнесом. Несмотря на проходящие в

в последнее время в регионе форумы с участием представителей бизнес-сообщества, у предпринимателей не всегда есть возможность выстроить систему обратной связи по волнующим их вопросам. В силу перевода ряда форматов взаимодействия в заочную форму, бизнес теряет интерес к такого рода коммуникации из-за отсутствие живого общения. Мешают налаживанию диалога с властью отсутствие единого ре-

естра хозяйствующих субъектов региона, низкая информированность бизнеса по вопросам изменения законодательства, особые требования к продукции в рамках госзакупок, позволяющие перераспределять ресурсы в пользу «своих» компаний, закрытость для общественного контроля сферы налогов и особенно неналоговых платежей, перечень которых отсутствует. Молодые предприниматели отметили основные препятствия развитию молодежного бизнеса, прежде всего, высокие пороги для входа в отрасль для начинающих предпринимателей, отсутствие льгот и преференций.

Руководство Рязанской торгово-промышленной палаты настроено более оптимистично, ориентируясь, в первую очередь, на решение системных проблем бизнеса. В частности, региональная ТПП не раз защищала рязанский бизнес от давления естественных монополий, например, от скрытого роста тарифов на электроэнергию. Важной линией взаимодействия с областным правительством стала региональная социальная программа «Забота», реализуемая совместно с малым и средним бизнесом области. Основная цель проекта заключается в предоставлении незащищенным слоям населения (а это 18 категорий граждан) возможности приобретать товары и получать услуги по сниженным ценам при сохранении качества приобретаемого товара или предоставляемой услуги. Участие в данном проекте выгодно не только населению, но и самому бизнесу, расширяя доверие к таким компаниям со стороны местных жителей. Кроме того, расширяется и клиентская база, что хоть и не значительно, но увеличивает прибыль (в среднем на 5%). Но главное, что у предпринимателей появляется возможность реализовать свою потребность в реализации социальной функции. При этом перечень социальных функций довольно широк и опирается на воинские, культур-

ные и предпринимательские традиции региона. Анализ рязанских СМИ показал, что новостям культуры уделяется значительное внимание, по доле в общем числе публикаций (15-20%) сопоставимое с другими типичными разделами изданий общей направленности. Жители Рязанской области гордятся исторически сложившимися особенностями своей региональной культуры. Одновременно область часто становится центром проведения различных международных, общероссийских, межрегиональных социально-культурных мероприятий и акций. Наиболее масштабные из них: международные фестивали кукольных театров «Рязанские смотрины» и гончаров, всероссийский праздник есенинской поэзии, театрализованный праздник «Битва на Воже», всероссийский фестиваль народного творчества имени А.П. Аверкина.

Эти праздники корнями уходят в многовековую историю военных и казачьих, торговых и предпринимательских, культурных и благотворительных традиций, дачного, туристского и кулинарного бренда региона.

Конечно, не все наследие предпринимателей Рязани смогло пережить советский и постсоветский периоды. Но сегодня в городе и области видны стремление к возрождению предприятий дореволюционных эпохи, возвращение к самобытности производств, подъем малого и среднего бизнеса (в том числе, социального), ориентированного на развитие региона.

В проспектах Рязанской области нередко можно встретить фразу: «Не было бы Сережки, не было бы дорожки». Дело в том, что современный туризм Рязани своим развитием во многом обязан именно Сергею Есенину, поскольку знаменитый поэт не только родился в данном регионе, но и смог стать объединяющей культурной силой в наши дни. «Образы Евпатия Коловрата,

Прокопия Ляпунова, Михаила Скобелева оказались тесно связанными не только с историей региона и страны, но с брендами бизнеса и общественными инициативами сегодняшнего дня. Предпринимаются усилия по развитию в регионе полноценного туристического кластера. Появляются небольшие сервисные комплексы в Сасово, Касимове и Константиново. Создаются новые музеи и развиваются региональные парки и заповедные зоны. Город при поддержке губернатора и областного правительства активно пытается пробиться в состав городов Золотого кольца.

Совсем недавно зародилась традиция пятничных выходных на Почтовой улице. В регионе много традиций, связанных с едой, например, традиции по празднованию сбора урожая или традиция, которой более 5-ти лет, красочного фестиваля малины. Год назад группа молодежи использовала старую поговорку «А у нас в Рязани грибы с глазами», чтобы раскрутить новый бренд. Помимо создания новых традиций, в Рязани

читут традиционное народное и художественное творчество, которому несколько сотен лет: Михайловское кружево, Шиловская лоза, Кадомский вениз, Скопинская керамика. В 2014 году был создан областной центр Народно-художественного творчества и ремесел, способствовавший объединению на одной площадке этих промыслов. Понятно, что многие из того, что делается в области, опирается на общественную инициативу (в том числе, предпринимательскую), но без поддержки региональных властей все начинания могут остаться на уровне благих пожеланий или постепенно сойти на нет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года // Сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс] URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/planning/sd> (Дата обращения: 10.11.2018).

TRADITIONS OF INTERACTION BETWEEN BUSINESS AND GOVERNMENT IN RUSSIA REGIONS: EXPERIENCE OF RYAZAN REGION

Orlov Igor - Doctor of History, Professor, Deputy Head of the School of Political Science, Deputy Head of the Research and Education Laboratory of Business Communications Study of the National Research University - Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya Ulitsa, Moscow, 101000, Russia. E-mail: IOrlov@hse.ru.

In the article on the materials collected during the expedition to the Ryazan region, the traditions of interaction between the regional business community and various institutions of regional power are considered (including in historical context). Analysis of the materials of round tables and interviews, regional media and online questionnaires revealed the main channels and mechanisms of cooperation not only entrepreneurs and regional authorities, but also interaction with various public organizations and within the business community. At the same time, old and new cultural and entrepreneurial traditions play an important role in this interaction in the region.

Key words:

Spatial development of Russia, Ryazan region, interaction of business and government, traditions.

ДНЕВНИК ЭКСПЕДИЦИИ

Вниманию читателей предлагается дневник студенческой экспедиции «Традиции взаимоотношений бизнеса и власти в регионах РФ на примере Рязанской области», организованной в апреле 2018 года НУЛ исследований в области бизнес-коммуникаций в рамках университетского проекта «Открываем Россию заново». В нем студенты «Высшей школы экономики» и сотрудники лаборатории делятся впечатлениями о поездке в Рязань и общении с представителями регионального правительства и бизнес-сообщества.

Ключевые слова:

Рязанская область, экспедиция, Высшая школа экономики, открываем Россию заново, традиции, взаимодействие бизнеса и власти.

**В РЯЗАНЬ НА ПОИСКИ ТРАДИЦИЙ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ***19 апреля 2018 г.*

В марте 2018 года Научно-учебная лаборатория исследований в области бизнес-коммуникаций выиграла конкурс на проведение студенческой экспедиции в рамках университетского проекта «Открываем Россию заново».

Взгляды как еще только начинающих, так и уже состоявшихся исследователей устремились на Рязанскую область. Экспедиция «Традиции взаимоотношений бизнеса и власти в регионах РФ на примере Рязанской области» пройдет с 19 по 28 апреля. Ее организаторами выступили заведующая лабораторией Валентина Николаевна Кириллина, заместитель заведующего (он же

руководитель экспедиции) Игорь Борисович Орлов и ведущий эксперт лаборатории Павел Львович Фельдман. Помимо этого, участие в экспедиции принимают стажеры лаборатории и студенты различных образовательных программ ВШЭ. В рамках данной экспедиции планируется провести ряд встреч с представителями экспертного и бизнес-сообщества, региональной власти и ряда некоммерческих организаций для понимания истории взаимоотношений власти и бизнеса в Рязанской области, их текущего состояния и основных тенденций развития. Чтобы у всех интересующихся подобными экспедициями и исследовательской темати-

кой появилась возможность «соучаствовать» в нашем исследовании, мы решили ежедневно размещать небольшие путевые заметки о ходе экспедиции и делиться впечатлениями ее участников о прошедших событиях.

На первые два дня нашего пребывания в Рязани выпало проведение конференции «Приоритеты регионов: контроль, цифровизация и сервисная модель развития МСП», в связи с чем в оставшуюся после приезда часть дня, совершив небольшую ознакомительную прогулку по центру города, мы по предварительной договоренности посетили пленарную сессию конференции и два круглых стола, посвященных вопросам внедрения риск-ориентированного подхода в контрольно-надзорную деятельность и реализации приоритетных региональных проектов по развитию малого и среднего бизнеса.

На пленарной сессии представители субъектов ЦФО поделились опытом поддержки МСП, совершенствования контрольно-надзорной деятельности и цифровизации бизнеса. В частности, представитель органов исполнительной власти Курской области рассказал о местной практике развития социального предпринимательства, а также поделился успехами в области поддержки малого бизнеса. Об использовании технологий на примере сельскохозяйственной отрасли поделился докладчик от Калужской области, где создана система мониторинга земель сельскохозяйственного назначения с использованием дронов для контроля земель с воздуха. Представитель от Москвы поведал участникам пленарки о необходимости повышения квалификации самих контролеров и собственном опыте в данной области.

Почти все выступающие отмечали важность проводимой конференции в каче-

стве площадки для обмена опытом и лучшими практиками. В тоже время подчеркивалась необходимость ухода от излишне формализованных форматов, и звучал призыв к проявлению креативности и инициативы. После пленарной сессии участники конференции и вместе с ними члены нашей экспедиции разошлись по круглым столам с более узкой и практико-ориентированной тематикой.

Так, на круглом столе под названием «Проблемы внедрения риск-ориентированного подхода в контрольно-надзорную деятельность на региональном уровне» обсуждались вопросы анализа рисков и управления ими при принятии тех или иных государственных решений. В ходе круглого стола постоянно завязывалась активная дискуссия. Хотя, по нашим наблюдениям, «федералы» в лице представителей Минэкономразвития, региональные чиновники и бизнесмены в ряде случаев не слышали друг друга.

Что касается второго круглого стола «Ход реализации и предварительные результаты приоритетных региональных проектов по развитию МСП», в рамках которого отчитывались представители всех областей ЦФО, можно отметить наиболее распространенные практики поддержки малого и среднего бизнеса, а именно: создание промышленных парков, финансовое субсидирование, развитие МФЦ по принципу «одного окна» и МСП в моногородах, поддержка коворкинг-центров и центров инжиниринга. Первая часть круглого стола представляла собой презентацию достижений регионов в сфере развития МСП, тогда как во второй части дискурс сместился в сторону анализа предполагаемых мер по увеличению удельного веса МСП в ВРП. Однако, если работники Министерства экономического развития больше говорили о необходимо-

сти операционализации КРП и о конкретных текущих показателях, то представители регионов предпочитали больше говорить о перспективных показателях. Отчасти это объясняется тем, что на конференции в большинстве своем присутствовали именно чиновники, в то время как региональный бизнес был представлен в меньшей степени.

P.S. Еще одно маленькое интересное наблюдение: в гостиничном кафе при чеке выше определенной суммы в качестве бонуса можно получить бесплатный билет в один из городских музеев. Налицо сотрудничество между представителями государственных и частных структур в гостиничном секторе Рязанской области.

ВЛАСТЬ И БИЗНЕС: ОТ ТРАДИЦИОННЫХ СХЕМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ К ИННОВАЦИОННЫМ МЕХАНИЗМАМ

20 апреля 2018 г.

Второй день экспедиции был целиком посвящен продолжению конференции «Приоритеты регионов: контроль, цифровизация и сервисная модель развития МСП». В этот день участники экспедиции посетили все мероприятия, предварительно распределиться по дискуссионным площадкам.

В продолжение тематики первого дня конференции было проведено четыре круглых стола, посвященных вопросам контрольно-надзорной деятельности, развитию малого и среднего бизнеса и цифровизации государственного управления.

На секции «Проблемы внедрения новых инструментов профилактики в контрольно-надзорную деятельность на региональном уровне», проведенной в формате круглого стола, выступавшие представители Минэкономразвития единодушно отмечали, что запреты, ограничения и односторонняя надзорная деятельность неэффективны. Не ограничившись критикой сложившихся механизмов контрольно-надзорной деятельности, участники федерального Центра предложили новые креативные практики, основанные на более неформальных способах коммуникации, например, создание общего чата с представителями подконтрольных

субъектов в Telegram. Показательно, что в качестве примера эффективных практик многие выступавшие ссылались на опыт СССР в области профилактических мер в данной сфере. Высказывались опасения, что избавление от нарушителей не увеличит количество законопослушных субъектов. Получается, что сейчас нормы регулирования пишутся с акцентом на устранения группы нарушителей, когда нужно больше внимания уделять тем организациям и гражданам, поведение которых говорит об их стремлении соблюдать предъявляемые им требования. Звучали предложения об интерактивных формах размещения информации о том, каким нормам и как нужно следовать.

На круглом столе под названием «Сервисная модель развития МСП. Центры оказания услуг «Мой бизнес». Платформа знаний и сервисов для бизнеса» обсуждался опыт регионов в создании специальных сервисов по аналогии с МФЦ для нужд бизнеса. По мнению выступавших представителей Минэкономразвития, данная система должна базироваться на трех составляющих:

1) объединении интересов предпринимателей, органов власти, банков, организаций инфраструктуры и МФЦ;

2) типовых документах для всех сторон процесса в каждом регионе для четкого понимания единых «правил игры» и функций сторон;

3) контроле качества работы модели от Минэкономразвития до общественных организаций.

В рамках данной программы на базе банков и институтов развития предпринимательства создаются центры «Мой бизнес», призванные способствовать сокращению издержек бизнеса, получению более качественных услуг, росту прозрачности государственного управления и т.п. В итоге была создана бесплатная платформа для предпринимателей, собравшая в себе множество курсов, книг и материалов, включая раздел «Академия провалов», обобщивший кейсы о типичных ошибках в организации бизнеса и способах их преодоления.

Например, в Рязанской области было принято решение изменить формат предоставления государственных услуг малому и среднему бизнесу в связи с высокой загруженностью МФЦ и большой долей спроса на услуги со стороны МСП (1/6 от всех запрошенных услуг). Для этого в марте 2018 года было открыто 3 центра «Мой бизнес» на базе Сбербанка, Прио-Внешторгбанка и Центра поддержки предпринимательства. Здесь предприниматели могут не только получить определенные государственные услуги, но и консультации по многим волнующим бизнес вопросам. В ходе дискуссии представители банков рассказали о собственных инициативах по развитию малого бизнеса. В частности, представитель Прио-Внешторгбанка рассказал о проведенных в Сасово и Касимове встречах начинающих предпринимателей с уже состоявшимися бизнесменами. Представитель проекта «Деловая среда» от Сбербанка поведал о медийной части образования предпринимате-

лей: в рамках проекта была выпущена и распространена серия тематических роликов по наиболее распространенным ошибкам бизнеса на примере реальных ситуаций, с которыми сталкиваются конкретные предприниматели.

Секция «Цифровизация государственного управления: приземляя территорию. Общероссийская повестка и проблемы развития регионов» также была проведена в формате круглого стола. На этой секции обсуждались введение нового государственного раздела «Цифровая экономика» и вопросы обучения сотрудников, нормативных разработок и ожиданий от цифровизации. В частности, прозвучали предложения о подготовке онлайн-курсов и других интерактивных программ по практическим темам: «Как открыть кафе и получить франшизу на торговлю алкоголем», «Как открыть салон красоты» и т.п. Выступление представителя Рязанской области наглядно показало, что региональные чиновники готовы к конструктивной дискуссии с представителями федерального Центра. Но обсуждение вопросов цифровизации, помимо очевидных преимуществ, выявило и перекосы в структуре расходов на эти нужды. Так, лишь около 10% сметы занимает необходимый софт, еще 20-30% уходит на обучение чиновников и персонал работе с данной системой. Остальные же деньги тратятся на освещение и популяризацию сервиса среди потенциальных клиентов.

В качестве примеров были рассмотрены сферы здравоохранения, образования и проект «умный город». В частности, большой прорыв был сделан в сфере телемедицины. Документ о легализации удаленных консультаций уже готов, но необходимо больше нормативных актов, позволяющих дальше развиваться в этой сфере.

Сегодня также рассматривались темы цифровизации экономики в регионах и развития центров оказания услуг бизнесу в Рязанской области. Оба мероприятия носили характер круглого стола, где выступления между основными спикерами были разделены примерно поровну. Также могли выступать дополнительно любые желающие со своими взглядами на данные вопросы и примерами. Звучали предложения о необходимости учета специфики некоторых отраслей и структур власти. Так, если в Москве информатизация коснулась абсолютного большинства оказываемых услуг, то в Ярославской области цифровизация коснулась лишь органов региональной власти, в то время как на уровне муниципалитетов она практически отсутствует. Представители Минэкономразвития высказывали сожаление, что до сих пор региональные власти не осознали того факта, что цифровизация государственного управления направлена на установление качественно нового подхода к процессу принятия управленческих решений и к взаимодействию органов власти с гражданами. Однако, данная программа реализуется регионами не осмысленно, а по указаниям федеральных органов. К сожалению, участники круглого стола, представлявшие свои регионы, наглядно подтвердили мысль о незаинтересованности региональных институтов в цифровизации, особенно в том формате, в котором она проводится.

Также в рамках конференции прошел круглый стол на тему «Оценка влияния принимаемых на федеральном уровне проектов нормативных правовых актов на развитие регионов и их расходные обязательства». Во время обсуждения был поставлен вопрос о необходимости участия субъектов

РФ в нормотворческом процессе, а особое внимание было уделено IT-ресурсам, с помощью которых государственные органы субъектов РФ смогут доносить свои предложения до федерального уровня. В рамках круглого стола были также оглашены первые результаты работы за март 2018 года: на портале было размещено 20 проектов, часть которых получили широкий отклик со стороны субъектов РФ. Судя по задаваемым вопросам, ряд представителей регионов ЦФО в большей степени ориентировались на устоявшуюся практику штрафов и тарифную политику. Впрочем, в выступлениях представителей других регионов были озвучены не только технические вопросы оценки регулирующего воздействия, но и форматы взаимодействия с бизнес-ассоциациями и обратной связи с федеральными органами, в том числе, по вопросам обсуждения уже действующих НПА.

Вопреки ожиданиям, на завершающей пленарной сессии не сложилось ни «единого фронта» региональных спикеров, ни однозначного понимания стоящих задач между федеральными и региональными чиновниками. Тем не менее, опыт проведения подобных конференций вполне позитивен, если рассматривать его как площадку диалога и формирования общих принципов взаимодействия власти, бизнеса и общественных организаций на разных уровнях.

Кроме того, в рамках Форума удалось провести ряд встреч с руководителями региональных ассоциаций бизнеса и высокопоставленными чиновниками Рязанской областной администрации, в ходе которых были уточнены основные вопросы дальнейшей работы экспедиции.

РЯЗАНЬ – РОДИНА РОССИЙСКОГО ФЛОТА, РУССКОЙ БУЛАВКИ И ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД

21 апреля 2018 г.

На третий день участникам экспедиции представилась возможность посетить Рязанский государственный университет им. С. Есенина, где специально в рамках культурной программы согласился провести лекцию коренной рязанец, доктор исторических наук, профессор Петр Владимирович Акульшин.

Лектору выпала непростая задача – рассказать о развитии территории нынешней Рязанской области с древних времен и по сегодняшний день с акцентом на истории развития бизнеса и его взаимоотношений с местными властями. Однако Петр Владимирович блестяще справился с поставленной задачей, ни на минуту не потеряв внимания слушателей.

Общая логика лекции, очень скоро превратившейся в беседу, выстраивалась через историю многовекового развития военных и казачьих, торговых и предпринимательских, культурных и благотворительных традиций, дачного, туристского и кулинарного брэнда региона. Лектор на ярких примерах показал, как из промыслов и кустарного производства выростали мануфактуры (в том числе, первое в России производство булавок и иголок) и фабрики, зарождалось российское кораблестроение и сахароварение. Профессор Акульшин раскрыл отличительные черты дворянского, купеческого и крестьянского предпринимательства, оставившись на специфической культуре дворянских имений, в которых зарождались инновационные для своего времени традиции питья чая и кофе, крепостного балета и театра. Для участников экспедиции с необычной стороны (образцовый сельский предприниматель) раскрылась деятельность известного славянофила А.И. Кошелева. Совершенно в новом свете была представлена и благотворительность рязанских купцов.

К сожалению, не все наследие предпринимателей Рязани смогло пережить советский и постсоветский периоды. Однако сегодня в городе и области видно стремление к возрождению предприятий дореволюционной эпохи, возвращение к самобытности производств, подъем малого и среднего бизнеса (в том числе, социального), ориентированного на развитие региона.

Лаборатория исследований в области бизнес-коммуникаций благодарит Петра Владимировича Акульшина за радушный прием и познавательную лекцию, которая не только дала участникам экспедиции пищу для размышлений, но и способствовала корректировке плана дальнейших исследований взаимодействия бизнеса и власти в Рязанской области.

Лаборатория исследований в области бизнес-коммуникаций благодарит Петра Владимировича Акульшина за радушный прием и познавательную лекцию, которая не только дала участникам экспедиции пищу для размышлений, но и способствовала корректировке плана дальнейших исследований взаимодействия бизнеса и власти в Рязанской области.

ИСТОРИЯ РЯЗАНСКОГО КРАЯ: ГОРОДСКАЯ ЖЕМЧУЖИНА И МУЗЕЙ ВОИНСКОЙ СЛАВЫ

22 апреля 2018 г.

В воскресенье для участников была организована культурная программа, в рамках которой студенты и сотрудники лабора-

тории посетили Музей истории воздушно-десантных войск и Рязанский кремль. Добровольным экскурсоводом выступил доктор

исторических наук, профессор кафедры истории России Рязанского госуниверситета им. С. Есенина и Рязанского десантного училища им. В.Ф. Маркелова Игорь Николаевич Гребенкин. Он подробно ознакомил участников экспедиции с экспозицией первого и крупнейшего музея такого рода. Из его рассказа мы смогли проследить эволюцию развития ВДВ, используемого ими оружия и снаряжения, а дежурившие в Музее курсанты училища продемонстрировали принципы их работы.

Следующим пунктом культурной программы экспедиции стало посещение Рязанского Кремля. Несмотря на плохие погодные условия, под руководством профес-

сора Гребенкина удалось совершить обзорную экскурсию по Кремлю, полюбоваться красотой Успенского, Архангельского и Спасо-Преображенского соборов, а также посетить музейную экспозицию в Дворце Олега «Рязанская земля от Руси к России». Большой интерес студентов и сотрудников вызвала диорама «Оборона Рязани», в мельчайших подробностях передающая весь героизм защитников города, пять суток отстаивавших стены от полчищ хана Батыея. Также внимательно участники экспедиции осмотрели археологические находки, церковную утварь и предметы быта дворян, купцов и крестьян Рязанского края.

ОТ ВКЛЮЧЕННОГО НАБЛЮДЕНИЯ - К ПОЛЕВЫМ ИССЛЕДОВАНИЯМ

23 апреля 2018 г.

Экватор экспедиции ознаменовался серией интервью с руководством и сотрудниками НКО, нацеленных на помощь малому и среднему бизнесу. Так, в Центре поддержки предпринимательства Рязанской области с интервьюерами поделились информацией о старых и новых традициях области: *«С год назад появилась следующая традиция: по пятницам на Почтовой улице проводятся пятничные гуляния, где собираются местные жители. Это традиция, которая дала глоток свежего воздуха улице Почтовой, где множество ресторанов и кафе. В регионе много традиций, связанных с едой, например, традиции по празднованию сбора урожая или другая традиция – праздник малины, которому более 5 лет. Красочный фестиваль, где можно попробовать и купить малиновое варенье и все, что из него делают».*

Кроме того, Рязань не осталась в стороне от создания региональных брендов для

привлечения туристов. Например, год назад группа молодых инициативных людей, использовала старую поговорку «А у нас в Рязани грибы с глазами», чтобы раскрутить новый бренд. Вскоре в городском парке сделали памятник «Грибы с глазами», а городские кафе подхватили идею, создав шоколадные грибы, пряники и пирожные в этой стилистике. Не остались в стороне и продавцы сувениров: магнитики с грибами можно купить в каждой сувенирной лавке. Помимо создания новых традиций, в Рязани чтут традиционное народное и художественное творчество, которому несколько сотен лет: Михайловское кружево, Шиловская лоза, Кадомский вениз, Скопинская керамика. В 2014 году был создан областной центр Народно-художественного творчества и ремесел, способствовавший объединению на одной площадке этих промыслов.

Почти все респонденты отмечали, что с приходом новой губернаторской команды бизнес-ассоциации стали общаться друг с другом активнее. Укрепилась консолидация в поддержке малого бизнеса. Тем более, что все основания для создания «единого фронта» у бизнеса есть: несоблюдение налоговых каникул, препоны в регистрации ИП и ООО и т.п. Эксперты говорили о необходимости федеральной реформы контрольно-налоговой деятельности, которая должна способствовать выходу предпринимателей из тени.

Также в этот весьма насыщенный событиями день участники экспедиции встретились с сотрудниками Микрокредитной компании «Рязанский областной фонд под-

держки малого предпринимательства», с председателем Общественной Палаты Рязанской области, директором Рязанской областной универсальной научной библиотеки им. А.М. Горького Натальей Николаевной Гришиной и Уполномоченным по защите прав предпринимателей в Рязанской области Егором Викторовичем Бурцевым. Все респонденты не только поделились своими экспертными знаниями в области динамики и эффективности регионального взаимодействия институтов гражданского общества (в том числе, бизнес-ассоциаций) и власти, но и осветили основные проблемные зоны развития рязанского бизнеса, включая набирающее в последнее время силу социальное предпринимательство.

НАЧАТ ДИАЛОГ С «БОЛЬШОЙ ЧЕТВЕРКОЙ» РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА И ПРОДОЛЖЕН ДИАЛОГ С ЭКСПЕРТНЫМ СООБЩЕСТВОМ

24 апреля 2018 г.

Сегодня участники экспедиции познакомились с деятельностью регионального отделения одной из ассоциаций «большой четверки» - ОПОРЫ РОССИИ. На встрече с руководством рязанского отделения, прошедшей в формате бизнес-завтрака, председатель регионального бизнес-объединения Людмила Викторовна Кибальникова рассказала об основных задачах, которые ставит перед собой и решает ассоциация в тесном сотрудничестве с органами местной власти. Особую роль Людмила Викторовна отвела таким механизмам продвижения интересов МСП, как участие в общественных советах, экспертных комиссиях и комитетах при региональных исполнительных органах власти. На примере решения вопросов с налогообложением бизнеса она также поведала об эффективном взаимодей-

ствии с «Единой Россией» и использовании административного ресурса министерства экономики области. В ходе дискуссии, в которой приняли участие члены правления ОПОРЫ РОССИИ, были затронуты вопросы участия ассоциации в реализации проектов социальной направленности на региональном и городском уровнях, в частности, в организации тематических городских праздников и фестивалей.

После общей встречи сотрудники лаборатории и студенты направились «в поле» интервьюировать владельцев малого и среднего бизнеса, являющихся членами «ОПОРЫ РОССИИ» и представляющих самые различные отрасли: от банковского сектора до мебельного бизнеса, от рынка недвижимости до здравоохранения. Участников экспедиции интересовал взгляд бизнеса на раз-

витие региона в целом, сложившиеся в нем культурные и предпринимательские традиции, формы взаимодействия с властями, каналы продвижения своих интересов в государственных и общественных структурах. Эти живые беседы, в которые часто переросло интервью, позволили составить общее представление о мнении бизнесменов по разным вопросам, включая препятствия развитию предпринимательской инициативы и социальную ответственность бизнеса.

Продолжая изучать традиции Рязанской области, члены научно-учебной лаборатории отправились на встречу с доктором филологических наук Ольгой Ефимовной Вороновой, являющейся руководителем Центра региональных проектов и анализа баз данных ФГБОУ ВПО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина». Профессор кафедры журналистики ярко и подробно рассказала о местных брендах, традициях и принципах коммуникации в регионе. В проспектах Рязанской области нередко можно встретить фразу: «Не было бы Серезжки, не было бы дорожки». Дело в том, что современный туризм Рязани своим развитием во многом обязан именно Сергею Есенину, поскольку знаменитый поэт не только родился в данном регионе, но и смог стать объединяющей культурной силой в наши дни. *«В условиях совре-*

менного взаимодействия России с другими странами, санкциями и общей внешнеполитической ситуацией, культура является объединяющей силой – мостом между нашими странами», - в этом твердо уверена Ольга Ефимовна. Фигура Сергея Есенина является консолидирующей силой и своеобразным брендом не только Рязани, но и России в целом, поскольку его творчество переведено на множество языков и популярно на всех континентах.

Члены экспедиции узнали, что традиции Рязани основаны, прежде всего, на исторических фигурах, сыгравших важную роль в развитии малой и большой Родины. Образы Евпатия Коловрата, Прокопия Ляпунова, Михаила Скобелева оказались тесно связанными не только с историей региона и страны, но с брендами бизнеса и общественными инициативами сегодняшнего дня. В Рязани свято чтут традиции военно-патриотического воспитания: в городе действует единственный в стране музей истории Воздушно-десантных войск. Интересна и традиция земств как институтов самоуправления. Сегодня в области роль органов территориально-общественного самоуправления (ГОСов) весьма велика: в 2018 году их финансирование в Рязанской области возросло в 17 раз.

ОТ ЭКСПЕРТНОГО СООБЩЕСТВА – К МОЛОДЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ

25 апреля 2018 г.

Новый день экспедиции был весьма разнообразным. Он принес возможность на базе РГУ им. С. Есенина в рамках круглого стола обсудить перспективы развития Рязанской области с местным экспертным сообществом. В качестве экспертов были при-

глашены профессора рязанских университетов, практикующие предприниматели, бывшие чиновники и журналисты. Модератором выступил профессор Петр Владимирович Акульшин, который несколько дней

назад прочитал для участников экспедиции лекцию по истории региона.

Первым пунктом для обсуждения стали основные тенденции во взаимоотношениях бизнеса с региональными властями. Крупный бизнес, по мнению выступавших, не заинтересован во взаимодействии с властью. Скорее, существует обратная зависимость. В связи с этим крупные предприниматели стремятся удержать свою часть бизнеса, минимизировать издержки и, по возможности, перевести свои активы в регионы с более благоприятной деловой средой. В коммуникации с властью на данный момент больше нуждается малый и средний бизнес, причем в основном по вопросам поддержки местных компаний для поддержания их конкурентоспособности.

Отдельно была поставлена проблема привлечения молодых квалифицированных кадров, особенно технического профиля. В частности, эксперты отметили, что работодатели не готовы привлекать молодые кадры на высокую заработную плату, в результате чего квалифицированные специалисты вынуждены уезжать из региона. Вследствие этого в регионе катастрофически не хватает рабочих мест. Впрочем, наметились в последнее время и позитивные тенденции: открываются небольшие производства на 100-150 рабочих мест, в Рязань приходят крупные московские предприятия, предпринимаются шаги по развитию в регионе полноценного туристического кластера. Появляются небольшие сервисные комплексы в Са-

сово, Касимове и Константиново. Создаются новые музеи, и развиваются региональные парки и заповедные зоны. Однако, все это, на взгляд участников дискуссии, является, прежде всего, частной и общественной инициативой, а не целенаправленной и системной деятельностью по развитию туристической составляющей экономики и культуры региона. Несмотря на насыщенную историю Рязанской области и ее значимость в истории Российского государства, Рязань до сих пор не входит в Союз исторических городов России из-за развития в регионе в советский период оборонно-промышленного комплекса. В то же время город при поддержке губернатора и областного правительства активно пытается пробиться в состав городов Золотого кольца.

В ходе дискуссии была затронута и острая проблема высотного строительства в городе. Эксперты рассказали о ситуации, когда пришлось «отвоевывать» площадь вокруг Рязанского Кремля ввиду готовящейся отмены стандартов, запрещающих высотную застройку в центре города. Не раз звучали фразы о тернистости пути по сохранению исторического облика города, так как эта задача нередко идет вразрез с интересами бизнеса и требует больших финансовых затрат со стороны местных властей. В связи с этим один из выступавших высказал идею о необходимости стимулирования частного бизнеса на восстановление исторических объектов и создание частных музеев.

**«ДЕНЬГИ – СВЕЖИЕ ЦВЕТЫ, КОТОРЫЕ НАДО УСПЕТЬ
РАЗДАТЬ, ПОКА ОНИ НЕ ЗАВЯЛИ»**

26 апреля 2018 г.

Сегодня участники экспедиции встретились с Уполномоченным по защите прав

предпринимателей в Рязанской области Егором Викторовичем Бурцевым и в нефор-

мальной обстановке обсудили вопросы развития молодёжного предпринимательства в регионе, а также эффективность коммуникации между представителями бизнеса и региональными властями.

По убеждению омбудсмена, молодым предпринимателям нужно прививать российские дореволюционные традиции ведения бизнеса, которые, в отличие от западных, строились не на клиентоориентированном подходе и получении максимальной прибыли, а на важности бизнеса для развития государства и духовных ценностях. Эту мысль он подтвердил, процитировав одного из местных предпринимателей: *«Деньги – свежие цветы, которые надо успеть раздать, пока они не завяли»*. По словам Егора Викторовича, многие студенты, у которых он ведет курс по традициям ведения бизнеса, разделяют подобные идеи.

В ходе беседы выяснилось, что для Рязани характерна односторонняя коммуникация власти с бизнесом. Действующие при исполнительных органах общественные советы обладают высоким потенциалом, однако формализация этого канала коммуникации и зачастую отсутствие заинтересованности со стороны чиновников снижают уровень доверия предпринимательского сообщества к государственным структурам.

Лучшей практикой в этой области омбудсмен считает опыт Республики Татарстан, где уже несколько лет действует Совет по предпринимательству при Президенте Татарстана, рабочие группы которого возглавляются непосредственно предпринимателями и курируются чиновниками разного уровня. Каждая группа на основе проектного подхода разрабатывает решения по представленным проблемам, после чего защищает их перед чиновниками. Важно, что данные проекты не отправляются в долгий ящик: распоряжения по их реализации от-

даются сразу после успешной защиты. Подобный механизм мог быть полезен и для выстраивания эффективного взаимодействия бизнеса и власти в Рязанской области.

Негативную роль во взаимоотношениях бизнеса и власти сыграла информационная среда. В частности, на информационных порталах государственных органов отсутствует внятная информация о формах государственной поддержки бизнеса. В СМИ освещается лишь факт проведения совместных мероприятий бизнеса и власти, но не отображаются положительные моменты по достижению обоюдного и взаимовыгодного сотрудничества.

Участники беседы обсудили и понимание сущности «социальной ответственности бизнеса». По мнению омбудсмена, социально ответственный предприниматель – это, в первую очередь, добросовестный работодатель, работающий «в белую», исправно отчисляющий налоги и ведущий свою деятельность в рамках правового поля. Власти не должны принуждать предпринимателей заниматься социальной работой, а должны поощрять инициативы бизнеса социальной направленности.

Состоялась и встреча в Рязанском отделении РСПП, где директора крупных предприятий города и области единодушно отметили, что каналы продвижения своих интересов у крупного бизнеса сложились давно и функционируют стабильно. Смена власти в регионе не оказывает на них какого-либо значительного влияния в силу того, что они в большей степени взаимодействуют с федеральными институтами. Участники круглого стола полагали, что скорее областные власти нуждаются в поддержке крупного бизнеса, нежели наоборот. В то же время выступавшие отметили, что в последние годы крупный бизнес испытывает трудности из-за сокращения производственных мощ-

ностей. Болезненной является и проблема несоблюдения сроков оплаты по государственному заказу.

На встрече с председателем молодежного правительства области Екатериной Протасовой были озвучены примеры успешного молодежного предпринимательства: открытие баров и ресторанов быстрого питания, деятельность фирм в сфере робототехники и т.п. В ходе беседы основное внимание было уделено сотрудничеству молодежного правительства с предпринимателями для реализации инициированных мо-

лодежью региональных проектов. Так, в регионе работает ряд предпринимателей, активно поддерживающих социальные акции, в том числе, организованные молодежным правительством, однако основным каналом финансирования проектов остаются гранты. Рассказала Екатерина и о деятельности созданной по инициативе молодежного правительства молодежной биржи труда, интерес к которой проявили как представители бизнеса, в том числе высокотехнологичного, так и молодежь города и области.

ЗАВЕРШАЯ ВСТРЕЧИ С «БОЛЬШОЙ ЧЕТВЕРКОЙ»

27 апреля 2018 г.

В предпоследний день экспедиции ее участники встретились с представителями рязанских отделений «Деловой России» и Торгово-промышленной палаты.

Глава регионального отделения «Деловой России» Владимир Валентинович Моторжин уверен, что общение власти с бизнесом, к сожалению, носит несколько односторонний характер. Конечно, в последнее время в регионе стали проводиться форумы с участием представителей бизнес-сообщества, однако у предпринимателей не всегда есть возможность выстроить систему обратной связи по затрагиваемым ими вопросам. С одной стороны, перевод ряда форматов взаимодействия в заочную форму – экономия времени. Но, с другой стороны, бизнес теряет интерес к такого рода коммуникации из-за отсутствия живого общения. Также Владимир Валентинович посетовал на отсутствие единого реестра хозяйствующих субъектов региона и на низкую информированность бизнеса по вопросам изменения законодательства. В ходе круглого стола члены ассоциации отметили и ряд типич-

ных проблем, в частности, особые требования к продукции в рамках госзакупок, позволяющие перераспределять ресурсы в пользу «своих» компаний. Болезненным для бизнеса по традиции остается вопрос налогов и, особенно, неналоговых платежей. Причем, по мнению выступавших бизнесменов, именно последняя сфера закрыта для общественного контроля и влияния. Так, не нашла поддержки в областной администрации идея создания перечня неналоговых платежей. Что касается молодых предпринимателей, то в ходе дискуссии были отмечены основные препятствия развитию молодежного бизнеса: высокие пороги для входа в отрасль для начинающих предпринимателей, отсутствие льгот и преференций, которые помогли бы им встать на ноги. По мнению участников встречи, основной социальной функцией бизнеса является нормализация среды вокруг себя. А все остальное они рассматривают как механизм взимания с бизнеса дополнительных средств.

Теплый прием встретили участники экспедиции и в Рязанской торгово-

промышленной палате. В рамках встречи президент ТПП Татьяна Васильевна Гусева вместе со своими заместителями Евгением Сорокиным и Александром Яшкиным рассказали об истории создания Палаты, нелегких 1990-х годах, вынужденной коммерческой деятельности, пикетировании Областной думы в начале 2000-х годов и активном отстаивании интересов бизнеса в последние годы. При этом представители Рязанской ТПП постоянно подчеркивали, что объединение, насчитывающее более тысячи добровольных членов, «лоббирует» исключительно экономические интересы и старается, по возможности, действовать вне политического поля.

Одна из крупнейших в России Торгово-промышленных палат ориентирована, в первую очередь, на решение системных проблем бизнеса. В частности, региональная ТПП не раз защищала рязанский бизнес от давления естественных монополий. Наглядным примером является борьба Палаты против скрытого роста тарифов на электроэнергию со стороны крупной энергетической компании.

Отдельного внимания заслуживает региональная социальная программа «Забота», реализуемая совместно с малым и сред-

ним бизнесом области. Основная цель данного проекта заключается в предоставлении незащищенным слоям населения возможности приобретать товары и получать услуги по сниженным ценам при сохранении качества приобретаемого товара или предоставляемой услуги. Масштабы программы поражают: на сегодняшний день более 200 предпринимателей представляют льготы 18 категориям населения. По словам Татьяны Васильевны, ежедневно волонтеры оформляют порядка 40 социальных карт программы. При этом принять участие в проекте могут только местные компании.

Выступавшие наглядно показали, что участие в данном проекте выгодно не только населению, но и бизнесу: во-первых, растет доверие к таким компаниям со стороны местных жителей; во-вторых, расширяется их клиентская база, что хоть и незначительно, но увеличивает их прибыль (в среднем на 5%). Но главное, что у предпринимателей появляется возможность реализовать свою потребность в исполнении социальной функции. При этом соблюдение участниками требований программы жестко контролируется: при их нарушении компании и предприниматели исключаются из программы.

НА ФИНИШНОЙ ПРЯМОЙ

28 апреля 2018 г.

Последний день экспедиции научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций завершился встречей с директором ООО «Элита-хлебсервис» и «Русский мороз» Николаем Викторовичем Бодягиным, владеющим компаниями пищевой промышленности, которые выпускают хлебобулочные и замороженные изделия. По твердому убеждению предпри-

нимателя и профессора РГРУ, навыки предпринимательства приобретаются лишь в ходе деятельности. Наглядный пример тому - большая часть предпринимателей в области являются выходцами из среды преподавателей и десантников.

Предприниматель предпочитает решать вопросы с представителями регио-

нальной власти, нежели с руководством бизнес-ассоциаций. При этом, по его мнению, эффективность взаимодействия напрямую зависит от уровня чиновника. На вопрос о социальной ответственности бизнеса Николай Викторович ответил, что ви-

дит ее в добросовестном выполнении своих обязательств и проведении благотворительных акций. В частности, сам бизнесмен поддерживает развитие альпинизма, лыжных школ и еще ряда общественных организаций.

AN ACADEMIC EXPEDITION DIARY

The readers are invited to consult the diary of the student expedition «Traditions of business-government interactions in Russian regions: Case of Ryazan Region», organized in April'18 by the Research and Education Laboratory of Business Communications Study in the framework of the university project «Re-discovering Russia». According to the diary, HSE and laboratory staff share their impressions of the trip to Ryazan and communications with regional business community representatives.

Key words:

Ryazan Region, expedition, Higher School of Economics, Re-discovering Russia, traditions, business-government interactions.

КРУГЛЫЙ СТОЛ В РЯЗАНСКОМ ОТДЕЛЕНИИ РСПП «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЯЗАНИ ГЛАЗАМИ КРУПНОГО БИЗНЕСА»

В рамках изучения традиций взаимоотношения бизнеса и власти в Рязани участники экспедиции посетили представителей региональной «Бизнес-четверки» для взаимного понимания текущей ситуации в Рязанской области по данному вопросу. Опыт деятельности крупного бизнеса в рамках круглого стола поделились члены рязанского отделения Российского союза промышленников и предпринимателей. Данный материал представляет собой основные тезисы, озвученные участниками в ходе дискуссии.

Ключевые слова:

Традиции, взаимоотношение бизнеса и власти, региональные власти, РСПП, социальная ответственность, Рязанская область.

Если говорить о региональном уровне, то взаимоотношения крупного бизнеса с властью от выборов до выборов практически отсутствуют. Если же существует действительная необходимость решить свой вопрос, то необходимо обращаться к конкретным представителям власти и решать вопрос на месте.

Пару слов стоит сказать о состоянии дел в районных центрах области. Районные центры области «умирают»: рабочих мест нет, преобладает внутренняя трудовая миграция (либо в областной центр, либо в Москву).

Например, недавно готовили инвестиционное предложение по городу Скопин, который имеет большой производственный потенциал (завод строительных машин, гидрометаллургический завод, стекольный завод, завод горно-шахтного оборудования, завод электронасосов, кирпичный завод). Прежде здесь были промышленные предприятия, большой культурный центр, народные промыслы и прочее, однако сейчас город находится в плачевном состоянии. Остался один автоагрегатный завод, на котором АвтоВАЗ выпускает амортизаторы, хотя и данное производство работает с перебоями.

Что же могут сделать власти в этом плане? Вероятно, заняться поиском инвесторов, созданием благоприятного инвестиционного климата и т.д.

Показателен пример разработки стратегии развития Рязанской области. Бизнес-ассоциации всегда предлагали региональным властям помочь в разработке данной стратегии. Бизнес был заинтересован в участии, более того, не просто в участии, но и в финансировании проектов. Однако в этом не заинтересованы чиновники, которые отказались от помощи бизнес-сообщества. Что же в итоге? Стратегия Рязанской области полна «воды» и построена по принципу «за все хорошее, против всего плохого». Тогда как основные стратегемы должны быть прописаны снизу-вверх и осознаны людьми, которым их потом будут исполнять, иначе грош цена этой стратегии.

Члены рязанской РАЭСП писали 15 лет назад стратегию развития совместно с инженерно-экономической кафедрой, специально объезжали перед этим все районы области. К сожалению, власти к ней интереса не проявили: она так и осталась лежать где-то в архивах.

Теперь перейдем к федеральной власти. 95% вопросов, реально волнующих бизнес любого уровня, - вопросы, относящиеся к федеральному уровню. Во-первых, экономическое развитие Рязанской области за счёт каких-либо внутренних источников. Бюджетный федерализм устроен таким образом, что в России больше половины (75%) регионов являются дотационными. Тогда как бюджетный федерализм должен работать таким образом, чтоб минимум 50% регионов были самодостаточны. Таким образом, бюджетные правила должны меняться автоматически. Во-вторых, экономическая политика, которая в Рязанской области просто «замечательная», а именно знаменует

собой возвращение к бартеру. Значит, уровень монетизации экономики как в дореволюционной России: меняем яйца на зерно.

Пару слов о Промсвязьбанке и Минфине. Это политика проциклического регулирования. На сегодняшний день покупательская способность населения упала, в силу чего упал и размер среднего чека. На этом фоне в ход идут призывы: «Давайте поддерживать малый и средний бизнес!». Что же происходит реально? Да, налоги не увеличивают - это правда. Улучшили налоговое администрирование - это тоже правда. Собираемость также налогов растёт.

Но это с одной стороны - налоговое администрирование, а с другой - банки. В частности, 115-ФЗ «О противодействии легализации доходов, полученных преступным путём, и финансированию терроризма» бьет по предпринимателям. Им блокируют деньги, закрывают счета, отказывают в расчетно-кассовом обслуживании и т.д. И перечень критериев, на основании которого это делается, открытый. При этом жаловаться предпринимателю некому.

Дайте пряник: уменьшите начисления на фонд оплаты труда и НДС. Одним кнутом ничего не сделать. Это называется «политика проциклического регулирования». Необходимо было предпринимать эти меры, когда были высокие нефтяные цены и профицитный бюджет.. Тогда бы было легче вывести бизнес из серой зоны. А сейчас контрагенты не платят месяцами и годами, заказы уменьшаются, конкуренция высокая, а ещё налоги пытаются максимально «выкачать».

Процентные ставки по кредиту также меньше не стали. В.В. Путину на пресс-конференциях дают правильную статистику: процентная ставка по кредитам 10,5% годовых. Но это «средняя температура по

больнице», в то время как для малого и среднего бизнеса они составляют 17% и 18%. Это ещё один элемент политики проциклического регулирования.

Власть не заинтересована в обратной связи. Есть два мира: отдельно - это власть, и отдельно - это бизнес. Когда речь идет о крупном бизнесе, необходимо понимать, что на самом деле влияние региональных властей незначительное. Но это не беда нашего региона: вероятно, по всей стране ситуация такова. Нельзя говорить о том, что в Рязанскую область пришла новая власть, и если бы это были наши, рязанские, то они вели бы себя по-другому. Это общая система, которая сегодня сложилась, и от которой пока никуда не уйти.

Нужно сказать о том, что региональная власть очень чётко отслеживает состояние промышленности, ведь наполнение бюджета - это реальный сектор экономики. В связи с этим любое из предприятий находится под пристальным вниманием: постоянные контакты, отслеживание всех параметров идёт очень чётко. Региональные власти по болевым точкам реагируют в меру сил, возможностей и способностей, а также в зависимости от взаимоотношений на федеральном уровне. То есть нельзя сказать, что нет внимания к промышленности. Внимание есть и очень конкретное, когда уровень решаемых вопросов зависит от конкретных ситуаций.

Основная задача бизнеса - это получение прибыли. При прочих равных условиях все-таки отдельные предприятия живут, развиваются и двигаются вперёд. Хотя сложно и напряжённо. Не будем говорить о санкциях, которые нам со всех сторон предъявляют, и которые продолжают расширяться. Мы отдаём себе отчёт в том, что экономическая ситуация в нашей стране достаточно сложная.

Но живет надежда на то, что в конце концов вновь избранный президент наймёт новую команду в правительстве. По крайней мере, есть заявления, что сегодня вопрос номер один - это все-таки внутренняя экономика. Если мы будем на самом деле развиваться и подтвердим свою экономическую состоятельность, тогда нас опять будут уважать.

Подводя итог, стоит сказать, что у нас конструктивные деловые отношения с властью. Другое дело, что мы должны чётко понимать, что они могут, а что можем мы. Здесь надо искать какие-то точки соприкосновения, чтобы объединить усилия и решать наши вопросы. Вот в чем заключается наша система взаимоотношений.

Один позитивный пример: недавно одному из членов рязанской РАЭСИ позволили из команды губернатора и спросили мнение по поводу возможного назначения кандидата на должность заместителя министра. Это очередное движение в нашу сторону, которым хотят просто показать, что региональные власти с нами, что они хотят нас слышать.

Тем не менее, создается впечатление, что бизнес-сообщество вместе с местной властью пытаются как-то компенсировать те издержки, которые создала федеральная власть.

Например малый бизнес. Мы этой стихии дали добро, и она начала плодиться очень быстро. И что произошло? Эта совершенно безграмотная в бизнесе масса. Ошибочно думать, что бизнес - это профессия, которой может любой заниматься. Это абсолютно не так, этому надо учиться серьезно. А если не учиться, то энергия страны, людей расходуется впустую. В итоге - возня вокруг бизнеса с нулевым результатом в конце.

Наш народ выживать привык, поэтому что он сделал? Ушел в серые схемы. Налоговый пресс и полное игнорирование того, что происходит в среде малого бизнеса, привели к тому, что весь малый бизнес оказался в капкане. Если всей массе придётся закрываться, кто тогда начнёт заново этот малый бизнес?

Однако появились позитивные ростки. Бизнес-сообщество много лет повторяло, что не надо просто раздавать деньги. Мы посчитали, например, то если бы мы вместо 6-8 миллионов рублей за 4 года получили на эту же сумму снижение процентных ставок, то могли бы в 6 раз больше средств привлечь для модернизации предприятий.

Сейчас создалась тупиковая ситуация, когда, с одной стороны, надо переходить на белую работу всем, а с другой стороны, малый бизнес опустился на дно, откуда он не может выбраться.

Когда федеральная модель пришла в нашу жизнь, появился принцип «конкуренция - это двигатель прогресса». В результате на конкуренцию уходит столько сил и энергии, что уже о целесообразности думать некогда и бессмысленно. В советское время была соревновательность. Что такое соревновательность в отличие от конкуренции? Если предприятия работают в одной отрасли, то они вполне могут перенимать опыт, даже учить друг друга каким-то профессиям. Если у нас только одну конкуренцию оставить, то необходимо столько оборудования купить, чтобы быть конкурентом, что это никому не под силу. Вместо этого можно было бы развивать кооперацию. Однако этому надо помочь. Здесь нужна такая же жёсткая рука, как в Китае. Вопрос в том, кому мы помогаем заниматься бизнесом в своей стране? Рвачам? В малом бизнесе каждый второй - это рвач, у которого личная цель - заработать и уехать. Люди не настроены

поднимать страну, а мы им помогаем: даём субсидию, а они не знают, что делать дальше.

Возвращаясь к теме, стоит отметить, что у нас в области существуют десятки комиссий, которые объединяют предпринимателей и власть, на которых рассматриваются очень важные для развития региона проблемы. В частности, есть комиссия по привлечению иностранных рабочих. Она рассматривает все заявки предприятий, достаточно тщательно проходит к отбору. Все решается достаточно демократично: бизнес тоже принимает участие. Не так давно начала нормально работать структура Общественной палаты по взаимодействию с естественными монополиями. В принципе работа по взаимоотношению власти и бизнеса в общем-то есть. Её, может быть, просто уже считают обыденной и не замечают, но фактически она есть.

Эти комиссии представляют возможность высказать свою точку зрения. Естественно, представителям малого бизнеса зайти в администрацию невозможно. Поэтому только через такие комиссии их голос могут услышать. Однако они зачастую говорят в основном о частных проблемах, а не вопросах общего для предпринимательского сообщества характера.

Проблема № 1 для производства, для промышленного предприятия - модернизация. Ещё при Д.А. Медведеве провозгласили хорошую программу, но на деле она не работает. На сегодня модернизировать предприятия практически невозможно. Мы не так давно покупали станок, привезли из Германии, очень радовались, что купили хороший станок, который заменил сразу полтора десятка человек, однако этому станку 40 лет (!). Успокаивал только тот факт, что к моменту покупке в Германии на заводе он работал, в чем мы смогли лично убедиться.

Купит новый станок (немецкое предприятие его меняло на новый) просто невозможно. Невозможно представить, когда наше предприятие сможет заработать такую сумму для покупки нового станка.

Нужно и можно консолидироваться, иметь тесную связь и работать вместе бизнесу и власти, предпринимателям и производителям, потому что вопросов общих очень много. Встает вопрос: почему тогда эти акторы не кооперируются? Значит, существуют какие-то препятствия. Есть вопросы глобального характера, особенно сейчас, в санкционный период. Есть серьезные вопросы по сбыту товара. Получается, есть внутренний рынок и внешний рынок, и надо тщательно вопрос решать по продвижению товара на обоих рынках. Говорили о рвачах, что рвачеством у нас в основном занимается малый бизнес. Следовательно, надо в общем решать вопросы с бизнесом и властью и искать способы по увеличению вовлеченности малого бизнеса в производство. Не секрет, конечно, что малый бизнес в сфере производства на сегодня занимает маленькую толику, не более 12%, в то время как 80% малого бизнеса - это в основном финансовый бизнес. Производственный бизнес самый рискованный бизнес, он сегодня отдачи не даёт.

Высока и цена входного билета в производственный сектор. Условно, раньше было 200 000 евро, сейчас за 200 000 евро ничего не сделаешь.

Отдельно встает вопрос подготовки кадров для предприятий. Крупный бизнес в основном самостоятельно занимается подготовкой кадров, имеет свои кафедры, а малый бизнес такой возможности не имеет. На наш взгляд, специалистов должно готовить правительство, а предприятия должны производить продукцию. Они не должны заниматься кадрами. Над этим вопросом надо работать совместно с вузами и другими

учебными заведениями, привлекать промышленных работников к написанию образовательных программ.

Надо разделить, что такое подготовка кадров: есть бюджетная подготовка, за которую государство отвечает, есть коммерческая подготовка, которую определяете вы сами: куда идти, где и в каком ВУЗе учиться. Что касается бюджетного уровня, то наша школа сегодня работает под заказ. Что касается управленцев, то система, которая внедряется, подразумевает договорной формат: абитуриент, ВУЗ и потенциальный работодатель.

Сегодня на рынке труда большая разбалансированность трудовых ресурсов: готовят хаотично не применительно к сфере экономики региона. У нас все экономисты и юристы, а на предприятия работать некому. Много вопросов возникает и в рамках пропаганды социальной ответственности бизнеса. Однако что под ней понимается? На наш взгляд, это понятие многоуровневое.

Первый уровень социальной ответственности заключается в том, что предприятие выплачивает все положенные налоги и работает в «белую». Если говорить о количестве предпринимателей, работающих в рамках как минимум первого уровня, то их все еще катастрофически мало. Когда у предприятия есть деньги, у него появляется способность и необходимость в пиаре, если это затрагивает региональный бренд или торговую марку. Второй уровень социальной ответственности начинается с вопроса, что полезного я могу сделать, чтоб на этом не просто социальную ответственность свою проявить, а еще и пиариться. Многие предприятия в Рязани выстраивают бизнес-территорию вокруг себя, уже поучаствовав в проведении грантовых мероприятий в качестве спонсоров или меценатов.

Третий уровень социальной ответственности не может распространяться автоматически на всех предпринимателей. Например, сетевые структуры и оборонные мероприятия сразу исключаем. Соответственно дальше человек хочет что-то реализовать. У нас есть предприятие для рыбаков, например, вот у него тема экология и джаз. Без сторонних просьб оно поддерживает джазменов и занимается разными экологическими проектами. Вокруг него, соответственно, формируется некая группа энтузиастов-предпринимателей. То есть люди де-

лают это не для рекламы, не для пиара, а просто по зову сердца.

Самое страшное, когда власть начинает с бизнеса требовать социальную ответственность.

Пока выводы делать на много лет вперёд, на наш взгляд, не стоит. Надо все-таки посмотреть то, что у нас сейчас меняется, пусть и меняется не быстро. Поэтому хорошо, что мы можем высказать альтернативные идеи, обменяться мнениями и пообсуждать.

A VIEW OF BIG BUSINESS ON RYAZAN ENTREPRENEURSHIP: ROUND TABLE IN RUSSIAN UNION OF INDUSTRIALISTS AND ENTREPRENEURS

For the purpose of studying Ryazan traditions of business-government interactions, the participants of the expedition visited representatives of the regional "Business-4" for a comprehensive understanding of the current situation in the Ryazan region on this issue. During the roundtable Members of the Ryazan office of the Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs shared their experience of large business activities. This article represents the main points voiced by the participants during the discussion.

Key words:

Traditions, business-government interactions, regional governments, Russian Union of industrialists and entrepreneurs, social responsibility, Ryazan Region.

КРУГЛЫЙ СТОЛ В РЯЗАНСКОЙ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЕ «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА»

Рязанская Торгово-промышленная палата является одной из наиболее социально-ориентированных бизнес-НКО в Рязанской области, ведущей свою деятельность не только в интересах регионального бизнеса, но и на благо местных жителей. На круглом столе, ключевые выдержки из которого представлены в данном материале, руководители региональной ТПП поделились принципами работы ассоциации, которым они не изменяют с момента образования Палаты, и показали возможности для консолидации бизнеса вокруг социального проекта.

Ключевые слова:

ТПП, Рязанская область, взаимодействие бизнеса и власти, социально ответственный бизнес, программа «Забота».

Гусева Татьяна Васильевна, Президент Рязанской ТПП:

Буквально через месяц мы будем отмечать свое двадцатипятилетие. Я была у истоков, инициировала создание палаты. В 1993 году, когда мы создали ТПП, целый год палата была закрытым обществом. На этом настояли наши учредители, хоть это было в корне неправильно. Сейчас мы одна из крупнейших палат РФ, хотя Рязань не самый крупный город. По членству в палате мы выбрали американский вариант – добровольное членство – и очень этим гордимся.

У нас неограниченная сфера деятельности: мы реализуем мощную лоббистскую

функцию, защищаем интересы бизнеса, продвигаем его, информируем бизнес, занимаемся даже отчасти государственной функцией – сопровождением экспортной деятельности в бизнесе. Мы также учим бизнесменов: у нас есть Учебно-методический центр, где проходят семинары и круглые столы. Мы не занимаемся политикой, мы занимаемся сугубо экономикой, но чем крепче мы становимся, тем больше экономика смыкается с социальной сферой и политикой. Об этом свидетельствует и моя карьера – я совершенно не стремилась в депутатство, меня убедили это сделать после того, как мы стали очень

сильной палатой (1160 членов, крупнее многих, даже Южно-уральской палаты в 600-700 членов).

Со временем мы претерпевали различные изменения. Палата раньше была очень слабой, так как у нас не было, как на Западе, больших традиций. Приходилось заниматься даже коммерцией. В 1990-е годы к нам приезжал лорд из Палаты Великобритании, который, увидев, что мы зарабатываем, сказал, что в следующий его приезд у нас уже будет настоящая коммерция. В Великобритании в ТПП много членов, и на эти членские взносы они живут целый год. А у нас тогда на эти членские взносы даже месяца нельзя было прожить. Поэтому приходилось самим зарабатывать.

И с бандитами были разборки. В 1993-1996 гг. была очень тяжелая криминальная ситуация: на нас наседали, но благодаря хорошим друзьям в 6-м отделе, нас как-то не сильно трогали. Криминальные структуры изначально знали, что мы бандитов в члены не берем, несмотря на красивые названия ряда организаций. Они даже уважали нас за это.

Изначально мы занимались выставочной деятельностью, так палата и родилась. Почему мы так известны? В Рязанской области нас, наверно, знают все. У нас были удачные акции по защите бизнеса от монополистов, за что мы даже были отмечены В.В. Путиным. Однажды защитили бизнесменов от энергетиков, которые придумали очень кабальный договор, чтобы скрытно наращивать тарифы, в результате чего они подскочили 3 раза. Всем возмущавшимся предлагали переходить на ночную смену, однако технологически это было сделать многим невозможно. Мы провели экспертизу, вначале над нами даже ФАС смеялся, но мы их все-таки убедили, создали очень серьезную комиссию. Работал общественный

коллективный разум. Если изначально энергетика смеялись над нами, то позже они начали осознавать опасность - один за другим убрали пункты из их договоров. 12 дней подряд у нас шли заседания по 2-3 часа.

Примерно такой же шаг, но уже на более высоком уровне, сделал Межрегионгаз, пытавшийся навязать кабальный договор нашим потребителям газа, подсунув вместо простого коллективного договора коммерческий. Монополисты и разговаривать с нами не хотели, приходилось даже идти во власть и в ФСБ. В результате совместных усилий все-таки началось разбирательство на очень высоком уровне: Миллер, Зубков, Фрадков. В итоге монополисты ответили за содеянное. За это нас В. Путин отметил: «Палата рязанская занимается нетрадиционным видом деятельности: понижает тарифы». Понижать мы, конечно, не можем, но сделали все возможное, чтоб они не повысились. Сейчас монополисты ведут себя достойно, повышают, но более осторожно, лоббируя сначала.

Был период (лет 10), когда власть не советовалась с бизнесом. Я была в оппозиции, как Жанна Д'Арк. Наш летучий отряд, 100-200 человек, собирался мгновенно, и мы пикетировали в основном Городскую Думу, которая принимала ни на чем не основанные решения. Приходилось ходить на митинги с плакатами «Хватит валять дурака, пора работать, дайте бизнесу жить спокойно». Власти видели в нас опасность, и под конец депутаты пошли на встречу и ходили на переговоры, пусть и чувствовали себя не очень ловко.

Городской Совет еще год фактически не работал. Депутаты разбились на две половины, и то одна половина ходит, то другая. Мы не сдались, пошли пикетировать Областную Думу, увидели отряд (человек

300) милиции. Было непонятно, для чего такой отряд был нужен, ведь в пикете участвовали в большинстве своем женщины, и эти женщины боролись за нужды города. После дискуссии с нами милиция разошлась. Эти события происходили уже после 2000-го года.

Яшкин Алексей Иванович, Вице-президент Рязанской ТПП:

Суть требований состояла в принятии закона об отзыве депутатов, раз они не работают.

Гусева Т.В.:

Мы решили мобилизовать Областную Думу чтобы они приняли закон об отзыве депутатов. После этого закон был принят быстро, причем, потом наш лозунг даже приняла Единая Россия. Однако этот закон был невыполним: из 50 тыс. проживающих на территории 30 тыс. должны были сказать «да». Сколько же надо собрать сил и денег. Тем не менее, в скором времени Городская Дума все-таки заработала.

Власть работала обособленно от бизнеса, и имидж бизнеса был негативным: мол «все они такие», а «мы вроде за бюджет». Сейчас власть (федеральная) стремится много функций отдать государству, и в то же время проявляет необыкновенную открытость (пример - ОРВ – оценка регулирующего воздействия). Мы не успеваем во всех комитетах участвовать. Больше 20 или 30, каждый квартал проводят заседания.

Яшкин А.И.:

Но это квазидемократическая процедура, так как Совет имеет рекомендательный характер.

Гусева Т.В.:

У нас сейчас новый губернатор, и мы этому чрезмерно рады. Он прошел большую профессиональную школу: в Калуге успел

поработать, начиная с Минэкономразвития и заканчивая мэром, а также возглавлял Думу. Молодой человек, 46 лет, свободно говорит на английском, знает экономику, человек очень демократичный, лояльный, а главное - как-то старается двигать экономику. У нас в плане экономики сейчас хорошее движение. «Я поставил себе задачу: в три раза инвестиции повысить», - и сам инвесторов ищет, ездим по регионам, даже по странам. Крупный инвестор идет, особенно в аграрный сектор. Востребованность земли сейчас стала большой – это радует. У нас такого губернатора уже давно не было.

Орлов Игорь Борисович, заместитель заведующего НУЛ:

Мы слышали, что после губернатора Ковалева резких изменений не произошло. Все в основном молчат про Шпака, про Ковалева говорят охотно. Чиновники, по их словам, при нем стали понимать, что от них хотят. Бизнес, что стали их слышать. Не просто слушать, но еще и слышать. С кем взаимодействие проще? Все говорят, что на первом месте – губернатор, на втором и третьем – у кого как. Некоторые прокуратуру даже называют. С точки зрения менеджмента, наверное, не очень хорошо, когда первое лицо области становится его основной осью развития. Называется ручное управление. Хотя говорят, что на самом деле, некоторые вещи институализируются. Так это или не так?

Гусева Т.В.:

Я думаю, так. Преуменьшать роль губернатора нельзя. У него большие властные полномочия, талант, эрудиция, поэтому с ним соперничать кому-то другому ниже уровнем невозможно. У нас в этом отношении Минпром (Светлана Владимировна), работает на результат, но таких по пальцам пересчитать. Обычный чиновник старается

чего-то не нарушить, в противном случае он лишится своего места. Светлана Владимировна работает по принципу «как что-то улучшить, помочь, продвинуть», поэтому она и заняла пост министра.

Помимо того, как бизнес рос, мы крепили, и у нас появились предпосылки для создания социальных программ. Мы смотрели, что в Химках есть программа «Ветеран», но нас тогда не поддержало правительство и Ковалев. Однако нас поддержал новый мэр – Артемов, который сейчас является заместителем губернатора. Он вместе с Горячкиной нас поддержал. В итоге в 2012 году мы запустили такую программу. Нам дали специальный приз и предложили тиражирование опыта в пределах России. Мы сразу очень резкий старт взяли – 100 000 населения. Нам помогали предприниматели, и все – на добровольной основе. Мы сами не ожидали такой отдачи.

Программа сама регулируется изнутри, и называется «Забота»: 200 предпринимателей обслуживают 200 000 населения. Мы охватили все 18 категорий социально незащищенного населения, еще 1 думаем охватить – матерей-одиночек. Есть брошюрка, где и что вы можете приобрести. Это стало хорошим брендом, используют даже те, кто членом программы не является. На основании этой карточки предоставляется система гарантированно низких цен при довольно высоком уровне качества. Вначале к программе отнеслись с недоверием. Полгода палата контролировала процесс, собирали производителей и торговцев. Разнятся цены примерно на 20% по продуктам питания, а это очень серьезная разница.

Теперь мы собираем участников программы, говорим о новых продуктах, о ценнообразовании. «Пятерочка» в этот проект просилась, но мы федералов не берем – только своих. По ценам мы конкурируем с

ними, но качество лучше. Дисциплина строгая, сами производители тормозят цены. Они понимают, что огромная сеть в программе – гарантированный сбыт.

Заметьте, ни слова рекламы, все через людей. Знаете, кто выгадал эти 100 000 людей? Студенты и пенсионерки, минута на человека, анкеты надо заполнить. 2000 карточек в день заполнялись. Студентам социального факультета проводили это как практику.

Орлов И.Б.:

Организационное сопровождение программы – только ТПП?

Гусева Т.В.:

Администрация нам помогала. С карточками. Не было начального капитала.

Орлов И.Б.:

А учредители НКО кто?

Гусева Т.В.:

Органы власти, но деньги внебюджетные.

Яшкин А.И.:

НКО помогло финансово, дало деньги на сервер, изготовление карт и буклетов.

Орлов И.Б.:

Переговоры с предприятиями только ТПП?

Гусева Т.В.:

Да. Власти нельзя.

Орлов И.Б.:

А если магазин уберет табличку «Забота»?

Гусева Т.В.:

От него уйдут клиенты.

Яшкин А.И.:

Есть торговое предприятие. Человек приходит с карточкой, спрашивает: «А вы по карточке «Забота» обслуживаете?» Предприниматель начинает задумываться, звонит нам, спрашивает, как вступить. Клиенты-то приходят.

Гусева Т.В.:

В результате этой программы стало возможным, что меня провели в Думу, хотя я сопротивлялась.

Орлов И.Б.:

Есть плюсы от работы в Думе для лоббирования программ?

Гусева Т.В.:

Дума не мешает работать. Чиновники теперь бегают: «У нас изменился закон, надо предупредить, собирайте бизнес». Мы проводим рабочие совещания, например, с Фондом поддержки и развития промышленности. У нас создан свой маленький фонд. Мы собрали предпринимателей, и Фонд рассказывал, как получить дешевые кредитные деньги. Это не депутатская обязанность вообще-то, но мы считаем, что нужно бизнес поддерживать.

Орлов И.Б.:

ТПП каким-то образом участвует в программах кредитования?

Яшкин А.И.:

Мы информируем. Здесь, на мой взгляд, неверный посыл: когда государство организует фонд поддержки предпринимателей, фонд поддержки промышленности, оно не создает условия для тех рыночных институтов, которые уже существуют в экономике: банки, кредитные организации, не создает условия, чтобы там брали деньги.

Гусева Т.В.:

Главное, что те деньги, что выделяют-ся на эти фонды, наполовину тратятся на аппарат.

Орлов И.Б.:

Есть какая-то собственная система обучения, не связанная с вузами?

Сорокин Евгений Григорьевич, Вице-президент Рязанской ТПП:

На базе Палаты есть своя учебно-методическая контора, которая проводит круглые столы, образовательные семинары по актуальным проблемам. Есть несколько курсов, по которым мы выдаем сертификат (в основном это бухгалтерский учет), остальное не формализовано. То, о чем уже говорили по Фонду развития промышленности, - это, по сути, обучающее мероприятие: рассказывали, что у него есть, какие направления, как он выдает деньги, какие документы надо оформить, что им надо сдать, какие подводные камни ожидают, какое обеспечение должно быть и так далее. Мы привлекали финансовых директоров предприятий, которым реально нужно получить эти деньги. Вчера опять проводили трехчасовой семинар по изменению законодательства валютного регулирования, для чего приезжал разработчик программы из Москвы.

Орлов И.Б.:

У Вас есть собственная газета или сайт?

Яшкин А.И.:

Есть газета «Под знаком Меркурия», где есть информация обо всех мероприятиях и возможностях. Рассылаем ее по членам Палаты и по всей РФ. Чем система хороша, так это тем, что палаты не конкурируют, а наоборот друг у друга учатся. У нас есть организация палат ЦФО, которую возглавляет

воронежский коллега. Плюс Российская Палата собирается 2 раза в год. Сейчас раз или два раза в месяц в режиме видеоконференции встречаемся со всем руководством Российской Палаты, и они рассказывают, что у них происходит.

Гусева Т.В.:

Я нам самом деле рада санкциям: если бы не они, мы бы до сих пор сидели на нефтяной трубе, свесив ножки. А сейчас многие отрасли развиваются, на экспорт тоже ориентируются.

Орлов И.Б.:

Есть РСПП, Опора России и Деловая Россия, кто-то входит в одну ассоциацию кто-то в другую. А вот ТПП с тысячью с чем-то членов, одновременно является членом этих организаций, или вы особняком стоите?

Яшкин А.И.:

В ОПОРЕ РОССИИ физические лица, в РСПП – крупные заводы, а у нас предприятия. У нас есть комитет страховщиков, они объединяют свою однородную массу.

Гусева Т.В.:

Мы не спрашиваем, куда человек входит. Тем более что люди сами приходят.

Орлов И.Б.:

Не дублирование ли это функций бизнес-омбудсмена? Я понимаю, защитников много не бывает. По итогам разговоров с бизнес-ассоциациями у меня сложилось впечатление, что они не понимают, зачем омбудсмен вообще нужен. Они решают проблемы своих ассоциаций самостоятельно. Есть у вас какие-то контакты с омбудсменом?

Яшкин А.И.:

Есть одна особенность: ему поступает жалоба, и он эту жалобу по предприятию

обрабатывает. Мы же работаем с массой предприятий, когда затрагиваются их системные проблемы и профессиональные интересы. Он индивидуально работает по каждой жалобе, мы же анализируем какую-то проблему и советуем, как ее решать.

Орлов И.Б.:

В ОПОРЕ РОССИИ под «колпаком» Борисова региональные отделения чувствуют себя комфортно, почти все вопросы он решает. У вас есть подобная вертикаль: сверху вниз?

Яшкин А.И.:

Мы возникли снизу-вверх. У ОПОРЫ РОССИИ здесь обособленное подразделение, это вертикально интегрированная структура. Мы по закону самостоятельные. В то же время те проблемы, которые не решаются на региональном уровне, передаем в федеральную палату.

Гусева Т.В.:

Как раз мы писали о новом законе экспортерам по повышению пошлин. 1 июня вышел закон, а с предприятий пытаются задним числом 10 млн рублей взыскать. Это прямое нарушение прав.

У нас есть идейное различие с искусственно созданными структурами. У нас есть вертикаль (Российская палата), но юридически мы самостоятельны, на свой страх и риск за все отвечаем. Российская палата методически помогает, не более того. Мы сами отчитываемся перед предпринимателями, раз в 5 лет выборы, в то время как в выше упомянутых структурах – назначенцы, а членской базы нет. Сидят иногда не совсем удачные назначенцы, которые не стремятся к развитию себя, занимаются часто оппозицией власти.

Орлов И.Б.:

У вас есть тут очень замечательная женщина, профессор Ольга Ефимовна Воронова. Мы ее спрашивали про культурные традиции. Выставочная деятельность, на мой взгляд, имеет два смысла: привлечение инвесторов и пропаганда каких-то традиций. Какие сейчас старые традиции возрождаются, какие новые появляются, и как бизнес в них вовлекается?

Гусева Т.В.:

У нас нет закона о социальном бизнесе, нет его определения. Я не раз это говорила федеральному Минэкономразвития. В их понимании, социальный бизнес – это те, кто детские сады организывает и спортивные мероприятия. Мы, по их мнению, не социальный бизнес, хотя столько людей обслуживаем. В этом году конкурировали в АСИ и проиграли. На первом месте оказалась Бурятия, занимавшаяся формированием сайта по социальным услугам, «облаком». Даже Костырин жюри сказал: «Вы поощряете облако, которое, не понятно, как будет еще работать. А вот уже 5 лет работающая программа, за которую люди держатся, работает как часы». Мы поняли, что не вписываемся в концепцию АСИ, и потеряли к ним интерес.

На выставочную деятельность, мы как организаторы, смотрим по-другому. Мы были первооткрывателями, так как все социалистические выставки загнулись в регионе. Есть чисто представительская функция – на этом заработать нельзя. Недавно так промышленный форум провели. А есть выставки, на хозрасчете – нам надо как-то платить зарплату и развиваться. У нас одни из самых низких членских взносов: от 2 000 рублей и далее по градации. Кроме нас выставочной деятельностью практически никто не занимается. Начать с нуля очень сложно, так как на выставку идут к тем, у кого есть репутация.

Поэтому у нас конкурентов нет. Ярмарочная деятельность приносит доход и нам, и предпринимателям.

Орлов И.Б.:

Нам сказали, в предпринимательской среде есть 3 сферы спроса на обучение: управление фирмой, коммуникации, конфликты. У нас в Высшей школе экономики много базовых кафедр. Складывается впечатление, что в Рязанской области нет взаимодействия между бизнесом и университетами. На Ваш взгляд, есть ли такое взаимодействие?

Гусева Т.В.:

В Радиоакадемии был момент с сильной экономической кафедрой. Я один раз побывала на ректорском совете и чувствовала себя инопланетянином. О чем говорят профессура? Очень устаревшие вещи: «Мы правильно сейчас выпускаем или неправильно?». «А что это наши студенты (педагоги), не идут по специальности работать?». Выпускают все правильно, но уровень зарплаты у учителя лет 7-8 назад был 12-15 тыс. рублей, а вот у менеджера в сети – 25 тыс. рублей. Молодым людям, деньги нужны – конечно, менеджером пойдут.

Сорокин Е.Г.:

Политех надо отметить, там есть госзаказ, некий набор студентов, под заказы предприятий работают.

Орлов И.Б.:

Страдают по большей степени гуманитарии.

Сорокин Е.Г.:

Есть проблема с программистами, создают у нас такие кафедры на базе Радиоуниверситета, но все убегают в Москву. Уровень дохода не сопоставим.

Орлов И.Б.:

Коллеги делали контент-анализ прессы. Сложилось впечатление, что бизнес для них – враги.

Гусева Т.В.:

Тут законодательный момент важен. Только в коммерческом материале можно указать название фирмы, а в обычном звучать не должно. К изданию и журналисту будут претензии в коррупции. Что рекламировать: товар или работу успешных фирм? Во всех странах мира благотворительность включается в себестоимость затрат, а у нас нет. Директорат не всегда является учредителем. Раз в год собирается совет распределять прибыль: «Из своего кармана – пожалуйста, нам твою зарплату не жалко, а предприятие не смей трогать». Нет закона о благотворительности.

Орлов И.Б.:

А почему не лоббируете?

Яшкин А.И.:

На уровне законодательства Рязанской области нельзя изменить. Возможно, можно расширить закон о ГЧП, но сейчас он очень ограничен рамками.

Гусева Т.В.:

Налоговая служба у нас настроена очень агрессивно. Один известный бизнесмен рассказывал, как налоговая взыскивает неуплаченные налоги с сотрудничающих предприятий с третьей стороны. Помимо налоговых платежей, высоких даже на уровне Европы, у нас очень высокая неналоговая нагрузка: лицензии, страховка. Некоторые посчитали, порядка 20% составляет неналоговая нагрузка.

Сорокин Е.Г.:

Самое обидное, что большая часть неналоговых платежей не идет в бюджет. Если

налоги идут, то плательщик понимает, что это школы, дороги, больницы и пр.

Яшкин А.И.:

Сейчас налоговое законодательство смещается в сторону обложения физического предмета, кадастровой стоимости земли, а не результата производственной деятельности (НДС, налог на прибыль).

Орлов И.Б.:

Вопрос о налоговых каникулах.

Яшкин А.И.:

Всех обязали сделать паспорт безопасности. Но фактически лишили орган (МЧС, ФСБ) контролировать ситуацию с безопасностью.

Орлов И.Б.:

Как обстоят дела с Территорией опережающего развития?

Гусева Т.В.:

Есть 3 резидента. Но и большие проблемы тоже есть. У нас есть такие городки, как Лесной, моногорода, зацикленные на одном предприятии. Было предприятие «Ластик», выпускало военную продукцию. Сейчас оно на грани банкротства. Все люди в городе были заняты на этом предприятии, и им больше идти некуда, а куда-то ездить не у всех есть возможность. Лесной, поселок Дубинка в Скопинском районе, Елатьма. Предпринимаются вынужденные меры, чтобы молодые люди особенно не спивались, было, где работать и на что жить. Под этим соусом пытаются решить проблему моногородов.

Яшкин А.И.:

Инфраструктура стоит дешевле, наверное, чем вывезти оттуда всех людей.

Гусева Т.В.:

Говорят, хороший проект Минэкономразвития – МФЦ. Хотя ошибок много, и квалификация кадров оставляет желать лучшего, тем не менее, работает. Для людей.

Яшкин А.И.:

Для сравнения в СССР единственное, чего можно было ждать, это справку об отсутствии жилой площади, а сейчас много за чем к государству обращаются.

ROUND TABLE “CORPORATE BUSINESS RESPONSIBILITY” IN RYAZAN CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

Ryazan Chamber of Commerce and Industry is one of the most socially-oriented business NGOs in the Ryazan region, serving the interests of regional business, but the benefit of local residents. During the roundtable, the heads of the regional Chamber of Commerce and Industry shared the principles of the association, which they had been honest with since the Chamber was established, and showed opportunities for consolidating business around a social project. The key extracts of discussion are represented in this article.

Key words:

Chamber of Commerce and Industry, Ryazan Region, business-government interaction, socially oriented business, «Zabota» program.

КРУГЛЫЙ СТОЛ В РЯЗАНСКОМ ОТДЕЛЕНИИ ДЕЛОВОЙ РОССИИ «ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ВЛАСТИ В РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ»

Опportunистическое поведение, распространенное среди представителей региональной власти, оказывает негативное влияние на развитие бизнеса, что, в свою очередь, тормозит экономическое развитие регионов. Становясь «заложниками» федеральных властей в связи с необходимостью исполнения поставленных показателей, РОИВы зачастую предпочитают в краткосрочном периоде максимизировать свои доходы за счет «угнетения» бизнеса, нежели повысить их в долгосрочном периоде за счет введения послаблений для развития предприятий, и, следовательно, постепенного увеличения облагаемой налогами базы без существенного ущерба для предпринимателей. В данном материале глава рязанского отделения Деловой России рассуждает о текущих задачах региональных властей, их влиянии на развитие бизнеса в Рязанской области и экономических перспективах региона в целом.

Ключевые слова:

Меры поддержки бизнеса, средний бизнес, региональные элиты Рязанская область.

Гончарова Наталия Александровна, эксперт НУЛ:

Владимир Валентинович, расскажите, что изменилось во взаимодействии бизнеса и власти с приходом нового губернатора?

Моторжин Владимир Валентинович, Председатель Рязанского регионального отделения ООО «Деловая Россия»:

Губернатор декларировал, что будет собираться с деловыми сообществами минимум раз в 2 месяца, но, к сожалению, ни одного совещания так и не состоялось. То

есть на сегодня мы видим, что на самом деле дистанция между бизнесом и властью остается такой же, как и была.

Все связано, наверное, с финансовым положением. Во всяком случае, ситуация, когда Любимов (один из предыдущих губернаторов) передавал бразды правления Шпаку, Рязанская область не имела долгов. Когда Шпак уходил, он передал 3 миллиарда долга. За время, пока был Ковалев «у руля», долги выросли до 27 миллиардов, что составляет 70% доходной части бюджета.

Вместе с этим происходят бюрократические преобразования., Ковалев вводит новое штатное расписание, это 15 министерств и 3 комитета. В результате, если при Любимове все правительство Рязанской области сидело в одном здании, то сегодня по всему городу находятся разные подразделения правительства и министерства, в то время как количество людей не определяет качества работы.

Особенность области - вся фактически экономика сконцентрирована в центре, в областном городе. Допустим, у наших соседей - Владимирской области - нет такой концентрации. У них концентрация идет на 3 города: Владимир, Муром, Ковров.

Мы не рассматриваем сейчас приход Любимова. Губернатор в нынешней конструкции власти особого значения не имеет.

Мироник Валентина Николаевна, эксперт НУЛ:

Но вот выборы-то прямые.

Моторжин В.В.:

Это отдельный разговор.

Возвращаясь к теме взаимодействия бизнеса и власти, нужно сказать, что существует большой разрыв. Власть общается с помощью директив. Она не знает, выполняются эти директивы или нет. К примеру, министерство экономики не знает структуру своей экономики, не знают рязанских хозяйствующих субъектов. Издаются директивы, издаются законы, бизнес же про эти них, как правило, не знает.

У нас еще при Ковалеве подписывали соглашение с АСИ больше года. Кое-как ассоциации пришли к тому, что все-таки соглашение было подписано. К чему это дальше привело? Раз в квартал встречались представители разных деловых сообществ ОПОРЫ России, Деловой России, Торгово-промышленной палаты и так далее. Власть

презентовала нам результаты своей работы. По сути дела, встречи проходили в дискуссионном формате, в рамках которого мы обсуждали, что-то поправляли, что-то критиковали, с чем-то соглашались. Однако в силу того, что некоторые люди были против такого формата, в результате часть экспертов вышли из этого сообщества. Причем нет абсолютно никакой обратной связи.

Еще один канал взаимодействия - работа в общественных советах при министерствах и ведомствах, которая в первое время заключалась в наших попытках убрать из этих советов чиновников, которые по закону не имеют право в них состоять. Однако потом этот канал превратился в симулятор, в котором люди не заинтересованы принимать участие.

Заранее оговорюсь, что мы представляем мнение реального бизнеса, а не чиновника от бизнеса.

Мироник В.Н.:

Ваша ассоциация объединяет множество различных бизнес-структур. Какие существуют проблемы в бизнесе, конкретно в вашем регионе?

Моторжин В.В.:

Проблем с властью нет. Есть проблемные вещи, которые возникают именно из-за политики региональных властей. Региональная власть является проводником распределения каких-то ресурсов, трат бюджета. На сегодня сложилась тенденция, когда региональная власть старается перераспределить эти траты в пользу «своих» фирм. В Рязанской области это проявляется в том, что при проведении тендера, например, по строительным объектам, отсекается малый бизнес посредством укрупнения тендеров. Необходимы обеспечение, банковская гарантия, а малый бизнес не способен просто это сделать. Очевидно, это делается для со-

здания каких-то приоритетных условий для аффилированных лиц.

Стоит обратить отдельное внимание на формирование особых условий. Так, срок платежей сегодня в среднем составляет 760 суток. Буквально за последний год он вырос очень сильно. При Ковалеве такого не было, а при Любимове - активизировалось. Это та проблема, которая возникает у местного бизнеса из-за региональных властей.

Существуют и системные проблемы взаимодействия непосредственно бизнес-сообщества с властью. Создано множество всяких постоянно действующих совещаний, условие голосования в которых - простое большинство, при том факте, что основной костяк участников данных совещаний составляют сами чиновники.

В принципе принимается законодательство, федеральное правительство давит и заставляет принимать новые стандарты. Стандарты принимаются, даже упрощаются какие-то условия, например, регистрация нового бизнеса, получение технических условий. Говорят, что внедряются лучшие практики.

Вообще местная власть имеет ограниченное влияние на работающий бизнес, на нас больше действуют федеральное законодательство, денежно-монетарная политика, регулирование, Гражданский Кодекс. Местные власти очень ограничены в ресурсах. Взаимодействуем в части трат областного бюджета, пересекаемся по вопросам тарифного регулирования. Вывод следующий: сейчас региональные власти делают все, чтобы никакого общественного влияния в данной сфере не было.

Налоговая инспекция с региональной властью выполняет главную задачу увеличения налоговых сборов. Общий сбор налогов увеличен за прошлый год на 20%. Это оказывает отрицательное влияние на региональный бизнес.

Таким образом, доходов ни у кого не прибавилось, расходы увеличились, так как собираемость налогов увеличилась, улучшилось налоговое администрирование.

При этом сам механизм «улучшения налогового администрирования» довольно сомнителен. Налоговая инспекция вызывает на комиссию представителей бизнеса и требует выплачивать в условиях падения спроса и, соответственно, прибыли те же суммы по налоговым сборам, что и в предыдущие, более удачные годы. И бизнес платит, если не хочет дополнительных споров и разборок. Есть, правда, и такие, как я, которые пишут объяснительные по поводу разницы в прибыли, отправляют их в разные места. Пока такой подход работает: налоговая инспекция предпочитает с подобными людьми не связываться. Региональная власть влияет на бизнес тем, что постоянно увеличивает наши затраты и издержки. Очень много неналоговых платежей, которые вводятся без остановок. Наша ассоциация предлагала губернатору создать реестр неналоговых платежей, существующих в регионе, однако губернатор категорически отказался поддерживать данную инициативу.

Вот вам еще один пример. Скажите, пожалуйста, если сверху спущена рекомендация или распоряжение правительства, чтобы тарифы в росте были не выше, чем 6,6%, как в данной ситуации поступать?

Гончарова Н.А.:

Искать новые источники финансирования.

Моторжин В.В.:

Нет, поставщики электроэнергии, к примеру, делают проще: они обосновывают повышение тарифа в разы больше, чем рекомендовано. А после перерасчитывают всех, кто смог до них дойти, собрав предварительно все необходимые бумаги через

МФЦ. Таких энтузиастов оказывается, как показывает практика, менее 10%.

Еще один очень важный вопрос - введение МФЦ, потому что они увеличивают срок выполнения операции. Если раньше я делал запрос напрямую, и мне напрямую поступал ответ; теперь же я все обязан делать через МФЦ. Увеличивается количество времени, идущее на пересылку, однако порой бывает, что эта сделка должна проходить в определенные сроки. Более того, в МФЦ сидят не специалисты, вследствие чего качество и информативность их консультаций ставится под сомнение. Чем проще механизм, тем он эффективнее работает, любое включение дополнительного звена усложняет систему ошибок. Вот это показатель цифровизации экономики.

Матюненко Юлия Алексеевна, стажер-исследователь НУЛ:

Как обстоят дела для молодого предпринимателя? Может быть, от власти помощь есть?

Моторжин В.В.:

Кто такой молодой предприниматель? Это человек, у которого пока еще нет никаких запасов ни в деньгах, ни в связях, ни в контактах, то есть человек не имеет альтернативы. А текущая система налоговых и неналоговых платежей построена по принципу «еще не заработал, а уже обязан платить». Риски получаются очень высокими. Молодой предприниматель проходит какой-то путь, безусловно, по неопытности совершая множество ненужных ошибок, шагов, расходов, прежде чем построить бизнес-процесс, бизнес модель хоть с какой-то прибылью. Однако большинство не доходит до конца этого пути из-за множества попутных издержек, которые не получается преодолеть: финансовых, административных и прочих.

У нас нет низких процентных ставок по кредиту. Единственное, что сейчас низ-

кое, - это стоимость аренды офисных площадей, и то только по причине кризиса и популярности работы на дому. С точки зрения макроэкономики и микроэкономики молодой предприниматель находится в тяжелом положении.

Позитивный момент - открытые региональной властью центра по поддержке предпринимательства в качестве отдельной административной единицы. Появился источник полезной информации для начинающих предпринимателей. У ОПОРЫ России есть система наставничества, но, к сожалению, не знаю, как она работает.

Степанов Антон Александрович, эксперт НУЛ:

Хотел бы уточнить, накладывается ли на вас социальная ответственность? Как вы ее понимаете?

Моторжин В.В.:

Власти коверкают понимание социальной ответственности, распространяя идею того, что бизнес просто обязан быть социально ответственным. С какой стати? Открываете устав любого бизнеса, в нем фигурирует одна цель - зарабатывать прибыли. Некоторые еще свою миссию расписывают, однако, это уже их желание. Социальная ответственность не должна навязываться властью.

По аналогии зачастую искажают и понятие «бюджетные деньги». Что такое бюджетные деньги? Бюджет — это есть сбалансированный баланс доходов-расходов или набор затрат. У нас термин «бюджет» превратился в обособленное значение государственных денег. А что такое государственные деньги? Их нет. Это деньги налогоплательщиков, временно находящиеся в распоряжении тех, кто от имени государства для общих целей ими распоряжается. Открыто и прозрачно.

Степанов А.А.:

Я правильно понял, что социальная ответственность — это распространенное клише для Вас?

Моторжин В.В.:

Безусловно. Сознательно введённое понятие, которое означает, что бизнес после уплаты всех налогов должен скинуться еще на что-то. Это шаблон. Все муниципальные, региональные чиновники сейчас искренне считают, что мы что-то еще должны. По моему мнению, единственной реальной социальной ответственностью бизнеса является нормализация ситуации или обстановки вокруг себя. Нормализация означает приход к какой-то норме, то есть превращение хаоса в порядок.

Степанов А.А.:

Допустим, у Вас появилась острая потребность донести свою позицию по какому-то вопросу: подняли тариф на электроэнергию или что-нибудь в этом роде. Как будет происходить Ваша коммуникация, что Вы сделаете первым делом?

Моторжин В.В.:

Мы напишем официальное обращение, попробуем записаться на прием к соответствующему лицу. Это будет письмо в министерство на имя губернатора, а кому он там распишет, я не знаю. И если это не решит ничего, то начнем бить в колокола.

Степанов А.А.:

А что вы имеете в виду под колоколами?

Моторжин В.В.:

Сбор подписей, публикации в газетах.

Мироник В.В.:

Есть субсидии, которые федеральный центр ежегодно выделяет МСП. Но мне непонятно, какова прозрачность распределения этих ресурсов в дальнейшем. Предположим, определенное число идет конкретно на Рязанскую область каждый год. Кто решает вопросы о том, кому и сколько выделять субсидий? Как реализуется этот процесс?

Моторжин В.В.:

Я специально проходил обучение в РАНХиГС по федеральной программе развития моногородов и здесь общаюсь как раз по этой теме с правительством. Система работает. Все зависит от того, насколько бизнес попадает под требования этой программы. Если ты попадаешь в требования, то существует механизм, четкие взаимодействия, по которым можно эти субсидии получить. Единственной проблемой остается то, что многие предприниматели просто не знают про эти программы. В последнее время региональные власти часто предлагают возможность участия в программах и обращаются по данному вопросу на уровень ассоциаций. Складывается ситуация, когда федеральный центр требует от региональной власти участия в этих программах, региональная власть под давлением федеральной ищет варианты, как это сделать, но тот разрыв, про который мы говорили, к сожалению, работает в минус. В связи с этим очень трудно деньги осваиваются.

Мироник В.В.:

Федеральный центр очень часто пытается еще с 1990-х внедрить в ряд регионов какие-то адресные меры поддержки. То есть, изначально это было реализовано в виде федеральных целевых программ, потом запустили особые экономические зоны. Несколько позже в 2015 году запустили территории опережающего развития. Насколько мне известно, в ноябре Д.А. Медведев выпустил постановление о том, что в одном из ваших районов будет реализована террито-

рия опережающего развития - поселок Лесной. Мне интересно, как Вы оцениваете работу территорий опережающего развития, какую выгоду это принесет, насколько будет эффективной?

Моторжин В.В.:

Мы готовили эту программу и в Лесном открывали. Она сделана в основном под внутреннего инвестора. То есть, под тех, кто хочет получить приоритет в развитии. Вот у нас появилась мертвая зона: пустующие территории, где есть ресурсы, есть люди, есть энергетика, есть какие-то коммуникации, железные дороги и так далее, - грех не использовать эту структуру. Под это подобные зоны и созданы. Инструмент серьезный, хороший, мощный. Единственное, что надо уметь им пользоваться.

Мироник В.В.:

Как Вы будете оценивать эффективность этих программ? Я знаю, что в особых экономических зонах есть не просто какие-то индексы эффективности, составляются рейтинги. У них за много-много лет оцени-

вается эффективность. Например, число резидентов, число инвестиций и так далее.

Моторжин В.В.:

Самый главный критерий – это поступления в бюджеты разных уровней. То есть, в итоге от мероприятий, которые здесь будут проведены, от денег, которые вложены государством, должна быть четкая отдача для бюджета. Это главный критерий. Налоговые поступления - самый яркий показатель. То есть, если бизнес пойдет, то налоговые платежи вырастут, а так критериев может быть несколько: организация рабочих мест, инвестиции и так далее, но это все опосредованные индексы.

Мироник В.В.:

Кто финансирует данные зоны?

Моторжин В.В.:

Областной бюджет дает 5% или 10%, а остальное - федеральный бюджет, так как федеральная власть знает, что для финансирования 50/50 у областного бюджета денег нет.

ROUND TABLE “PROBLEMS AND PROSPECTS OF BUSINESS-GOVERNMENT INTERACTION IN THE RYAZAN REGION” IN RYAZAN OFFICE OF BUSINESS RUSSIA

Opportunistic behavior is common among representatives of regional authorities and has a negative impact on business development, which, in turn, negatively affect regional economic development. Becoming “hostages” of the federal authorities because of need to fulfill the set indicators, regional executive authorities often prefer to maximize their revenue over the short term by suppressing the business rather than increasing it over the long term by introducing preferences for the development of enterprises that may lead to the gradual growth of taxable base without significant damage to entrepreneurs. In this article, the head of Ryazan office of Business Russia discusses the current tasks of regional authorities, their impact on business development in the Ryazan region and the economic prospects of the region as a whole.

Key words:

Support measures of business, medium-sized business, regional elites, Ryazan Region.

УДК / UDK 328.184

КРУГЛЫЙ СТОЛ В РЯЗАНСКОМ ОТДЕЛЕНИИ ОПОРЫ РОССИИ «РОЛЬ БИЗНЕС-АССОЦИАЦИЙ В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОГО БИЗНЕСА»

В данном материале представлена расшифровка круглого стола с участием представителей рязанского отделения ОПОРЫ РОССИИ. В рамках круглого стола представители бизнес-сообщества рассказали об основных каналах взаимодействия с региональным и федеральными властями, а также инструментах влияния на принимаемые ими решения, доступные на сегодняшний день региональным структурам российских бизнес-НКО.

Ключевые слова:

МСП, взаимодействие бизнеса и власти, каналы лоббирования интересов, Рязанская область.

Кибальникова Людмила Викторовна, Председатель регионального отделения ОПОРЫ РОССИИ:

Цель нашего объединения - создание благоприятных условий для осуществления предпринимательской деятельности на территории региона. И, помимо всего прочего - экспертная оценка нормативно-правовой базы, которая регулирует деятельность хозяйствующих субъектов малого и среднего предпринимательства. Что является основными направлениями деятельности нашей общественной организации? Это, прежде всего, взаимодействие с органами исполнительной и законодательной власти региона с целью формирования общей позиции для обсуждения тех нормативно-правовых актов, которые у нас принимаются на терри-

тории субъекта РФ. Выработка общей позиции по формированию федерального законодательства, потому что мы участвуем и в экспертизе федерального законодательства. Недавно все региональные отделения проводили экспертизу вносимых изменений в Уголовный кодекс.

Далее мы взаимодействуем с контрольно-надзорными органами: это прокуратура, налоговая инспекция, антимонопольная служба, Роспотребнадзор, природоохранная прокуратура, то есть с абсолютно всеми ведомствами, которые осуществляют контроль и надзор деятельности субъектов предпринимательской деятельности. Помимо всего прочего, у нас в отделении осуществляет свою работу Бюро по защите прав предпринимателей, которое недавно

Бюро выиграло иск в защиту прав предпринимателя. Мы входим в общественные советы при Правительстве Рязанской области, при всех общественных советах Министерства экономического развития (это главный наш союзник по бизнес-среде). Мы также входим во все общественные советы при губернаторе и при контрольно-надзорных ведомствах. Со всеми ведомствами у нас заключены соглашения, которые плодотворно реализуются.

Например, как мы работаем с налоговой службой? Вы знаете, может быть, что в прошлом году была проведена достаточно сложная реформа по внедрению онлайн-касс. Плохо это или хорошо, но онлайн-кассы становятся веянием времени. Надо отметить, что наши производители не совсем готовы были полностью обеспечить физически по количеству все субъекты, которые должны были поставить у себя онлайн-кассы. Были проблемы по техническому внедрению онлайн-касс, потому что система внедрения IT была не готова, и не готовы были сами предприниматели, поэтому мы нашли выход. Мы создали рабочую группу (штаб с налоговиками), куда вошли активные представители нашего отделения, предприниматели, производители. Постоянно в рабочем режиме и по мере необходимости (но не менее 1 раза в 3 недели) мы собирались, обсуждали те проблемы, которые у нас возникают. Совместно с налоговиками мы сразу разобрались с производителями и убрали дефицит по онлайн-кассам, начали работать с дилерами основных российских дистрибьюторов, чтобы внедрить программирование. Деятельность наша была отмечена на федеральном уровне, так как Рязанская область в результате заняла 9 место по реализации реформы онлайн-касс на территории РФ. И это было сделано абсо-

лютно в рабочем режиме. Мы видим в этом плане в налоговиках союзников.

Орлов Игорь Борисович, заместитель заведующего НУЛ:

«Закрытых друзей»?

Кибальникова Л.В.:

У нас была героическая страница в истории нашего регионального отделения, потому что мы приняли активное участие в снятии предыдущего руководителя налоговой службы. В отношении предыдущей начальницы налоговой службы и двух ее замов были возбуждены уголовные дела с коррупционной составляющей, потому что возмещение НДС проходило с нарушением. Это история достаточно известная, мы работали совместно с нашим Министерством экономического развития, информировали о тех ситуациях, которые возникали у нас. Была выработана единая позиция, в т.ч. с властью. Когда была проведена спецоперация ФСБ и МВД, данные, которые мы озвучили, были подтверждены. Нам была выражена благодарность и от руководства ФНС, и у нас сложились великолепные отношения с нынешним руководителем Вячеславом Анатольевичем Морозовым, с которым мы порой и спорим. Сейчас идет второй этап внедрения онлайн-касс. Отношения рабочие; и мы прекрасно понимаем, что мы являемся двумя сторонами одного процесса и идем к общей цели.

У нас есть свои достижения, Людмила Ивановна расскажет, как мы обсуждали ставку налога на имущество. Когда совместно работали с Министерством экономического развития, Минэкономики пошло навстречу. Они поддержали нашу позицию: ставка была самая низкая по России. Причем все нововведения до сих пор не закончились. Предприниматели работают в стабильной ситуации налогового администрирования,

контроля и надзора. Когда мы работаем с Минэкономки, мы придерживаемся всегда поэтапного вхождения в любое обременение. В этом плане мы всегда благодарны нашему Министерству экономического развития.

Очень успешно работаем с прокуратурой. В частности, Бюро наше хорошо взаимодействует с прокуратурой Рязанской области. Например, у нас есть компания «Ризур», которая производит комплектующие для Газпрома. У них были планы построить на своём земельном участке склад, но им был поставлен административный барьер главой Рязанского района. Так как не было найдено взаимопонимание, мы на общественном совете при прокуратуре Рязанской области озвучили проблему. Результатом стало то, что через семь дней после проверки предприятие получило разрешение на строительство.

Мы также очень активно работаем с антимонопольной службой. Это наши большие партнеры. Это взаимодействие имеет очень большое значение, потому что, прежде всего, мы отстаиваем и прослеживаем участие малого и среднего бизнеса в госзаказах / госзакупках. Это рабочий процесс. Но и человеческие моменты никогда нельзя исключать. Поэтому мы очень плотно работаем с ФАС и стоим на страже интересов малого и среднего бизнеса.

Очень активно мы работаем с Роспотребнадзором. Классическим является случай с федеральной Опорой. Когда главврачом был господин Онищенко, у нас было заседание в Министерстве экономического развития РФ, где Союз парикмахеров озвучил главному санитарному врачу свои проблемы. Раньше по норме на одно парикмахерское кресло требовалось 9 кв. м. Парикмахеры сказали, что на кухне 6 кв. м в советские времена сидела семья из 5 человек. Что

такое 9 метров? Это, безусловно, меньше поток, меньше кресел, меньше прибыли. И господином Онищенко (заседание было в пятницу) уже в понедельник был принят новый нормативно-правовой акт, так что парикмахеры начали ставить дополнительные кресла. У нас проводятся совместные проверки предпринимателей. Т.е., когда у нас возникают какие-то проблемы, или нам предприниматели сигнализируют о том, что возникает административное или другое давление на них, мы выходим на проверки вместе с контрольно-надзорными органами. У нас прекрасно выстроенные в этом плане отношения.

Мы являемся членами штаба по инвестиционным проектам. Участвуем в разработке и обсуждении инвестиционных соглашений, поддерживаем наших инвесторов. В прошлом году Федеральная Опора России отмечала 15 лет со дня своего учреждения. Нас поздравляла вся страна, потому что 15-летие имеет определенное символическое значение, как время создания малого и среднего бизнеса в России. В этом году мы будем отмечать 15-летие регионального отделения Опоры России. У нас очень любят заслуженных предпринимателей. До конца года у нас будет праздничная программа, которую мы будем проводить с нашим главным "патроном" - Министерством экономического развития и промышленности Рязанской области. Будут проходить праздничные мероприятия, бизнес-тренинги, различные предпринимательские мероприятия, во время которых власть и контрольно-надзорные органы будут награждать предпринимателей за их достижения в хозяйственной, общественной и социальной деятельности.

Помимо непосредственной деятельности, которая связана с законодательными моментами, с взаимодействием с контрольно-

но-надзорными органами, наши предприниматели очень активно занимаются общественной и благотворительной деятельностью. Сегодня кто-то из вас пойдет в «Кухни Спарк» к ИП Морозову. На самом деле, это несколько предпринимателей, которые входят в наши региональные отделения. Например, Евгений Рыбаков сегодня летает на воздушном шаре, потому что входит в ассоциацию российских воздухоплателей и является одним из организаторов ежегодного фестиваля воздухоплавания в Рязанской области.

Мы однозначно всегда включаемся в марафон по чествованию ветеранов, детей и тружеников тыла. Мы в него включаемся в конце апреля, и он у нас длится практически до дня пожилого человека осенью. Все советы ветеранов и их председатели очень хорошо знают Опору России, потому что мы всегда даем подарки нашим пенсионерам и ветеранам, нашим заслуженным людям. Когда мы ходим поздравлять наших ветеранов, им очень приятно. Мы не видим бедности, мы видим благополучную старость. Это люди, которым важно, кто к ним приходит, ни сколько подарков, сколько общественное признание. Мы постоянно взаимодействуем в этом плане и с советом ветеранов и с нашей Единой Россией, которая для Опыры России является главным партнером, потому что мы занимаемся бизнесом, нам порой нужно лоббирование наших бизнес условий. Единая Россия - это партия большинства во всех парламентах (городских, областных, государственных), поэтому это наша основная поддержка в лоббировании наших законодательных инициатив. Андрей Макаров - депутат Государственной Думы - является членом попечительского совета нашей организации, а попечительский совет Опыры России возглавляет Сергей Ренатович Борисов, которого, я думаю, вы тоже знаете по

Высшей школе экономики. Это наш первый президент ОПОРЫ РОССИИ и председатель попечительского совета, большой наш авторитет и очень уважаемый человек во всем малом и среднем бизнесе.

Орлов И.Б.:

Вы говорили о наградах ОПОРЫ РОССИИ. Многие коммерческие и некоммерческие ассоциации имеют собственные награды. Имеется в виду, например, орден признания или еще что-то. Опыра России имеет свою какую-то собственную систему наград для активных членов?

Кибальникова Л.В.:

Федеральная ОПОРА?

Орлов И.Б.:

Региональная тоже может какой-то знак установить. Меня интересует, имеют ли региональные органы какие-то свои собственные градации при награждении активных членов ассоциации, активных предпринимателей?

Кибальникова Л.В.:

Вы знаете, у нас есть почетные грамоты, благодарственные письма. Являясь частью федеральной организации, у нас в федеральной организации есть свои знаки, т.е. знаки отличия «Золотой знак ОПОРЫ РОССИИ». Я уже им награждена, у нас есть «Почетный член ОПОРЫ РОССИИ». Если говорить о региональном отделении, один из наших членов стал членом президиума Опыры России и возглавил федеральный комитет по частному государственному партнерству.

Орлов И.Б.:

Вы ведь застали трех губернаторов? При Шпаке тоже отметились? Если 15 лет существует Опыра, соответственно Шпак, Ковалёв и т.д.

Кибальникова Л.В.:

Да.

Орлов И.Б.:

Если так, без подробностей, есть ли какой-то общий тренд развития бизнеса в целом. Опора России и три сменившихся губернатора - что принципиально менялось и в какую сторону? Шпак, мы понимаем, кремень, ВДВшник. С Ковалёвым, судя по отзывам, все сложнее.

Кибальникова Л.В.:

Вы знаете, я бы не сказала. Мы благодарны Олегу Ивановичу на самом деле. Я считаю, что большим признаком проявления демократии с его стороны было то, что он позволял с ним спорить. Спорить, отстаивать свою точку зрения.

Орлов И.Б.:

Сталин тоже позволял с собой спорить.

Кибальникова Л.В.:

Я объективно отношусь к деятельности Олега Ивановича Ковалева, считаю, что он дал большой толчок к развитию общественных организаций на территории области. Общественные организации широко вошли во все общественные советы при правительстве. Я связываю это с тем, что он возглавлял в свое время Комитет по регламенту Госдумы и для него этот порядок, протокол был очень важен.

Орлов И.Б.:

Он институционализировал взаимодействие между гражданским обществом и институтами власти?

Кибальникова Л.В.:

На мой взгляд, он структурировал очень сильно эти моменты, потому что они стали более системными, более структури-

рованными. Например, при мы стали участвовать в формировании налогового администрирования. Это объективная оценка нашего взаимодействия с властью.

Орлов И.Б.:

То есть по большому счету современная ситуация для Вас не была каким-то резким поворотом? То, что пришла другая власть, всё это так или иначе закладывалось до них?

Кибальникова Л.В.:

Я бы сказала, что то, что было заложено Олегом Ивановичем, сейчас воплощается Николаем Викторовичем. Большую роль в этих процессах играет наше Минэкономки, потому что оно формирует микроклимат взаимодействия предпринимателей с властью.

Орлов И.Б.:

Я понимаю, что вы не можете взаимодействовать без Минэкономки.

Кибальникова Л.В.:

На самом деле Минэкономки очень часто достается от общественников. Крайне эмоциональные порой бывают дискуссии.

Степанов Антон Александрович, эксперт НУЛ:

Я хотел бы задать вопрос касательно вашего взаимодействия с Единой Россией. Вы упоминали, что в силу естественных причин, это ваш основной партнер. Если можно Вы не могли бы указать механизм, каким образом принимается решение, что именно этот вопрос заслуживает внимания при «лоббировании», а также сам механизм «лоббирования»?

Меня интересует, каким образом в рамках вашей деятельности принимается решение о том, что именно этот вопрос заслуживает внимание при взаимодействии с

Единой России? Условно говоря, сколько ваших членов должно заявить о том, что именно эта проблема очень важна и ее нужно решать?

Кибальникова Л.В.:

Я объясню, как этот процесс происходит. Основное, что касается нашего взаимодействия, это вопросы, прежде всего, налогового администрирования. У нас есть комитеты внутри регионального отделения, которые возглавляются нашими членами отделения, и именно ими формируется определенная позиция. То есть у нас есть, например, комитет налогового администрирования, который возглавила Оксана Селезнёва. Комитет обслуживает более 300 компаний по бухгалтерскому учету. Это много даже для Москвы. Разумеется, такой большой объем бухгалтерской отчетности позволяет формировать статистику реального бизнеса и видеть те данные, которые есть на самом деле.

Мы формируем свою позицию и выносим ее на областную думу, а параллельно делаем предложение Единой России, чтобы фракция поддержала нас в том или ином вопросе. В этих выборах лидер ОПОРЫ России был доверенным лицом Владимира Путина. Рязанское региональное отделение без всякой команды сверху поддерживало Владимира Путина: наши предприниматели пообщались со своими коллективами для того, чтобы люди пошли на выборы. И здесь не было никакого командного начала. Но если мы говорим о взаимодействии с Единой Россией, то большую часть это даже не сколько политика с идеологией, сколько поддержка партией наших хозяйственных вопросов, которые касаются налогового администрирования.

У нас появилась городская инициатива, что надо на центральных улицах снять

вывески и кондиционеры. Мы понимаем, что это улучшит вид города, но если мы говорим о развитии туризма, то без кондиционеров будет сложно. Да вывески нельзя одномоментно снять. Это ведь дополнительные расходы на бизнес. И в этом плане нас слышали в Единой России. Единая Россия тоже представлена нашим сообществом, предпринимателями, поэтому единомыслие у нас в этом плане есть.

Степанов А.А.:

Спасибо большое за ответ. Поясните, пожалуйста, вот Вы решили, что этот вопрос заслужил внимание и то, что дальше вам необходимо работать с органами гос власти и, в том числе, с Единой Россией. Вы им предлагаете обратить внимание на тот или иной вопрос. А дальше от каких факторов чаще всего зависит принятие или непринятие именно вашей позиции?

Кибальникова Л.В.:

Ну, во-первых, есть определенные алгоритмы: направляем официальное письмо или общаемся на неофициальном уровне, в том числе. Но очень многие инициативы наши сдерживаются Министерством финансов РФ.

Допустим, до сих пор не снизили налог по упрощенной системе налогообложения. Логика снижения налога по УСН есть, потому что предприниматель оптимизирует налоги. Для того, чтобы не попасть в фокус внимания налоговых инспекторов, платится 1,1% налогов по УСН. Это такой условный договорной налог, после которого налоговики не приходят с проверкой. В свое время именно от Рязани пошла инициатива сделать официальный налог по УСН в размере 2,2% от объема. Как ни парадоксально, но мы вошли в 28 субъектов, где это не принято, т. е. кто-то принял 2,2%, кто-то принял 5%, то есть разные ставки. Как правило,

инициативы наши упираются в Министерство финансов РФ. Потому что наш Минфин и наш Минэкономики были рады нас поддержать, но существует федеральный трансферт. Мы принимаем этот закон, а у нас в область не пойдут какие-то федеральные перечисления.

Матюненко Юлия Алексеевна, стажер-исследователь НУЛ:

Скажите, как общественная организация с кем вы от Опоры взаимодействуете? И в чем это проявляется в других общественных организациях, которые есть в Рязанской области?

Кибальникова Л.В.:

Мы взаимодействуем абсолютно со всеми бизнес-объединениями. В частности, мы плодотворно сотрудничаем с Владимиром Ивановичем Кутенцыным (РСПП) и считаем его патриархом общественной деятельности в регионе. Мы взаимодействуем с «Деловой Россией». Но они меньше нас по численности, оно и понятно, так как среднего бизнеса гораздо меньше, чем малого бизнеса. Хотя у нас порой бывают с ними и споры.

Взаимодействуем с Торгово-промышленной палатой, но в этом плане у нас сложилось так, что мы больше общаемся с федеральной ТПП, чем с региональной. Хотя мы идем, кажется, в одной повестке, но иногда расходятся позиции с Рязанской ТПП, потому что мы иногда стоим жестко за интересы именно малого и среднего бизнеса. Причина тому в том, что региональное отделение действует всегда с повесткой федеральной Опоры России. Когда в прошлом году все требовали, чтобы мы начали высказывать свою позицию против реформы по онлайн-кассам, мы не стали этого делать по одной простой причине, потому что у нас был Президиум Опоры России в Москве, где

мы приняли решение, что будем вписываться в реформу по онлайн-кассам, потому что это дело времени. И нравится это кому-то или не нравится, но это была наша общая позиция. Может быть где-то ТПП меньше вникает в повестку малого и среднего бизнеса, потому что у нас разные цели и задачи. То есть если мы разделим эти 4 институты, Российский Союз промышленников и предпринимателей, прежде всего, это крупный бизнес, Деловая Россия представляет средний бизнес, Торгово-промышленная палата - это выставочная деятельность и интеграция в международную экономику, а ОПОРА РОССИИ - это малый и средний бизнес. И микробизнес. То есть мы являемся самой многочисленной организацией по количеству наших реестровых членов и сторонников.

Орлов И.Б.:

То есть меньше стало противоречий?

Кибальникова Л.В.:

Я Вас познакомлю: вот Андрей Юрьевич Архипенко. Он сопредседатель регионального отделения, потому что у нас построена таким образом система, что помимо меня есть сопредседатели. Андрей Юрьевич возглавляет блок по здравоохранению, является руководителем очень серьезной клиники «Кремлевская стоматология». Он основатель медицинского туризма, москвичи ездят именно в его клинику лечиться. Андрей Юрьевич является у нас представителем «Nobel» в Рязани, а это самая продвинутая аппаратура. И помимо всего прочего он выступает представителем проекта "Опора здоровья" в Рязанской области.

«Опору здоровья» на федеральном уровне возглавляет Наталия Владимировна Ушакова. Она - представитель цифрового здравоохранения в стране, входит в общественные совет при Министерстве труда и

занятости и Министерстве здравоохранения РФ. Они ездили в Норвегию и Японию, изучали там цифровое здравоохранение. Цифровое здравоохранение, по сути, и пришло из Норвегии. Высокогорные районы заваливало снегом, поэтому было необходимо, чтобы была хоть какая-то связь. У нас, помимо Андрея Юрьевича, который курирует блок по здравоохранению, есть еще один сопредседатель - Андрей Павлович Некрасов - владелец «Центрального агентства недвижимости». Это очень авторитетный человек на рынке недвижимости, а его агентство - одно из самых передовых предприятий отрасли. У них очень правильно всё работает, это реальное предприятие, в котором есть учебный центр по подготовке риелторов, в котором работают юридический и маркетинговый отделы. ЦАН, помимо того, что занимается реализацией недвижимости, входит в большой холдинг, который занимается строительством. Здесь используются самые передовые технологии. Они недавно вернулись с Сочинского всемирного конгресса по недвижимости.

Помимо Андрея Павловича Некрасова, у нас есть сопредседатель по вопросам торговли Сурова Светлана Валентиновна. Это руководитель сети супермаркетов «Алфавит» и «Фасолька», которые у нас активно развиваются. Сейчас она начинает развивать новый проект, который называется фреш-маркет. То есть это когда фермеры поставляют продукцию. Думаю, что за этим делом будет будущее.

Фельдман Павел Львович, эксперт НУЛ:

У вас китайцев мало, поэтому и фреш-маркетов нет. В Москве именно китайцы обеспечивают фреш-маркеты.

Кибальникова Л.В.:

Нет, она фреш-маркет собирается делать для наших фермеров.

Орлов И.Б.:

У вас есть ассоциация какая-то фермеров?

Кибальникова Л.В.:

Мы хорошо взаимодействуем с Министерством сельского хозяйства. Фермеры - это очень сложная аудитория. Это предприниматель, но предприниматель с очень своеобразной психологией, потому что это деревенский предприниматель. В Рязани есть фермерская продукция, реальная фермерская продукция. У нас еще очень активно работают комитеты по госзакупкам и по торговле. Мероприятия происходят очень интересно, масштабно. В этом году мы будем проводить межрегиональный юбилей. К нам приедут коллеги из других субъектов РФ. Наше региональное отделение дружит абсолютно со всеми отделениями.

Теперь я бы хотела дать слово Андрею Юрьевичу Архипенко. Вы можете его спросить, он у нас очень активно взаимодействует и с властью, и с контрольно-надзорными органами по частной медицине. Недавно он организовывал смартфон для наших медиков.

Орлов И.Б.:

Мы выяснили, что одни из самых эффективных направлений вашей работы - это здравоохранение, торговля и Бюро по защите малого и среднего предпринимательства.

Кибальникова Л.В.:

И строительство.

Орлов И.Б.:

Можно ли в этой иерархии кого-то поставить на первое место? Кто более актив-

но работает? Или это равномерное распределение по зонам работы?

Кибальникова Л.В.:

Вы знаете, у нас есть внутренний принцип разделения. Если ты перестаешь работать, значит, ты тот, кто наносит вред бизнес-среде. Значит, ты должен уступить место другому. Значит, твой участок возьмет кто-то другой, потому что ротация у нас есть. Бывает внутренние процессы, например, человек переехал в другую область. Один из наших активистов сейчас переехал в Крым. Безусловно, мы его передали в Крым, а здесь его направление возьмет кто-то другой.

Орлов И.Б.:

Как правило, из этой сферы бизнеса? То есть не может представитель торговли пойти курировать недвижимость?

Кибальникова Л.В.:

У нас сопредседатель по строительству и член Президиума Опоры России Максим Оводков - строитель, но закончил МГИМО. На 2-м курсе МГИМО он был отобран Роснефтью. По окончании вуза он проработал в университете 3 года и уволился. Причем карьера его шла вверх. Когда я его спросила, почему он уволился из Роснефти, где была прекрасная заработная плата, он ответил: «Я человек бизнеса. Мне там трудно». Он достаточно молодой человек (ему 32 года), и он работает на 3 города. Он строит огромные дома. Если бы вы поехали в Глобус, вы бы увидели там целый городок, который он построил.

Орлов И.Б.:

Что из 4 направлений является, если не самым эффективным, то самым перспективным для развития. Вот мы идем по городу, и я обращаю внимание на обилие аптек и аптечных пунктов. Причем бросается в

глаза, что очень много структур местного здравоохранения и очень мало федеральных аптек. Что касается торговых сетей, я обратил внимание, что в хорошем провинциальном русском городе огромная масса англоязычных х названий, что выглядит странно.

Кибальникова Л.В.:

Мы почему-то считаем, что за рубежом лучше, чем здесь. В Москве есть великолепная марка «МАХ&Со», хотя и очень дорогая. Кто-нибудь из вас знает, что это русские дизайнеры, которые пользуются огромной популярностью за рубежом? Это великолепный крой, и когда меня кто-нибудь спрашивает о том, чем можно заменить женский костюм, чтобы это выглядело дорого, я советую «МАХ&Со»: они до сих пор не стоят столько, сколько они должны стоить, если сравнивать с европейскими марками. Это не то, что преклонение перед Западом, мы русские очень любопытны. Нам всегда и всего мало. У нас есть своё, но нам нужно еще что-то.

Фельдман П.Л.:

Вы сказали, что приехали и много видите аптек. Хочу сказать, что до этого Вы увидели бы много банков, причем в основном московских, которые здесь «высасывали» деньги. А до этого - бум ювелирных магазинов и ломбардов.

Орлов И.Б.:

А в Ставрополе идешь и такое чувство, что через каждый метр - различные кредитные организации.

Архипенко Андрей Юрьевич, сопредседатель, Председатель Комитета по вопросам здравоохранения:

Я думаю, что это связано с тем, что это быстрые деньги. Когда вы проходите по центру, у нас много собственности у бизнесменов, которые сдают её. Соответственно,

какой бизнес наиболее маржинален на данный момент времени, такой и захватывает рынок. Платить аренду может тот, кто имеет финансовые возможности. Я надеюсь, что когда-то у нас будут бутики от собственных производств, потому что таким количеством аптек я не пользуюсь. Но зато среди аптек очень сильно падают цены. У них сейчас будет естественный отбор.

Орлов И.Б.:

Мне Павел Львович сказал, что в России сейчас 65 тыс. аптек на 140 млн. населения, а в советское время было 30 тыс. на 240 млн. населения. И притом, что окупаемость начинается где-то с 800 тыс. рублей. Поэтому в РФ каждый год закрывается много аптек. Как в Рязани с этим быть?

Архипенко А.Ю.:

Они открываются где-то на новом месте, пробуют. Есть места, где для аптек хорошо находиться. Например, пробуют на окраинах и смотрят - получается или не получается.

Фельдман П.Л.:

А социальные аптеки? Сейчас в Москве начинают формироваться некоторые сети новых социальных аптек, где можно купить йод, зеленку, бинт и аспирин. А не заменители за 1000 руб.

Архипенко А.Ю.:

Не могу ничего сказать. Я думаю, что это дело каждого, кто, как и чем лечится.

Фельдман П.Л.:

Или просто внутри аптеки есть набор на разный вкус. В Москве покупатель может купить за 1000 руб. или за 100 руб. А есть специальные социальные аптеки, которые выстроены под дешевые аптечные товары. Понятно, что это в основном российские товары.

Архипенко А.Ю.:

Социальные аптеки - также коммерческие предприятия и им надо как-то выживать. Это просто такой бренд, который рассчитан на вашу психологию. Бизнесмен не будет открывать дело, если это будет невыгодно. Но если он не делает деньги на одном товаре, то сделает на другом.

Орлов И.Б.:

На самом деле в Москве дешевая сеть «Здоровье», даже для пенсионеров стоят. Кроме того, можно заказать лекарства по интернету из дома и пройти по талону без очереди.

Архипенко А.Ю.:

Конечно, за этими сервисами большое будущее, где всё очень удобно и нет каких-то дополнительных издержек. Вот буквально рядом у нас «Аптека № 3». Там пенсионеры полдня стоят, но по цене дешевле. В этом случае я потеряю больше времени, чем я оставлю у себя денег. Каждый смотрит оп своему карману. Но чисто социальные аптеки стоят полупустые.

Фельдман П.Л.:

Будущего за ними нет?

Архипенко А.Ю.:

Я не думаю, что они имеют его.

Фельдман П.Л.:

Безусловно, создание в одной аптеке нескольких отделов или наборов разных лекарств - более выгодный путь для бизнесмена, нежели путь формирования элитной аптеки или аптеки, наоборот, социальной. Бизнесмены Рязани предлагают на выбор три пути. У меня элитная аптека, где вы можете купить дорого, но это отличный товар. У меня дешевый товар, бабушки приходите, увидите, как выглядел в вашей юности бинт. Или аптека на любой вкус и цвет

Архипенко А.Ю.:

На этот вопрос я бы вам ответил таким образом: лекарства должны быть эффективные. А половина лекарств - это практически плацебо. Я, например, не сторонник, чтобы Вы даже за дешево покупали эти лекарства. Потому что, скорее всего, они будут малоэффективны. Я не понимаю, что такое *vir*-лекарства и не *vir*-лекарства. Это как? Это вам поможет, а это вы просто думаете, что вам поможет? Да?

Фельдман П.Л.:

Это чисто символически.

Архипенко А.Ю.:

Я, например, как врач, против вообще таких вещей. Я считаю, что должны быть лекарства эффективные. Я считаю, что не должно быть деления. Но если вы говорите о *vir*-обслуживании, о *vir*-сервисе, (а вы как потребитель готовы за это переплачивать), то, наверное, это правильно.

Фельдман П.Л.:

То есть доставка лекарств на дом или в офис? Консультации?

Архипенко А.Ю.:

Да, Вы экономите время. За вас кто-то это берет на себя. Я считаю, что это правильно, в этом может быть свой бизнес. Но если лекарство одно продается по самым разным ценам, то очевидно желание на вас нажать. Или конъюнктура, если нет больше другой альтернативы на рынке. Но я считаю, что лекарства должны быть чуть ли не по всей стране по одинаковой цене. А вот как к вам будут эти лекарства доставляться, где вы их будете брать - это ваше дело. За что вы готовы оплачивать.

Фельдман П.Л.:

В советское время были пояса 1,2,3. Цены формировались в зависимости от поя-

са. Но внутри пояса они были стандартные. У меня такое ощущение, что мы придем к ценовой унификации в этом плане. Или нет?

Архипенко А.Ю.:

Я думаю, что для экономики было бы правильным, чтобы росли именно производственные мощности. Росло производство чего-то, чтобы мы производили здесь эти лекарства. Вот это будет полезно для экономики. А то, что мы покупаем и перепродаем ... Я думаю, что не на этом должна строиться экономика. Вы можете через интернет заказать лекарство и оплатить доставку. Интернет очень здорово сейчас цены уменьшает, причем на все товары. Но невозможно продать услуги по интернету (например, вылечить зуб). Когда только начинался медицинский туризм, люди с опаской приезжали к нам в Рязань. Они думали, что здесь деревянные койки и бараки. Я смотрю, что сейчас медицинский туризм - это и Сибирь, и Приморье. Если там есть кадры, которые могут эти услуги предоставлять, почему их не продавать? Даже за рубеж. Мы конкурентоспособны. Мы можем спокойно конкурировать с теми же врачами в Европе, потому что у нас уже богаче опыт, потому что мы уже работаем на более новом оборудовании.

У нас есть и диагностика. Я был в Европе, у них стоят аппараты, которым уже 8 лет. А мы покупаем сразу новое. Мы имеем возможность это купить. И соответственно, мы видим, что у нас даже результаты совсем другие.

Орлов И.Б.:

А медицинский туризм осуществляет ваши рязанские фирмы, или человек идет в Москву и там покупает эту услугу?

Архипенко А.Ю.:

Начиналось всё с московских турфирм. Для них это было простым расширением их пакета услуг. Люди охотно ехали посмотреть Кремль в Рязани, и почему бы параллельно не воспользоваться еще такими услугами?

Фельдман П.Л.:

В два раза дешевле вставить зубы, чем в Москве, например.

Архипенко А.Ю.:

Да. Это существенно. Но давайте еще что-нибудь. И получался такой пакет всего, и люди говорили: "О, это интересно". Посмотрю, время потрачу с пользой и денег сэкономлю. Вот и пошло. Сейчас, конечно, уже не нужно заказывать это всё. Можно самому приехать и решить все вопросы. Мы медицинский туризм рассматриваем просто как явление.

Орлов И.Б.:

То есть е нет направления туристкой деятельности?

Архипенко А.Ю.:

Да, вряд ли вы будете платить +20% за агентское вознаграждение. Просто сами приедете и воспользуетесь этой услугой.

Орлов И.Б.:

Ваши отели сегодня способны принимать большое количество людей. То есть человек может сам просто пробить информацию по интернету, найти фирму, где ему дешевле в Рязани зубы вставить и одновременно самом может купить билет в Кремль, не переплачивая турфирме

Кибальникова Л.В.:

В Рязани вообще сильная медицина. У нас есть медицинский университет, который

признан одним из лучших университетов мира.

Архипенко А.Ю.:

Для такого города и региона, как Рязань, - это действительно хороший университет. Во многих регионах просто нет такого, и там огромный кадровый голод. Но, конечно, мы пока уступаем Москве и Петербургу и по технологиям, и по инвестициям.

Кибальникова Л.В.:

В отношении иерархии, которая есть в отделении: у нас есть группа сопредседателей и советы регионального отделения. Андрей Юрьевич, который здесь, Андрей Павлович Некрасов, к которому вы поедете, Максим Викторович Ободков, Светлана Валентиновна Сурова. Т. е. у нас коллегиально решаются все вопросы, поэтому не было ни разу за все время принципиальных разногласий или споров.

Архипенко А.Ю.:

Основная задача - это бизнес-среда, т.е. понятные правила для роста и взаимодействия. Если нам это удобно делать, то это будет развиваться, а если это среда заставляет тормозить, соответственно не будет прироста и новые «малыши» тоже не появятся.

Кибальникова Л.В.:

Иерархия чем определяется? Сопредседатели - это ядро, это тот движок, который двигает всю организацию.

Орлов И.Б.:

И они курируют соответствующие эффективные отрасли?

Кибальникова Л.В.:

И курируют, и строят эти свои направления. У нас коллегиальность, у нас действительно союз единомышленников, коллегиальное мышление. Например, кто у нас может решать вопросы здравоохране-

ния? Андрей Юрьевич, безусловно, а у него свой коллектив.

Архипенко А.Ю.:

Что значит решать?

Кибальникова Л.В.:

Решать, как выстраивать отношения с Росздравнадзором, как выстраивать план работы, что обсуждать, какие вопросы актуальны в данной среде.

Орлов И.Б.:

А что сейчас происходит в сфере медицинского бизнеса? Допустим, перед лицом налоговой инспекции и всего прочего происходит слияние каких-то медицинских учреждений? Просто слияние для выживания. Или, наоборот, бизнес перетекает на уровень микро, чтобы иметь какие-то свои возможности? Какая тенденция в сфере медицинской? Это слияние или наоборот формирование всё более мелких предприятий?

Архипенко А.Ю.:

Я думаю, что сейчас идет активное формирование рынка. То есть идет уменьшение. Если есть инвесторы, которые готовы крупные предприятия запустить на рынок, они заполняют собой крупную нишу, но т.к. государство и государственные поликлиники имеют ряд своих отрицательных свойств, то более продвинутые кадры стараются найти себя в частном бизнесе. Он может быть совсем малым (1 кабинет), а может быть несколько специальностей. Я вижу, что сейчас количество частных медицинских предприятий и учреждений растет. И в Рязани, и Рязанской области оно превалирует над государственными в 2 раза. Если государственных - 5 000, то частных, условно, 10 000, по данным Росздравнадзора. Эта тенденция будет нарастать, но я считаю, что государство не должно совсем уходить, по-

тому что не все услуги будут частные. Не всё вы сможете за деньги решить.

Орлов И.Б.:

А третий сектор? Смотрите, в Москве самые лучше поликлиники не государственные и не частные, а ведомственные. Это поликлиники РЖД, Мэрии, Администрации Президента и др. У вас есть ведомственные поликлиники?

Кибальникова Л.В.:

У нас есть специалист, к которому мы идем.

Архипенко А.Ю.:

Рязань чем отличается от Москвы: у нас в этом плане плохо работают бренды. У нас работает личностный фактор. Мы в Рязани практически через одного человека знаем всех. И соответственно в силу «сарафанного радио», имена и потеря репутация очень важны. Поэтому люди стали даже из Москвы приезжать к нам и доверять. Мы очень дорожим репутацией.

Орлов И.Б.:

То есть репутация выше брендов?

Архипенко А.Ю.:

Мы практически все друг друга знаем, здесь не скрыться. И те компании, которые ведут нечестную работу на рынке, рано или поздно отторгаются участниками рынка. Это касается и строительства. Всё равно обманывать очень долго не получится.

Орлов И.Б.:

А куда делись все эти ведомственные поликлиники? Оборонка? Они же были.

Архипенко А.Ю.:

Поликлиника РЖД есть ведомственная, ФСБ. Но опять же, всё зависит от того, сколько денег выделяется туда. Если мало

денег будет, то сами врачи будут идти на сторону еще работать.

Орлов И.Б.:

В советское время действовала заработная плата на заводах была везде одинаковая. Но в 1960-х годах, когда была принята Косыгинская реформа, был выделен специальный фонд на премии (13-я зарплата) и на развитие социальной сферы. И предприятия стали соревноваться. Например, я построил себе поликлинику, и ко мне рабочие пойдут, потому что везде были объявления: «Требуется, требуется, требуется». Эта система медицинского обслуживания, наряду с детскими садами, базами отдыха в Крыму, служила способом привлечения кадров. И когда грянула перестройка, развалился СССР, все предприятия стали сбрасывать с себя абсолютно ненужную социальную сферу. В этих условиях кто-то подсуетился из бывших и действующих государственных чиновников и выкупил себе поликлинику или детский сад, сделав их частными. А то, что не попало в частные руки, просто разрушили. В Рязани, что с ними произошло?

Архипенко А.Ю.:

Я считаю, что каждый должен заниматься своим делом. Если вы что-то производите, может вам и не нужно открывать свою поликлинику. Вы заключите контракт, скажем, со мной. Я возьму на себя предоставлять вашим сотрудникам эти услуги. И они с такой же охотой пойдут к вам работать. И для этого, вам не нужно будет погружаться в медицинский бизнес.

Я знаю, что в Москве и в Петербурге используют именно эти рычаги. Т. е. заключают с топовыми клиниками соглашения, том числе через страховые компании.

Когда вы заключаете взаимоотношения с другим частным лицом, вы передаете ему зону ответственности, и он уже выпол-

няет эту функцию. Зачем вам этим заниматься?

Степанов Антон Александрович, эксперт НУЛ:

Андрей Юрьевич, Людмила Викторовна рассказывала нам про некоторые социальные аспекты деятельности рязанского бизнеса, что есть какие-то благотворительные акции и мероприятия. Я хотел бы уточнить, как малый и средний бизнес понимает социальную ответственность? Считает ли он это зоной своей ответственности или они думают, что это больше касается крупного бизнеса? И как эта социальная ответственность реализуется?

Архипенко А.Ю.:

Я думаю, что социальная ответственность, наверное, - это когда я уплачиваю все налоги и плачу реальные зарплаты. Ведь деньги, которые мы перечисляем в наши бюджеты, идут на социальные нужды. Если мы говорим о какой-то благотворительности, т.е. являемся ли мы участниками каких-то проектов, да. Даже мусор ОПОРА собирает: у нас есть подразделение «Эра», руководитель которой Рыбаков болеет за ту среду, в которой мы живем. Я считаю, что это тоже социальная ответственность - приучать людей любить свою природу. Потому что если относится к ней потребительски, то здесь никто не захочет жить. Инвестиции в свой регион - это тоже социальная ответственность.

Степанов А.А.:

А если еще шире? Условно говоря, может ли быть критерием социальной ответственности бизнеса то, что бизнес работает не сам для себя, а работает на общество? Если моё эффективное производство качественное, - это и есть в первую очередь сфера моей социальной ответственности. Я

произвожу тот товар, который: а) нужен б) эффективен в) не навредит и все прочее.

Кибальникова Л.В.:

Можно чуть-чуть добавлю? Когда возникает ситуация, когда нам необходимы, как скорой помощи, быстрые социальные действия, мы, безусловно, подключаемся. Когда были пожары, мы собирали пайки для военнослужащих, которые тушили пожары.

Всегда, когда что-то надо помочь, мы обязательно собираемся и участвуем в этом. Потому благотворительность - это часть нашей национальной культуры.

Орлов И.Б.:

А социальные обременения бизнеса остаются или нет?

Архипенко А.Ю.:

Вы говорите о взаимодействии с властью. Почему нет? Власть же просто предлагает. Если мы сами этим результатом будем пользоваться, мы только за. Лишь бы это поддержали все.

Если хотите у себя цветочную клумбу сделать, ради бога, если город от этого станет краше, почему нет? Но просто надо знать правила игры. Если муниципалитетом это разрешено, почему это не делать? Если запрещено, то не нужно пальму с мартышкой ставить. Есть социальная ответственность бизнеса, есть благотворительность, и вот третья тема прозвучала - социальные обременения. Их смешивать нельзя.

Орлов И.Б.:

Людмила Ивановна, мы уже сталкивались с системой микрокредитования: наши девушки брали интервью в организации "Мой бизнес". Какие целевые установки стоят перед Вашим отделом. Как вы осуществляете работу? Выступаете в роли «злобного» регулятора?

Ельчанинова Людмила Ивановна, заместитель начальника отдела развития предпринимательства и подготовки кадров Минэкономразвития Рязанской области:

Основная наша цель - развитие предпринимательства. Понятие широкое, а что мы для этого делаем конкретно? У нас уже более 20 лет реализуются программы развития малого и среднего бизнеса, причем меры поддержки в рамках этих программ различные. Несколько лет назад предприниматели получали компенсацию на часть своих затрат при покупке оборудования, в том числе, в лизинг, особенно начинающие предприниматели. Был ряд программ по поддержке деятельности народно-художественных промыслов. Т. е. в основном поддержка сосредотачивалась на предоставление субсидий и поручительства. Начиная с 2017 года, от прямых субсидий перешли к поддержке через организацию инфраструктуры. Это, прежде всего, Центр поддержки предпринимательства, который оказывает в основном информационную помощь, реализует образовательные программы, помогает предприятиям участвовать в выставках. В свою очередь, действует и Центр поддержки экспорта, который работает как с начинающими предприятиями-экспортерами, так и с уже действующим бизнесом. В этом году мы планируем начать развивать систему наставничества в экспорте: что касается молодежного предпринимательства, то это направление уже существует. Кроме того, у нас есть центры субконтрактации, которые фактически связывают те предприятия, которые производят продукцию, и тех, кто хочет эту продукцию получить.

Орлов И.Б.:

А кто отвечает за такое направление, как бизнес-инкубаторы, акселераторы бизнеса? Кто их курирует, если они вообще

есть? Есть ли базовые кафедры предпринимателей, открываемые в ВУЗах?

Ельчанинова Л.И.:

Один год мы участвовали в такой государственной программе, но потом наши предприниматели поняли, что проверяющие обязательно найдут, за что наказать. И поэтому у нас предприниматели активно сотрудничают с различными фондами (в том числе, федеральными), но от государственной поддержки отошли. Потому что сначала получаешь деньги, а потом – постоянные проверки.

Всё, что касается бизнес-акселераторов, то в Центре поддержки предпринимательства сейчас есть направление молодежного предпринимательства, рамках которого ведется работа со студентами и школьниками.

Орлов И.Б.:

Вы с Центром поддержки предпринимательства как-то сотрудничаете?

Ельчанинова Л.И.:

Не то, что сотрудничаем, мы очень тесно взаимодействуем. Тут даже нельзя сказать, что они действуют отдельно, а мы отдельно. Причем, руководитель Центра Лариса Сидоренко - это бывший сотрудник нашего управления, она хорошо знает работу чиновников и тесно общается с предпринимателями. Фактически это организация, куда приходят предприниматели с любыми своими вопросами. Отчасти бизнес-сообщества выполняют такую же роль. Самое главное, для государства и власти, мне кажется, услышать бизнес. Не просто слушать, а услышать то, что необходимо бизнесу. Вот эту роль выполняют и общественные организации и мы.

Орлов И.Б.:

Мы разговаривали с некоторыми бизнесменами и услышали, что есть востребованность в длинных деньгах. Этим кто занимается, сами ассоциации? Или Минэкономразвития этим занимается? Каким образом выстраивается механизм получения длинных денег, причем, по нормальным ставкам. Понятно, что можно пойти в любой банк, взять под 250% в день, но есть ли какие-то программы кредитования на долгие сроки?

Ельчанинова Л.И.:

У нас в отделение входят управляющие ВТБ 24, Промсвязьбанка, Альфа-Банка, Россельхозбанка.

Орлов И.Б.:

Они предоставляют льготные кредиты?

Ельчанинова Л.И.:

Во-первых, нам проще работать. Когда нам нужна скорая помощь, наши коллеги помогают нам. Когда был «черный вторник», наши коллеги из Промсвязьбанка и ВТБ 24 (сейчас ВТБ) буквально в ручном режиме перекредитовывали предприятия и тем самым спасали их от банкротства. Мы входим и в программу 6,5% Корпорации развития. Александр Арнольдович Браверман входит в попечительский совет Опоры России и достаточно часто участвует в заседаниях. Конечно, «Программа 6,5%», немножечко не соответствует своему названию ((для бизнеса фактические ставки 9,6% и 10,6%), но, тем не менее, эта программа действительно эффективная и пользуется популярностью у рязанских предпринимателей. Начиная с прошлого года реализуется «программа льготного кредитования» Минэкономки России, где бизнес может получить кредит под 6,5%.

Орлов И.Б.:

Конкурс надо выиграть какой-то?

Ельчанинова Л.И.:

Нет, просто подать заявку в банк, т.е. на инвестиционные цели конечная ставка 6,5%.

Ельчанинова Л.И.:

Фактически сейчас, независимо от названия, существуют 2 льготные программы кредитования.

Орлов И.Б.:

Какой удельный процент рязанского бизнеса пользуется этими льготными программами кредитования? Условно, 50% или 10%?

Ельчанинова Л.И.:

Это очень небольшой процент. А программа Минэкономразвития – новая. Поэтому есть уже предприятия, которые обрабатывают эти вопросы и подают заявки, но пока еще не получили кредиты.

Орлов И.Б.:

А остальные предприниматели? К микрокредитованию прибегают, к каким-то другим формам финансирования бизнеса? Мы понимаем, что без денег невозможно никакой бизнес построить.

Ельчанинова Л.И.:

Естественно, это кредитование в банках по льготным программам для малого бизнеса. И у нас есть региональный банк при Внешторгбанке, который нацелен именно на малый и средний бизнес, с которым мы работаем.

Орлов И.Б.:

А ОВК нет у вас, Обществ взаимного кредитования? Такие не создаются структуры?

Ельчанинова Л.И.:

По такому типу как в Липецке кредитуют кооперативы - нет. Есть частные микрофинансовые организации, которые не очень хорошо себя зарекомендовали, так как дают кредиты под бешеные проценты. Короткие деньги там еще можно получить. Но предприниматели, которые обращаются, просто завязают в болоте этом.

Орлов И.Б.:

Смотрел ваши местные новости: судя по одной передаче, львиная доля опрошенных студентов собирается идти на госслужбу. Когда мы спрашиваем студентов московских вузов, то мы видим там равномерное распределение: кто-то видит себя в бизнесе, кто-то - в образовании, кто-то - на госслужбе. А тут вот такой перекосяк ... Честно говоря, не очень верится в этот опрос. Тем не менее. Что так привлекает студентов, если верить этому опросу, в сферу государственного управления?

Ельчанинова Л.И.:

Сначала о своем примере. Я уже говорила, что реализуются мероприятия по молодежному предпринимательству и проводятся встречи со школьниками и со студентами. И вот на одной из таких встреч у нас выступала предпринимательница Анастасия Филиппова и несколько слов сказала о господдержке. И как раз возник вопрос, кто из присутствующих хочет пойти в бизнес? Из всех присутствующих (было, человек 20) - одна-две руки. Я сижу, слушаю внимательно, думаю, наверное, все хотят пойти в чиновники. И соответственно, задаю такой вопрос. Н ни одной руки не поднялось.

Орлов И.Б.:

Если не в бизнес и не в чиновники, то куда?

Ельчанинова Л.И.:

Я предполагаю, что если ассоциировать чиновника с чиновником госкорпораций, то я, наверное, могу понять тех молодых людей, которые хотят туда пойти. Не секрет, что там достаточно большие доходы, и молодые люди мыслят такими категориями. Если брать чиновников областного, городского или муниципального уровня, хотя работа интересная и разнообразная, но требует большого количества знаний и постоянного развития, и это при совершенно бешеной нагрузке. Если сравнивать денежное вознаграждение и уровень нагрузки, наверное, не для всех это привлекательно. В общем-то, кто изначально еще в 20 лет пришел на госслужбу, видимо, без этого своей жизни не представляют. Но, а потом у каждого свои особенности. У кого-то качества характера, которые предполагают именно работу в структурированных государственных организациях. У кого-то, наоборот, бизнесовое мышление и желание работать в бизнесе.

Кибальникова Л.В.:

Я считаю, что предпринимательство - это ген. Т. е. человек либо рождается предпринимателем, либо не рождается. Скажите, кто из вас сейчас занимается бизнесом?

Орлов И.Б.:

Они все студенты.

Кибальникова Л.В.:

Я тоже была студенткой. Более того, в то время о была перестройка, и я захватила только года полтора, когда нас называли спекулянтами. Моё внутреннее убеждение, что молодые предприниматели уже начинают проявлять интерес и талант. К примеру, Максим Ободков, молодой предприниматель, ушел из Роснефти, и он из семьи бизнесменов.

На мой взгляд, необходимо поддерживать тех, у кого это есть. Предпринимателем невозможно сделать. Это должно быть под кожей, в группе крови. Человек должен желать что-то сделать и заработать. В том числе, педагогическими услугами, репетиторством, еще чем-то.

Орлов И.Б.:

Я бы не согласился, что бизнесу научить нельзя.

Кибальникова Л.В.:

Научить можно, но всё-таки должна быть какая-то жилка, должны быть интуиция, нюх, талант. Должна быть тяга перебирать, продать, применить и получить на этом прибыль.

Архипенко А.Ю.:

Я могу из своего опыта сказать. Когда я начинал бизнес с партнерами, с такими же врачами, мы не чувствовали себя бизнесменами, но мы очень этого хотели. Мы себя не видели в государственной сфере. Мы набирали врачей, и через какое-то время я увидел, что некоторые из них захотели создать такое же своё предприятие. Хотя, наверное, предпринимательская жилка там не сразу чувствовалась. Просто та среда, в которой мы варились, заставила их так думать и действовать. И они создали такие же предприятия, которые успешно все работают.

Кибальникова Л.В.:

Это надо увидеть в вузах, которые готовят предпринимателей, надо подталкивать к этому делу, погружать в среду и постоянно внедрять в сознание интерес к предпринимательству. Основные проблемы, которые сейчас есть в экономике, это не налоги, не контроль и надзор и даже не кредиты, это кадры. Мы сейчас идем в ВУЗы, мы будем сидеть на семинарах, будем смотреть на своих студентов, чтобы понять свой

он или не свой? Сможем ли мы его взять на два-три года, чтобы сделать из него потом своего работника? Это же очень важно, так как сейчас работник становится партнером в бизнесе. Мир становится бизнесовым. Нет кадров - не будет бизнеса.

Орлов И.Б.:

Первыми по этому пути пошли медики, которые начали готовить менеджеров для сферы медицины, т. е. учить управлять поликлиникой, фирмой. Люди учились по живому, так как никаких систем подготовки кадров для медицины тогда не было. Один из путей развития предпринимательских кадров - базовые кафедры бизнеса, чтобы в вузы пошли специалисты-практики, как это делается в Высшей школе экономики. У вас насколько развита эта сфера? И были ли когда-то такие идеи у бизнеса и разных ассоциаций пойти на создание базовых кафедр в ВУЗах области?

Ельчанинова Л.И.:

Кафедр нет таких. Создание такой кафедры не даст тот эффект, который должен быть. Я объясню Вам почему. Выбирая между преподаванием в учебном заведении и на что потратить время, заработать деньги или пойти преподавать, бизнес выберет зарабатывание денег. Преподавательская деятельность низкооплачиваемая и затратная по времени.

Орлов И.Б.:

Формат мастер-класса, допустим, он интегрирован внутри студенческой среды.

Ельчанинова Л.И.:

Мастер-класс бесплатно проводить мы можем совершенно спокойно. А вот преподавать бизнесмены не пойдут. Я прекрасно понимаю, что мы встраиваемся в общественную деятельность, только тогда, когда есть для этого время.

Орлов И.Б.:

Он же вкладывается в будущий капитал. В капитал тех кадров, которые придут. Вы говорите, есть проблема с кадрами, а они откуда, из космоса прилетят?

Ельчанинова Л.И.:

Мы отберем себе и будем готовить на своём предприятии. Мы встраивать будем в свое предприятие, мы для себя это считаем лучшим вариантом.

Архипенко А.Ю.:

С точки зрения бизнеса, мне, например, не хватает знаний в управлении, возможно, кадрами, процессами, финансами. Я езжу и доучиваюсь. Я закончил курсы организации здравоохранения, которые дают право работать руководителем учреждения здравоохранения. Но это знания теоретические, их трудно реализовать одинаково эффективно в государственных учреждениях и в частных. Именно в частном управлении есть сам бизнес. Если учреждением управляет человек, который умеет это делать хорошо, у него бизнес растет, а если вы не можете управлять, у вас достаточно хаотичное развитие.

Ельчанинова Л.И.:

Вопрос в другом, пойдешь ты преподавать сам? Тратить на это время, планомерно заниматься.

Орлов И.Б.:

Планомерно - это, может быть, 50 часов в год. Условно говоря, одну пару провести формата мастер-класса этим же студентам-медикам, показать, как предприятие работает не с точки зрения учебника по медицине, а с точки зрения практической деятельности, почему нет? Здесь и просветительская функция бизнеса, общественная функция бизнеса, но если не вы научите

студентов, как работать руками по большому счету, то кто?

Архипенко А.Ю.:

Я соглашусь с вами, что это нужно. Но учреждения образования пока нас не могут привлечь или завлечь чем-то.

Орлов И.Б.:

Один из участников нашей предыдущей дискуссии сказал, что на самом деле особо и не хотят.

Архипенко А.Ю.:

Возможно, и не хотят, потому что видят какую-то конкуренцию для себя. Это вопрос к тем, кто этими процессами управляет, кто является руководителями образовательных учреждений. Опять же опыт предпринимателей он тоже у всех различен, чтобы привести его в учебную среду.

ROUND TABLE “THE ROLE OF BUSINESS IN REGIONAL BUSINESS DEVELOPMENT” IN RYAZAN OFFICE OF OPORA RUSSIA

This article presents a transcript of the round table with representatives of Ryazan office of OPORA RUSSIA. During the round table representatives of the business community discussed the main channels of interaction with regional and federal authorities as well as instruments of influence on their decisions that are available today to regional offices of Russian business NGOs.

Key words:

Small and medium-sized enterprises, business-government interactions, lobbying channels, Ryazan Region.

ИНФОРМАЦИОН- НАЯ ОТКРЫТОСТЬ

УДК / UDK 659.411.38

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРЕДПРИНИ- МАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Степанов А.А.⁴

В данной статье был на примере Рязанской области рассмотрена взаимосвязь позиционирования предпринимательства в средствах массовой информации области и освещения публичной деятельности крупнейших бизнес-НКО региона. Был проведен контент-анализ региональных СМИ на предмет позиционирования предпринимательства в Рязанской области. После этого было проанализировано то, как крупнейшие бизнес-НКО освещают свою деятельность в регионе. В заключение, каждой из рассмотренных НКО были представлены рекомендации по улучшению освещения своей деятельности.

Ключевые слова:

Позиционирование предпринимательства, региональные исследования, взаимоотношения бизнеса и власти в регионах, контент-анализ.

⁴ Степанов Антон Александрович – эксперт научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».
Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: stepanov.ton@gmail.com.

ВВЕДЕНИЕ

При ведении какой-либо организацией публичной активности информационное сопровождение ее деятельности является одним из важнейших аспектов успешности ее функционирования. Поскольку на основе данной информации различные заинтересованные группы (как общественные, так и властные) делают первичные выводы о качестве проводимой организацией деятельности, а также выстраивают возможные стратегии взаимодействия с ней. И, естественным образом, сама организация является первым и одним из главных источников информации о своей деятельности. Таким образом, информационное сопровождение - это один из основополагающих элементов формирования имиджа организации. Все вышеперечисленное актуально, в том числе, и для бизнес-НКО. Более того, деятельность бизнес-НКО формирует не только представление о самих этих организациях, но и о предпринимательстве в целом.

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ

В соответствии с официальным сайтом администрации города Рязани [23], среди всех СМИ, функционирующих на территории города и области, общественно-политическую жизнь освещают следующие газеты:

- Вечерняя Рязань (www.vr-gazeta.ru/);
- Комсомольская Правда (www.ryazan.kp.ru/);
- Мещерская сторона (www.province.ru/ryazan);
- Московский Комсомолец (rzn.mk.ru);
- Новая Газета (novgaz-rzn.ru/novosti/612.html);
- Панорама города (www.media62.ru);
- Рязанские Ведомости (rv.ryazan.ru).

Из данного списка наиболее релевантной с точки зрения проведения анализа является газета Вечерняя Рязань. Критериями выбора данного СМИ были его популярность в регионе (данная газета является одним из самых популярных СМИ в регионе), а также региональная самобытность (у данной газеты нет аналогов на федеральном уровне, а также в иных регионах России).

В ходе анализа выгруженной за период 01.04.2017 – 01.04.2018 базы данных публикаций проводился поиск по ключевым словам, затем анализировался контекст каждого случая упоминания ключевого слова и определялось, в связи с какой повесткой оно использовалось.

Ключевым словом запроса было слово «бизнес». Всего за выбранный промежуток времени было найдено 137 публикаций с соответствующим ключевым словом. Из всех сообщений 33,6% положительно описывают упоминавшийся в публикации бизнес, 8% освещают его негативно и 58,4% нейтрально описывают упоминавшийся в публикации бизнес. Примечательно, что наименьшую долю представляют негативно окрашенные информационные сообщения. При этом негативные сообщения о бизнесе связаны либо с уклонением бизнеса от уплаты налогов [20], либо с ведением экономической деятельности, которая представляется социально-вредной (торговля алкоголем [1] или организация азартных игр [9]).

Достаточно большое количество информационных сообщений (25,6%) связано с освещением деятельности малого бизнеса или политики региональной власти в отношении малого бизнеса.

Наибольшее количество информационных сообщений основано на освещении деятельности региональной власти или городской Рязанской администрации, а также

оценки проводимой ими политики в отношении бизнеса. Стоит отметить, что в этих сообщениях бизнес представляется как пассивный игрок, к которому власть либо обращается с призывом что-либо сделать, либо оказывает ему ту или иную поддержку.

Существует незначительное количество публикаций, которые описывают предпринимательские традиции Рязанской области, однако многие из них носят неоднозначный характер. Например, те предпринимательские традиции, которые трактуются однозначно, берут своё начало в позднем СССР. Часто бизнес упоминается в контексте проведения социально-значимых (в том числе, исторических) мероприятий в регионе. Также особое внимание уделяется малому бизнесу, в том числе, в контексте реализации им культурно-значимого (или исторически-значимого) для региона предпринимательства.

Таким образом, можно заключить, что позиционирование регионального бизнеса в СМИ таково, что он либо освещается в негативном свете, либо представляется как несамостоятельный и неактивный актер внутри региона. Учитывая данные выводы, можно приступить к анализу освещения своей деятельности самими бизнес-НКО.

ОСВЕЩЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НКО

Один из основных показателей, по которому можно судить об активности и направленности действий тех или иных НКО – это их интернет-портал. В Рязанской области каждое из четырёх самых крупных бизнес-НКО: РСПП (региональное отделение которой в Рязанской области называется Рязанская ассоциация экономического сотрудничества предприятий, далее РАЭСР), Деловая Россия, Торгово-промышленная палата, Опора России – имеет своё региональ-

ное структурное подразделение и отдельный интернет-портал.

Стоит оговориться, что помимо данных крупнейших бизнес-НКО в регионе присутствуют 5 других организаций предпринимателей, которые играют определенную роль в рамках Рязанского региона. 2 из них, предположительно, имеют региональное влияние – РРО ООО «Ассоциация молодых предпринимателей» и «Рязанская ассоциация малых и средних предприятий». 3 имеют высокое влияние в рамках своей отрасли в регионе – «Агропромышленный союз», «Рязанская палата Риелторов» и «Союз полиграфистов и издателей Рязани». Однако из-за отсутствия исчерпывающего списка членов (в открытом доступе) у Рязанской ТПП, Рязанской Деловой России и Рязанской Опоры России, нельзя однозначно сказать, являются ли приведённые выше организации (или ключевые члены этих организаций) аффилированными с тремя крупными бизнес-НКО, исчерпывающий список членов которых в открытых источниках найти не удалось. Поэтому они в данной работе рассматриваться не будут.

Последовательно разберём информативность интернет-порталов РАЭСР, Рязанской Деловой России, Рязанской ТПП, Рязанской Опоры России.

ОБЩАЯ ИНФОРМАТИВНОСТЬ САЙТОВ РСПП (РАЭСР)

Сайт данной организации мало информативен [25]. На своем сайте организация не освещает свою деятельность: нет описания ни осуществлённых или осуществляемых проектов, текущей деятельности, перечня представительства организации. Из всех 9 разделов сайта непустыми (именно непустыми, а не заполненными) являются 5: «Новости» (где за период с 2007 по 2017 гг. содержатся всего две публикации), «О сою-

зе» (где приведена некоторая справочная информация), «Структура» (где перечислен состав правления ассоциации), «Документы» (где содержится единственный документ – «Инвестиционное предложение Рязанской области», – доступ к которому с сайта невозможен) и «Реестр членов» (где приведён исчерпывающий список организаций, входящих в ассоциацию). Какой-либо полезной информацией обладают только разделы «структура» и «реестр членов». Стоит отметить, что, несмотря на крайне низкую наполненность сайта, исчерпывающий реестр членов организации не удалось найти больше ни в одном другом рязанском бизнес-НКО из «большой четвёрки» [26].

В целом, можно отметить, что РАЭСП не стремится к максимальному освещению своей деятельности. Возможно, это связано не с отсутствием деятельности как таковой, поскольку, как будет описано дальше, РАЭСП имеет представительство во многих органах власти, а добиться этого без осуществления какой-либо деятельности было бы трудно. Предположительно, причиной является то, что РАЭСП относительно небольшая по количеству членов Ассоциация (в ней состоит 62 юридических лица, в то время как, например, в Рязанской ТПП их более 900), в силу чего координацию деятельности этих членов можно осуществлять без активного ведения сайта.

Рязанская Деловая Россия

Сайт данной организации является довольно информативным [5]. Все данные актуальны. НКО активно освещает свою деятельность через раздел «новости». Присутствует описание текущей деятельности и реализуемых организацией проектов. Но отсутствуют потерявшие актуальность данные. К сожалению, также отсутствует (как и во всех других бизнес-НКО из большой четвёрки, кроме РАЭСП) реестр членов организа-

ции. Какие-либо данные о региональном составе Деловой России удалось собрать, только опираясь на публикуемые организацией новости. Кроме того, сайт Рязанской Деловой России – единственный портал бизнес-НКО «большой четвёрки», который содержит информацию о представительстве членов организации в органах государственной власти [24]. Это является крайне ценной информацией, поскольку позволяет получить данные о представительстве организации в структурах, которые не публикуют состав общественных советов при них (например, совет при уполномоченном по защите прав предпринимателей Рязанской области).

Однако в этом кроется и проблема, поскольку достоверность данного реестра крайне затруднительно проверить, поскольку не всегда есть альтернативный источник информации. А там, где альтернативный источник информации существует, данные реестра представительства Рязанской Деловой России не всегда соответствуют данным из альтернативных источников. К примеру, в реестре Рязанской Деловой России говорится, что член регионального совета НКО Игорь Иванович Кочетков является членом общественного совета по содействию развития малого и среднего предпринимательства при главе муниципального образования г. Рязани, в то время как, в найденных документах [17] его имя не фигурирует. Однако такое происходит не всегда: данные из реестра представительства Деловой России могут подтверждаться альтернативными источниками информации. Таким образом, нельзя однозначно утверждать, что данный реестр содержит абсолютно достоверную и актуальную информацию, однако сама попытка его ведения уже представляет интерес.

В целом, исходя из материалов, представленных на сайте Рязанского отделения Деловой России, можно сделать вывод, что данное бизнес-НКО стремится к открытости и прозрачности, и что для него важно освещение своей деятельности.

Рязанская ТПП

Сайт данной НКО достаточно информативен [15]. Более того Рязанская ТПП – единственная организация, деятельность которой можно отследить не только на основе новостей, но и по ежегодному плану работы, который публикуется на сайте [18].

Однако у интернет-портала существуют значительные проблемы с обновлением данных. Дизайн и внешнее оформление сайта свидетельствуют о том, что он создавался относительно давно, и складывается ощущение, что некоторые материалы сайта с того момента не обновлялись. Постоянно обновляются раздел новостей (деятельности организации там освещается довольно подробно), вкладка, посвящённая ежегодному плану деятельности организации, и вкладка «коммерческие предложения», которая выступает в роли своеобразной доски объявлений для предпринимателей. Остальные данные могут не обновляться в течение пяти и более лет. Подобное отсутствие контроля над актуальностью размещённой информации на некоторых частях сайта приводит к наличию противоречивой информации. К примеру, информация в разделе «о палате» свидетельствует о том, что членами палаты являются около 600 организаций, в то время как в разделе «наша миссия» говорится, что членами региональной палаты являются около 900 организаций [30]. Также отсутствует исчерпывающий список членов организации.

В целом можно отметить, что сайт организации довольно информативный, одна-

ко ответственное отношение к публикуемой информации присутствует не во всех частях интернет-портала. Тем не менее, это один из наиболее содержательных сайтов среди всех других сайтов бизнес-НКО «большой четвёрки».

Рязанская Опора России

Сайт данной организации крайне малоинформативный [6]. Вкладки «проекты организации» и «местные организации» существуют, однако не содержат никакой информации. Тем не менее, на данном сайте существует обновляемый раздел новостей. Кроме того, по опубликованной на данном портале информации можно узнать, как стать членом организации, о руководстве организации и о том, что существует некое «бюро по защите прав предпринимателей»⁵. Список членов организации отсутствует, как и информация о представительстве в органах государственной власти.

Примечательно, что сайт был обновлён (или создан) относительно недавно (исходя из его дизайна). Однако не настолько, чтобы не было возможности заполнить сведениями вкладку «о проектах». По какой причине редакция сайта ответственно относится к разделу новостей и в то же время игнорирует созданные ими же разделы, которые должны быть посвящены проектам и деятельности местных организаций, – неизвестно. Тем не менее, можно сказать, что хотя Рязанская Опора России не стремится к максимальной прозрачности своей деятельности, НКО в целом заботится об освещении своей активности.

ОСВЕЩЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РСПП (РАЭСР)

Подробных данных о проектной или текущей деятельности РАЭСР найти не уда-

⁵ Прим.: подробнее см. раздел «Деятельность».

лось. Как было отмечено ранее, сайт организации малоинформативный. Однако на сторонних источниках [25] присутствует информация о том, что РАЭСП является координатором деятельности Рязанского регионального Бизнес-центра по поддержке предпринимательства. Чем конкретно занимается данный Бизнес-центр, установить точно не удалось. Предположительно, он предоставляет некоторые консультационные услуги. Больше информации о проектной или непроектной деятельности РАЭСП найти не удалось.

Рязанская Деловая Россия

Конкретная информация о проектной деятельности на самом сайте отсутствует, однако её можно проследить по новостям, публикуемым на портале и на других ресурсах.

Рязанская Деловая Россия ежегодно проводит исследование и составляет «Барометр предпринимательских настроений Рязанской области» [2]. Кроме подобной исследовательской деятельности, она осуществляет некоммерческие просветительские проекты:

- написание и публикация совместно с Комсомольской Правдой книги «Новейшая история Рязанского бизнеса»;
- проведение кинофестиваля «Созвездие созидателей», посвященного выдающимся предпринимателям прошлого и настоящего [8];
- взаимодействие с зарубежными вузами (университет Баффало [4], университет Северный Рейн-Вестфалия [12]) с целью реализации совместных с рязанскими университетами образовательных программ;
- инициатива празднования 160-летия К. Циолковского в регионе.

Кроме того, бизнес-НКО осуществляет текущую консультативную деятельность в

рамках проекта «Деловой Совет», где реализуются следующие программы [7]:

- помощь в решении управленческих и финансовых проблем;
- помощь в решении кадровых вопросов;
- финансовый аудит;
- юридические услуги;
- консультации по любым вопросам в сфере предпринимательской деятельности.

Можно отметить, что деятельность НКО направлена не только непосредственно на представителей бизнес-сообщества, но и на общественность и носит социально-направленный характер.

Рязанская ТПП

Подавляющее количество реализуемых Рязанской ТПП проектов направлены непосредственно на бизнес. Однако существует социальный проект «Забота» [21], который аналогов в регионе не имеет. Суть его заключается в распространении среди определённых слоёв населения карты, предоставляющей возможность покупки продукции и получения услуг по льготным ценам. Льгота определяется соглашением с предпринимателями, которое заключается при посредничестве Рязанской ТПП. Стоит отметить, что данный проект довольно масштабный: льготную карту получили более 100 000 человек [21], согласно информации, представленной ТПП.

К проектам, осуществляемым НКО для бизнеса, можно отнести следующее:

- проект «корпоративное управление», суть которого заключается во внедрении стандартов корпоративного поведения в акционерных обществах Рязанской области [11];
- проект «рабочие кадры под ключ», когда на основе поступающих от предприя-

тий заявок, ТПП формирует заказ для системы среднего специального образования области и, таким образом, способствует формированию востребованных для бизнеса кадров [10].

Также НКО осуществляет текущую непроектную деятельность, отследить которую можно по публикуемому организацией ежегодному плану работы. В частности, Рязанская ТПП занимается:

- проведением тематических семинаров/круглых столов/ конференций [18];
- ведением вкладки «коммерческие предложения» на сайте, которая функционирует в качестве своеобразной деловой доски объявлений [16];
- изданием двух тематических деловых региональных газет «Под знаком Меркурия» и «Торгово-промышленные ведомости», а также тематических каталогов и справочников [14];
- обеспечением деятельности площадки «третейского суда» в рамках своей работы, которая помогает в урегулировании конфликтов между предпринимателями [19].

Также Рязанская ТПП занимается предоставлением входящим в неё организациям разного рода услуг по: экспертизе, сертификации, оценочной деятельности, рекламе, аналитике, выставочно-ярмарочной деятельности и т.д. [3].

Рязанская Опора России

Как было отмечено выше, соответственная вкладка на интернет-портале организации не заполнена. Однако по некоторым косвенным сведениям, а так же по информации из других источников удалось установить, что НКО осуществляет консультативную деятельность как по общим вопросам (в рамках Бюро по защите прав предпринимателей), так и по отдельным наиболее важным темам: к примеру, по во-

просам внедрения контрольно-кассовой техники (для чего была даже создана отдельная горячая линия [29]). Также проводятся тематические дни открытых дверей и семинары, на которых посетителям подробно разъясняются некоторые вопросы, например, по поводу государственных закупок [27].

Кроме того, НКО ведёт деятельность по созданию своего рода профессионального бизнес-сообщества путём создания «клуба предпринимателей» [22]. По задумке создателей подобное неформальное общение также поможет членам НКО в обмене бизнес-продуктами. Других направлений деятельности Рязанской Опоры России найти не удалось.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Все бизнес-НКО из «большой четвёрки» ведут ту или иную деятельность, однако освещается она с разной степенью интенсивности. Наиболее доступная и полная информация присутствует у Рязанской ТПП и Рязанской Деловой России. О РАЭСР (РСРР) и Рязанской Опоре России информации можно найти существенно меньше.

Предположительно, это накладывает свой отпечаток на освещение деятельности предпринимателей в регионе. Основная рекомендация, которую можно дать РАЭСР: им необходимо предоставлять актуальную, регулярно обновляемую информацию о своей деятельности на своем официальном сайте. Рязанской Опоре России необходимо более полно освещать свою проектную деятельность. Рязанской ТПП надо синхронизировать данные в разных блоках своего сайта. Порекомендовать что-либо в улучшении политики освещения своей деятельности Рязанской Деловой России не представляется возможным, поскольку в сравнении с

другими бизнес-НКО, они освещают свою деятельность наиболее полно.

Стоит отметить, что, несмотря на то, что все бизнес-НКО осуществляют текущую деятельность, которая связана с предоставлением консультационных услуг членам своих ассоциаций, в их текущей деятельности встречаются отдельные просветительские или другие общественно значимые проекты. К примеру, социальный проект «Забота»), реализуемый Рязанской ТПП. Однако их освещение в СМИ не является активным. Учитывая это, можно дать общую рекомендацию всем НКО по налаживанию более тесных контактов с региональными СМИ, что позволит им активнее формировать собственный имидж, в том числе, за счет привлечения дополнительных информационных площадок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абсурд местного разлива... // Вечерняя Рязань [Электронный ресурс] URL: http://www.vr-gazeta.ru/gazeta/nomer-15-ot-11-aprelya-2017/absurd-mestnogo-razliva-/?sphrase_id=5944 (Дата обращения: 01.04.2018).
2. Барометр показывает на «ЯСНО» // Общероссийская Общественная Организация «Деловая Россия» [Электронный ресурс] URL: <https://deloros62.ru/news/barometr-pokazyvaet-na-%C2%ABvasno%C2%BB> (Дата обращения: 19.07.2017).
3. Бюро по защите прав предпринимателей // Опора России Рязанское областное отделение [Электронный ресурс] URL: <http://opora62.ru/byuro-po-zashhite-prav-predprinimatelej/> (Дата обращения: 21.07.2017).
4. Владимир Моторжин: «Рязанская Деловая Россия инициирует взаимодействие университета Баффало с рязанскими ВУЗа-ми по подготовке специалистов-лидеров» // Общероссийская Общественная Организация «Деловая Россия» [Электронный ресурс] URL: <https://deloros62.ru/news/vladimir-motorzhin-%C2%ABryazanskaya-delovaya-rossiya-iniciiruet-vzaimodejstvie-universiteta-baffalo-s-ryazanskimi-vuzami-po-podgotovke-specialistov-liderov%C2%BB> (Дата обращения: 19.07.2017).
5. Главная // Общероссийская общественная организация Деловая Россия - Рязань [Электронный ресурс] URL: <https://deloros62.ru> (Дата обращения: 16.07.2017).
6. Главная // Опора России. Рязанское областное отделение URL: <http://opora62.ru/> (Дата обращения: 18.07.2017).
7. «Деловая Россия» запустила проект «Общественная приёмная - деловой совет» // Общероссийская Общественная Организация «Деловая Россия» [Электронный ресурс] URL: <https://deloros62.ru/news/rro-ooo-%C2%ABdelovaya-rossiya%C2%BB-zapustila-proekt-%C2%ABobschestvennaya-priemnaya-delovoj-sovet%C2%BB> (Дата обращения: 19.07.2017).
8. «Деловая Россия» проводит первый в стране кинофестиваль неигрового кино о предпринимателях // Общероссийская Общественная Организация «Деловая Россия» [Электронный ресурс] URL: <https://deloros62.ru/news/%C2%ABdelovaya-rossiya%C2%BB-provodit-pervyj-v-strane-kinofestival-neigrovogo-kino-o-predprinimateleyah> (Дата обращения: 19.07.2017).
9. Демократический азарт // Вечерняя Рязань [Электронный ресурс] URL: http://www.vr-gazeta.ru/iz-arkhiva-vr/demokraticeskij-azart/?sphrase_id=5944 (Дата обращения: 01.04.2018).

10. Кадры под ключ // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: <http://www.ryazancci.ru/kadri/kadri.php> (Дата обращения: 20.07.2017).
11. Корпоративное управление // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: http://www.ryazancci.ru/projects/corporation_management.php (Дата обращения: 20.07.2017).
12. «Мы должны воспользоваться нашим преимуществом» // Общероссийская Общественная Организация "Деловая Россия" URL: <https://deloros62.ru/news/%C2%ABmy-dolzny-vospolzovatsya-nashim-preimuschestvom%C2%BB> (Дата обращения: 19.07.2017).
13. Наша Миссия // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: http://www.ryazancci.ru/about_chamber/our_mission.php (Дата обращения: 17.07.2017).
14. Наши издания // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: <http://www.ryazancci.ru/publications/publications.php> (Дата обращения: 20.07.2017).
15. Новости // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: <http://www.ryazancci.ru> (Дата обращения: 17.07.2017).
16. Новые коммерческие предложения // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: http://www.ryazancci.ru/databases/kom_pred.php (Дата обращения: 20.07.2017).
17. Об утверждении состава Общественного совета по содействию развитию малого и среднего предпринимательства при главе муниципального образования, председателе Рязанской городской Думы // Право.ru [Электронный ресурс] URL: <http://docs.pravo.ru/document/view/56009879/93915055/> (Дата обращения: 16.07.2017).
18. План мероприятий // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: <http://www.ryazancci.ru/news/merplan.php> (Дата обращения: 20.07.2017).
19. Предоставляемые услуги // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: <http://www.ryazancci.ru/servises/servises.php> (Дата обращения: 20.07.2017).
20. Предприниматель из Рязани подозревается в налоговом преступлении // Вечерняя Рязань [Электронный ресурс] URL: http://www.vr-gazeta.ru/novosti/predprinimatel-iz-ryazani-podozrevaetsya-v-nalogovom-prestuplenii/?sphrase_id=5944 (Дата обращения: 01.04.2018).
21. Программа «Забота» // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: <http://www.ryazancci.ru/zabota/zabota.php> (Дата обращения: 20.07.2017).
22. Продолжая традиции. В Рязани создан «Клуб предпринимателей» // Опора России Рязанское областное отделение [Электронный ресурс] URL: <http://opora62.ru/novosti/prodolzhaia-tradiczii.-v-ryazani-sozdan-%C2%ABklub-predprinimatelej%C2%BB.html> (Дата обращения: 21.07.2017).
23. Региональные и городские средства массовой информации // Администрация города Рязани [Электронный ресурс] URL: <http://admrzn.ru/gorod-ryazan/spravochnik/publikatsii-v-presse/regionalnye-i-gorodskie-sredstva->

massovoj-informatsii/?page=2 (Дата обращения: 01.04.2018).

24. Реестр представительства // Общероссийская общественная организация Деловая Россия - Рязань [Электронный ресурс] URL:

<https://deloros62.ru/napravleniya/gosudarstvennaya-podderzhka-biznesa/reestr-predstavitelstva> (Дата обращения: 16.07.2017).

25. Рязанская Ассоциация экономического сотрудничества предприятий // Официальный сайт Администрации Города Рязани [Электронный ресурс] URL: <http://admrzn.ru/ekonomika-i-biznes/upravlenie-ekonomiki/maloe-i-srednee-predprinimatelstvo/infrastruktura-podderzhki-malogo-biznesa/:6065> (дата обращения: 19.07.2017).

26. Рязанская ассоциация экономического сотрудничества предприятий - реестр членов // Российский союз промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс] URL: <http://ro.rspp.ru/registerofmembers> (Дата обращения: 15.07.2017).

27. Рязанские предприниматели получают ответы на все вопросы // Опора России Рязанское областное отделение [Электронный ресурс] URL: <http://opora62.ru/novosti/ryazanskie-predprinimateli-poluchat-otvety-na-vse-voprosyi.html> (Дата обращения: 21.07.2017).

28. Третейский суд // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: <http://www.ryazancci.ru/sud/sud.php> (Дата обращения: 20.07.2017).

29. У рязанского бизнеса появилась «горячая линия» // Опора России Рязанское областное отделение [Электронный ресурс] URL: <http://opora62.ru/novosti/uryazanskogo-biznesa-poyavilas-goryachaya-liniya.html> (Дата обращения: 21.07.2017).

30. Что такое Рязанская ТПП // Рязанская Торгово-промышленная палата [Электронный ресурс] URL: http://www.ryazancci.ru/about_chamber/about_chamber.php (Дата обращения: 17.07.2017).

INFORMATION SUPPORT OF BUSINESS ACTIVITIES IN THE RYAZAN REGION

Stepanov Anton - Expert of of the National Research University - Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya Ulitsa, Moscow, 101000, Russia. E-mail: stepanov.ton@gmail.com.

In this paper, on the example of the Ryazan region, the relationship of the positioning of entrepreneurship in the media of the region and the coverage of public activities of the largest business NGOs in the region will be considered. Initially, the content analysis of the regional media for the positioning of entrepreneurship in the Ryazan region was carried out. After that, issue coverage of the largest business NGOs activities in the region. Finally, each of the reviewed NGOs was presented with recommendations to improve the coverage of their activities.

Key words:

Positioning of entrepreneurship, regional studies, business-government relations in the regions, content analysis.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

УДК / UDK 332.12

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ: ВЗГЛЯД РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКСПЕРТНОГО СООБЩЕСТВА

В данном обзоре представлены ключевые тезисы встречи участников экспедиции «Традиции взаимоотношений бизнеса и власти в регионах РФ на примере Рязанской области» с представителями местного академического сообщества, журналистами, предпринимателями и бывшими чиновниками в формате круглого стола. В рамках дискуссии представители экспертного сообщества рассуждают о текущих проблемах, тормозящих развитие области, возможных точках роста и влияние традиций на модели ведения бизнеса.

Ключевые слова:

Экономическое развитие, региональная политика, региональные элиты, взаимодействие бизнеса и власти, Рязанская область.

Эксперты отмечали, что в Рязани условно есть новые традиции, однако есть и старые. Обычно в Рязани любят жаловаться, что у нас чего-то не хватает, нас не замечают.

Очевидно, при попытках понять проблемы 1980-90-х годов, стоит принять во внимание, что Москва относилась к Рязани как региону, готовому обеспечить выполнение плана по мясу и молоку.

В Рязанской области средний возраст 42 и 49 лет (3-е место по России), 3-е место по пожилому населению, а по доле детей регион занимает 78-е место в РФ. Общий прирост населения отрицательный (58-е место), причем, основной прирост населения идет

за счет миграции. По демографической нагрузке область находится на 11 месте. Мужское население составляет 45,6%, то есть область очень женская. Средняя продолжительность жизни несколько выросла и составила 71 год у мужчин и 87 - у женщин. По факту Рязанская область является регионом пожилых женщин с плохим здоровьем и малым количеством внуков.

Таким образом, даже если бы не было Москвы рядом, молодежь все равно уезжала бы, так как сама демографическая структура не предполагает каких-либо возможностей для молодежи. Сложившейся ситуацией недоволен и бизнес, так как предприятиям требуются молодые квалифицированные

кадры. Более того, если эти кадры будут готовиться, они будут готовиться не для региона, так как молодые специалисты все равно будут уезжать по той простой причине, что уровень доходов в столице выше на порядок. Обеспечить такой же уровень доходов, что и в Московской области, региональный бизнес не готов. Они ориентируются на средний доход по региону и не считают нужным дополнительно платить за квалификацию работника.

Как бизнес, так и власть должны осознать и принять то, что область является «вымирающей», после чего переориентироваться. Но так как демографические показатели довольно консервативны, изменить их даже в среднесрочной перспективе в российских условиях практически невозможно.

Проблема еще заключается и в нехватке детских садов. Прежде их забирал бизнес, так как детские сады были особо не нужны. Из-за отсутствия генерального плана города сейчас появились серьезные перекосы: в центре детских садов много, и они полупустые, а в спальных районах они переполнены. Это происходит и из-за отсутствия среднесрочного плана (лет на 15) как в строительной сфере, там и в целом по развитию области.

У крупного бизнеса план очень простой: удержать то, что уже есть, откусить еще, постараться перевести активы в более благоприятную бизнес-среду, и там уже строить что-то долгосрочное. Некоторые с этим успешно справляются. Подобные работодатели не готовы платить хорошему специалисту 300 тыс. в месяц в Рязани, как и не готовы обеспечить ему карьерный план хотя бы на 10 лет вперед. Они хотят, чтобы специалисты за мизерную зарплату выстроили им целиком процесс, после чего на их место посадить своих родственников.

Спасибо санкциям, у нас начал подниматься аграрный бизнес, однако все упирается в нестабильность правил и моделей взаимодействия с той же властью.

Наш рязанский строительный бизнес вместо того, чтобы делать Рязань привлекательной, в том числе, и для инвестиций, делает все возможное, чтобы оттолкнуть и бизнес-сообщество, и предпринимателей из других регионов.

Если бы к нам приехали гости лет 20-30 назад и сравнили с тем, что сейчас есть – небо и земля. Рязанцы смотрят и содрогаются от того, что делают с нашим городом наши же застройщики. В Рязани сейчас порядка 20 строительных фирм. Среди них выделяются мощные фирмы, которые делают все возможное, чтобы полностью испортить внешний вид нашего города, особенно его центральной части. У нас действуют нормативы, мешающие застройщикам полностью застроить центр нашего города. В итоге эти застройщики объединились и создали общий фонд «Наследие». Они на свои деньги наняли из Санкт-Петербурга архитекторов, которые полностью изменили данный норматив, пытаясь его здесь внедрить. Наша городская администрация единогласно проголосовала «за», и уже практически норматив начали внедрять, если бы не пришел новый губернатор Любимов. Если бы нормативы были официально утверждены в городе и в области, старая часть Рязани была бы полностью искажена, так как предусматривалась застройка высотными зданиями по периметру нашего Кремля. В городе наступил бы коллапс, так как застройщики свои высотные здания ставят на изношенные сети, потому что это дешевле. Мы несколько раз обращались к губернатору, и он нас услышал.

Возможно, это одна из причин того, что Рязань становится некомфортным горо-

дом, и что этот исторический город, который старше Москвы, не включают в «Золотое кольцо России». Прежде это объяснялось наличием объектов военно-промышленного комплекса в Рязани, в связи с чем привлекать дополнительно туристов было нежелательно. Не входит Рязань до сих пор и в Союз исторических городов России. Я Касимов является членом Союза, а Рязань до сих пор нет, что абсурдно.

Молодому поколению в возрасте 20-25 лет это не нужно. Для них не имеют значение какие-то исторические памятники. Снесли очень много объектов деревянного зодчества по городу, однако молодежь это воспринимает позитивно как снос трущоб, где обустраивается хорошая инфраструктура, то есть город становится современным. При том все исторические памятники в советский и постсоветский период не ремонтировались, за ними не ухаживали, там доживали свой век старые семьи. Эти памятники представляли собой патриархальную Рязань.

С другой стороны, что хорошего было в деревянных гнилушках в районе центрального рынка? Там были притоны, в которых постоянно содержались челноки. Там не было ни одного ценного здания. Какая ценность в доме Циолковского, когда это двухэтажный барак? То ли жил там Циолковский, то ли не жил. Тем не менее, всю Рязань всполошили, и все кинулись защищать этот барак.

Если хотите сохранить дом, купите его, вложите в него деньги, отреставрируйте. Если не мы, то кто еще это сделает? Бюджета на всю нашу огромную страну никакого не хватит. В Финляндии полно частных музеев. У нас, например, в село Ижевское приехал энтузиаст из Москвы и развивает его сам под брендом «самое богатое село России».

По данным Госкомстроя за 2017 год, по этажности застройки сразу за Москвой второе место между собой делят Петербург и Рязань. Возникает вопрос: на какой год мы должны сохранить историческую Рязань?

Однако, вот 2 позитивных примера, чтобы не создавалось впечатление, что в Рязанской области все плохо. Яркий пример – Касимов, который сейчас развивается как туристический кластер: там пытаются создать особую зону для привлечения туристов. Там есть, во-первых, два очень интересных музея, созданных московским меценатом и продолжающих рязанские традиции, – это Музей колоколов и Музей самоваров. Их посещаемость достаточно высока, причем последний работает не только как музей: там есть отдельный зал, где можно выпить чая из самовара с пряниками, не только тульскими, но и рязанскими. Музей продолжает развиваться. Под это дело, в том числе, строятся и небольшие гостиницы. Москвичи с удовольствием приезжают.

Развивается и физкультурный бизнес для Москвы. Например, в Сасове построили ледовый дворец и ФОК, а поблизости создали несколько гостиниц. Москвичи сюда приезжают, так как им это выгодно: дешевле приехать на выходные в Сасово, что находится в 200 км от Рязани, снять номер в гостинице, покататься на коньках, поплавать в бассейне и т.д.

Рязский зоопарк тоже очень интересная место, хороший частный бизнес, правда, московский, но с некоторыми рязанскими корнями. Он находится приблизительно в 5 км от Рязань. С детьми туда пускают бесплатно. Налицо небольшой элемент благотворительности. Едут туда и из Рязани, и из Москвы.

В самой Рязани совсем недавно открылся Музей рязанского леденца, но он

уже начинает действовать, дети туда ходят. Недавно открыли в Стрелецкой слободе небольшой Музей военных мундиров, что очень кстати, так как давно идут разговоры о том, что Рязань является городом воинской славы.

Нельзя сказать, что ничего не делается. Когда недавно избранный губернатор представлял свою концепцию, одним из трех направлений было развитие в регионе туризма. Подана заявка и на включение Рязани в «Золотое Кольцо». При встрече губернатора сказал, что остается надеяться, что она будет одобрена, иначе придется ждать еще 3-4 года до повторной подачи заявки. Тем не менее, шанс есть. Прежде нас не включали, так как мы входили в оборонно-промышленный комплекс.

Помимо этого, идет развитие такого мощного туристического кластера, как Константиново с учетом того, что туда было направлено колоссальное финансирование на новые постройки. Например, дом священника, который 5 лет назад сделали в качестве нового туристического объекта для посещения; сейчас строятся гостиницы. Надо деньги действительно зарабатывать, а как их заработаешь, если туристы приехали, пробежались и уехали? Соответственно, нормальный турист хочет приехать, неспеша походить, перекусить. Все упирается в дороги, однако федеральная трасса тоже потихоньку делается.

Еще надо отметить, что в Рязанской области находится парк «Мещера». В связи с этим в Клепиковском районе существует Музей деревянного зодчества: сюда тоже приезжают туристы и из Москвы, Владимира и других соседних регионов. Многие действительно увлечены этим делом. Это тоже частный бизнес. В рамках развития разного рода кластеров еще проводится в селе Новоселки Праздник малины. Единственная

проблема – несовершенная развитая инфраструктура, где можно отдохнуть и перекусить.

Все вышеперечисленные новшества – это скорее инициативы, а непосредственно туристический бизнес у нас только вдоль дороги из Рязани во Владимир. Парк «В некотором царстве» по обороту заткнет за пояс любой из серьезных проектов, хотя там ничего серьезного нет: маленький зоопарк и различные деревянные скульптуры, с которыми люди могут просто ознакомиться. На осмотр скульптур, а их там 200, вы потратите 3 часа. Там еще и поесть сможете, и останетесь. Помимо этого, в лесах расположены базы отдыха.

Вообще у нас было 2 проекта, которые, как нам кажется, являются взаимоисключающими. В свое время, когда Рюмин еще шел в губернаторы, одной из его идей было создание базы отдыха для москвичей, особенно если взять Клепиковский район или Касимовский. Отсюда и развитие всяких туристических баз, рыболовецких, охотничьих хозяйств и тому подобное. Но в губернаторы он не прошел. Потом при Шпаке был помощником Ковалев, который предлагал другое: Москва задыхается от промышленности, в связи с чем из Рязани можно сделать промышленную базу для Москвы. Был даже разговор о переносе нефтезавода. Однако эти два проекта друг другу противоречат, так как если мы хотим строить туристическую базу отдыха, нужен, как минимум, чистый воздух. Вот и сейчас расширение промышленной базы Рязанской области и привлечение туристов не состыкуются друг с другом.

Надо сказать, что за 1990-е годы произошла смена парадигм. Если раньше были предприятия ВПК, то сейчас в Рязани главные предприятия связаны со строительным комплексом: стройка, производство строй-

материалов и отделочных материалов. Данное производство не очень экологичное, но оно здесь активно развивается. Причем развивается не только местный бизнес, который был здесь с советских времен послевоенного периода (кирпичные заводы, шпало-пропиточное производство, керамика). Сейчас пришли крупнейшие холдинги по производству кровельных материалов, например, «Технофлекс» и «Технониколь», которые выдавили с рынка местных производителей, так как они более конкурентные ввиду использования новых технологий и материалов.

Возникает вопрос: не слишком ли много строят в регионе? Оказалось, что не слишком много, потому что продаем мы жилья значительно меньше, чем строим. Нужно строить впрок, потому что бизнес уже создан, компаниям надо работать, и для того, чтобы продавать дальше, надо еще строить, строить и строить. Но важно и качество. Что это за застройка многоэтажными домами по 20 этажей, когда пожарная лестница достает только до 17-го.

С одной стороны, федеральные крупные корпорации здесь имеют свои предприятия. С другой стороны, чуть ли не в каждом квартале сдаются небольшие предприятия с небольшим количеством рабочих мест, например, фармацевтические. Это предприятия небольшие (на них занято 100-150 человек), и они ориентированы на наших рабочих.

То же самое происходит и в сельском хозяйстве. Сейчас говорят, что село развивается, но развиваются на самом деле крупные аграрные холдинги. Они создают современное, но малолюдное производство. Ферма, на которой 20 тысячи коров, обслуживают всего 20 человек. В связи с этим возникает противоречие: стоит современная ферма, на ней работают работники, которых привозят

туда на автобусах, а рядом стоит пьяная деревня, которой работать негде. И на ферму ее жителей никто не возьмет, потому что там новое оборудование, новые технологии, и там должен работать человек не то, чтобы трезвый, а образованный. К примеру, одно из предприятий «Авангарда» берет работать на ферму людей исключительно с высшим образованием.

У нас избыток и энергетических ресурсов: больше половины из них направляются в соседние регионы. Таким образом, в Рязани в основном преобладают проблемы инфраструктурного характера.

Идею о том, чтобы сделать Рязанскую область рекреационной по отношению к Москве, никто не решается произнести вслух, потому что все говорят, что надо развивать экономику.

Есть еще некая психология. Мы так долго хотели стать городом-полумиллионником, и мы им стали. Мы так долго обустроивали свои полмиллиона жителей всякими предприятиями, индустрией, заводами, самолетами (тут и аэропорт был), а теперь людям приходится объяснять, что ничего этого не надо, что надо обустроить нормальные условия жизни, нормальную экологию, чтобы люди здесь с удовольствием жили и работали, может быть, за 200 км в другом месте. Почему у нас бизнес плохо развивается, так это из-за отсутствия кадров. Это одна из острейших проблем, которая вызвана тем, что полностью разрушена система профессионального образования. ПТУ преобразовались в вузы и стали плодить юристов и экономистов, которых много у нас в стране, но они совершенно не нужны в таком количестве. В то же время совершенно закрылись профтехучилища, которые выпускали токарей, фрезеровщиков и т.п.

Сейчас у нас выпускники школ идут поступать в вузы, а если они не способны поступить, то идут в охранники. А в технические училища не идут, потому что нет у нас такой системы образования. Это важнейшая проблема. Если возродят систему профобразования, то и кадры появятся, и будут они работать на наших предприятиях.

Небольшое наблюдение: сейчас появляется прослойка бизнесменов (пока их мало, но их количество будет расти), которым что-то интересно. Например, в Старожиловском районе есть хозяйство «Назарьевская слобода». Приехал успешный предприниматель из Москвы, у которого большая фирма, занимающаяся лифтами, поставками и прочим. Деньги есть, мозги есть. Приезжал в детстве к бабушке и помнил, что все было, а сейчас приехал – ничего нет: посевов нет, дороги нет. Он взял и вложил туда деньги, нашел единомышленников – производство сельхозпродукции наладили очень быстро. Когда есть деньги и мозги, все это делается очень быстро. Они купили технику, семена, нашли грамотных людей, быстро подняли урожайность до 45-50 центнеров пшеницы. Они закупили хороший скот, производят молоко и перерабатывают. Выращивают овощи для своих потребностей.

Предприниматель дал работу, получил возможность поднимать социальную сферу: садик, школу, спортивные секции, – все это там работает, все хорошо. Однако ему это не очень интересно, он пришел не для этого. Сейчас он в соседнем селе восстанавливает огромный красивый храм, будучи верующим человеком. Он поделился мечтой построить там огромные каменные подвалы, где будут солить огурцы, грибы и капусту по тем рецептам, что и наши прабабушки, чтобы и современный человек мог съесть не болгарский огурец из банки, а такой, какой ели наши деды и прадеды. Вот это ему ин-

тересно, и он этого добьется. Таких людей становится много.

В Рязани открылись магазины домашних сыров, домашнего хлеба. Массовым продуктом в супермаркетах все давно забыто, а людям хочется чего-то необычного, чего-то настоящего, в связи с чем появляется круг бизнесменов, которым интересно дать людям это настоящее, кроме того, чтобы просто заработать. Мне кажется, что за этим стоит будущее.

Возвращаясь к крупным холдингам, стоит сказать, что на ярмарках за молочной продукцией крупных холдингов и молокозаводов очереди нет. В то время, как стоит приехать семье из Заокского, очередь у их палатки каждую субботу в любое время по 50-100 человек, потому что у них там много сыров, творогов и прочей вкуснятины. Все чисто, все упаковано – личное подсобное хозяйство, которым из века в век занимаются, которое снабжает Москву еще с советских времен.

У нас нет среднего бизнеса, но у нас есть мелкий и крупный. В Рязани не было чего-то местного и очень крупного: наши заводы, как правило, подчинены Москве, например, тот же самый нефтеперерабатывающий завод. Где-то к концу 1990-х годов приватизированные заводы не стали ядром какой-то новой рождающейся группы. Они скорее стали кирпичиками при построении каких-то финансово-промышленных групп, которые начинались с другого (с банка, с торговой конторы). Сейчас есть очень большой холдинг в Рязани, а начиналось все просто с торговли водкой. То есть начало у нашего крупного бизнеса было не то, что сейчас. Если сейчас бизнес владеет 15 предприятиями, некоторые из которых, допустим, расположены в Китае и Испании, то начиналось все с того, что рыбу коптили. А люди еще помнят этих руководителей, когда

они занимались здесь совершенно другими делами. Не было такого, чтоб советский директор сделал свою империю. В Рязани этого не случилось, как и не сложилось прослойки среднего бизнеса.

У нас есть вторая по размеру в России контора, которая торгует канцелярскими товарами. Они рязанские, как ни странно, они здесь выросли, но они почти никак не связаны с регионом и никак не светятся. Они себя воспринимают уже в масштабах России.

Кстати, присутствует и логистическая составляющая в экономике: у нас очень много складов вдоль трасс. При этом наши трассы являются не только путями сообщения, но и некоторыми коммуникациями. Нефтепровод и газопровод с трассами не совпадают, однако электрические линии совпадают. У нас в Сасово расположен один из крупнейших центров Яндекс, так что электрические сети для него являются большим плюсом.

DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE RYAZAN REGION: A VIEW OF REGIONAL EXPERT COMMUNITY

This review presents the key points of the of expedition members meeting with representatives of the local academic community, journalists, entrepreneurs and former officials in a round table format. During discussion the representatives of expert community talk about current problems that hamper the development of the region, possible drivers of growth and influence of traditions on the business model.

Key words:

Economic development, regional policy, regional elites, business-government interaction, Ryazan Region.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

УДК / UDK 328.184

ИНТЕРВЬЮ С УПОЛНОМОЧЕННЫМ ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ Е.В. БУРЦЕВЫМ

Не так давно у представителей бизнес-сообщества появился еще один канал для продвижения своих интересов – институт уполномоченного по защите прав предпринимателей, который существует не только на федеральном, но и на региональном уровне. Ввиду относительной новизны данного института до сих пор до конца не очевидно его место в системе взаимоотношения бизнеса и власти. Для понимания роли регионального бизнес-омбудсмена в рамках экспедиции в Рязанскую область была организована встреча с рязанским уполномоченным по правам предпринимателей Егором Бурцевым.

В своем интервью рязанский бизнес-омбудсмен рассказал участникам экспедиции об основных проблемах, с которыми, на его взгляд, наиболее часто сталкивается рязанский бизнес в последние годы, о каналах взаимодействия бизнеса и власти и их эффективности, о своей роли в системе взаимоотношений с властями, а также кратко осветил меры, которые необходимо предпринять для снижения давления на предпринимателей.

Ключевые слова:

Бизнес-омбудсмен, защита прав предпринимателей, взаимодействие бизнеса и власти, Рязанская область.

Орлов Игорь Борисович, Заместитель заведующего НУЛ:

Первый вопрос руководителю специфического института защитников связан с тем, с какими проблемами сталкивается сам институт и бизнес, с точки зрения того, что Вы решаете его проблемы?

Бурцев Егор Викторович, Уполномоченный по защите прав предпринимателей в Рязанской области:

Для того чтобы нам более эффективно работать, ключевая задача для совершенствования правового положения и повышения эффективности работы институтов в регионе – внесение изменений в региональный закон об уполномоченных по защите прав предпринимателей по Рязанской области.

Мы подготовили проект изменений, указали это в докладе за 2017 год. Должен появиться отдельный государственный орган.

Сейчас есть я сам лицо, замещающее государственную должность, а обеспечивает меня отдел, который входит в структуру аппарата Правительства. По большому счету, должен быть отдельный государственный орган, это первое. Второе, должна быть отдельная строка в бюджете Рязанской области. Схема, которая сейчас прописана в законе, отчасти нарушает и устав Рязанской области, и закон о Правительстве Рязанской области, и Положение об аппарате Правительства Рязанской области. Для того чтобы все эти нюансы соблюсти, и чтобы был соблюден принцип независимости работы института, необходимо отдельное юридическое лицо и своя строка бюджета.

Орлов И.Б.:

Какие-то может быть еще права дисциплинирующего характера? Например, чтобы омбудсмен выступал не в роли только третейского судьи?

Бурцев Е.В.:

В некоторых регионах есть право законодательной инициативы, которое предоставлено уполномоченному. Есть право в рамках оценки регулирующего воздействия, отрицательное заключение омбудсмена. Оно блокирует вопрос о рассмотрении или внесении изменений в нормативно-правовой акт.

Орлов И.Б.:

У вас этого нет в Рязанской области?

Бурцев Е.В.:

Нет, у нас этого нет. Есть право составлять протокол об административных правонарушениях, чтобы привлекать чиновников за те или иные правонарушения по областному закону об административных правонарушениях.

Орлов И.Б.:

У Вас сейчас есть какой-нибудь небольшой штаб?

Бурцев Е.В.:

Я предыдущие полгода работал один, а последние 8 месяцев работаю с одним человеком. У меня на 80% выросло количество обращений в 2016 году по сравнению с 2015-м, и на 92% в 2017 году по сравнению с 2016 годом. То есть у меня около 300 письменных и устных обращений. Мы выигрывали суды в прошлом году, притом, что я работал один, т.е. фактически держусь на своих экспертах, работающих на общественных началах и на своих общественных помощниках. Я считаю, что говорить в принципе о какой-то там эффективности института и защищенности прав бизнеса, при том что у нас большое количество ведомств федерального уровня, нельзя. Невозможно защищать права и интересы бизнеса при такой системе. Она по большому счету строится на морально-волевых связях.

Орлов И.Б.:

И на личных связях?

Бурцев Е.В.:

Это в том числе. Но больше на помощи экспертов, неравнодушных специалистов. Ситуацию нужно кардинально менять.

Орлов И.Б.:

Вы в большей степени взаимодействуете с МСП, т.е. большой бизнес обходится без Вас или бывает по-разному?

Бурцев Е.В.:

Если допустим, мы говорим о законе про кадастровую стоимость, он естественно затрагивает всех: и тех, кто на основной системе налогообложения, и тех, кто на спецрежиме. Это касается и малого, и среднего, и крупного бизнеса. Мы решали вопрос с середины прошлого года по налогу на движимое имущество, который также затрагивает и малый, и крупный бизнес. Но в силу того, что субъектов малого и среднего

предпринимательства у нас априори больше, естественно в обращениях больше малого и микробизнеса. Хотя интересы мы представляем и крупного и среднего бизнеса по системным и частным вопросам.

Орлов И.Б.:

Но чаще всего, конечно, тех, которые менее защищены и со стороны власти более уязвимы?

Бурцев Е.В.:

Их больше, они действительно менее защищены, не имеют юридических служб, не имеют возможности куда-то обратиться, и даже понимания, куда обратиться. Уровень вопросов разный. Но мы со всеми работаем. Кто-то приходит и говорит, что начислили несколько десятков миллионов, а кто-то приходит и говорит про несколько десятков тысяч рублей.

Орлов И.Б.:

А приходят лично или больше предпочитают взаимодействие по электронной почте? Какой вид коммуникации предпочитает рязанский бизнес? Прийти лично и сесть напротив или, допустим, формализовать это через портал, почту?

Бурцев Е.В.:

Я сравниваю с другими регионами. Недавно вернулся с Ялты, там был Ялтинский международный форум. Вообще мы часто общаемся с коллегами онлайн. Я смотрю, как у них строится работа, как себя чувствуют общественные организации, предприниматели, находящиеся, по большому счету, в тех же условиях, что и мы. Наш бизнес, я считаю, более недоверчив к власти. В силу этого, естественно, он склонен к тому, чтобы приходить и говорить лично. И даже когда с ними лично разговариваешь, не все готовы письменно обращаться. Люди боятся. Есть отстраненность, есть недоверие, есть реальный страх. У меня были истории, когда люди приходили, говорили, что они выступали на каком-то значительном совещании, та как их просили выступить и рассказать о

своих проблемах. Они выступали с проблемами, а им после этого становилось некомфортно работать. Документы переставали рассматриваться, а те, которые были на рассмотрение, возвращались и так далее. Люди обращались ко мне по системному вопросу, связанному с пенсионным обеспечением. Он касается миллиона предпринимателей. Я им посоветовал написать обращение. А они мне сказали: «Вы что, нас потом запроверяют, замучают в районе», и мне не удалось их убедить. Поэтому эта отстраненность, недоверие и отчасти видение формального отношения к диалогу между властью и бизнесом заставляет предпринимателей свои проблемы держать при себе и не решать вопросы системно. При этом, конечно, есть предприниматели, которые пишут в социальных сетях. У меня есть страница в Facebook, «ВКонтакте». У нас до сих пор полноценного сайта не было в плане удаленного обращения. Мы разработали сейчас сайт, интернет-приемную, которая должна в ближайшее время заработать. Но все это сделано без финансирования из бюджета. В бюджете, к сожалению, на это денег пока нет. Я надеюсь, что предприниматели на это отреагируют, т.е. обратная связь через интернет-приемную будет. Единственное, чего я опасюсь, это то, что мы не осилим. Т.е. если люди будут нормально пользоваться и отправлять через интернет-приемную обращения, а мы с ними можем не справиться.

Орлов И.Б.:

В некоторых отделах правительства области, которые занимаются поддержкой малого и среднего предпринимательства, работает 2 - 5 человек. Т.е. получается, что административные структуры могут себе позволить иметь большой штат. Я так понимаю, что мощные структуры — это большая четверка. Возникает отсюда вопрос: почему они идут к Вам? Почему они, являясь членами ассоциации, не идут решать свои проблемы, прежде всего, в ассоциацию?

Бурцев Е.В.:

Поймите, ко мне обращаются и сами ассоциации или активные представители общественных объединений. Просто у нас полномочий больше, чем у общественных объединений. Плюс я все-таки считаю, что было бы хорошо, чтобы у каждого общественного объединения была какая-то закрепленная юридическая служба.

Орлов И.Б.:

Нет ни у кого?

Бурцев Е.В.:

Я не могу сделать точный срез. Но вот в «Опоре России» появилась юридическая служба по защите прав предпринимателей. Но хочется, чтобы это было у всех. Чтобы членские взносы, финансирование было на это направлено. Чтобы была возможность иметь юристов и налоговиков, которые бы не на общественных началах занимались разрешением проблем, а получали за это заработную плату. Потому что если это общественники, тем более предприниматели, то они в первую очередь занимаются зарабатыванием денег. Они объективно не могут решить все проблемы. Чем больше будет институтов, которые будут заниматься правами предпринимателей, тем лучше. Мы не воспринимаем это как конкуренцию.

Орлов И.Б.:

Кто-то сказал из классиков политической науки: «Институтов много не бывает».

Бурцев Е.В.:

Нет, бывает. Мы видим много институтов поддержки, появление их на федеральном и региональном уровнях, но встает вопрос об их эффективности. Они ведь уходят из-под прямого финансирования и переключаются больше на возвратный механизм, на информационно-популяционные услуги. Встает вопрос о том, насколько они эффективны?

Орлов И.Б.:

У Вас взаимодействие происходит по линии МВД, управления местного ФСБ? Или это исключительные случаи?

Бурцев Е.В.:

Да, это какие-то предметные вещи.

Орлов И.Б.:

То есть все удается решать вопросы, так или иначе, в правовом поле?

Бурцев Е.В.:

На самом деле есть, куда стремиться. Допустим, с МВД мы так и не подписали соглашение о взаимодействии.

Орлов И.Б.:

Инициатива исходила от Вас?

Бурцев Е.В.:

От меня. Я думаю, что было бы полезно, во-первых, подписать соглашение, во-вторых, наполнить его каким-то реальным содержанием. Плюс у меня все-таки есть определенные ограничения по вхождению в состав общественных советов при региональных органах исполнительной власти. При этом в федеральные некоторые я вхожу, допустим, в ФНС и Следственный комитет. А на региональном уровне не могу. В МВД, думаю, было бы полезно войти в состав общественного совета.

Орлов И.Б.:

А закон запрещает вхождение или ограничивает?

Бурцев Е.В.:

При прокуратуре вхожу, там нет для меня проблем. А на региональном уровне в статусе постоянного приглашенного не получается. Даже вот с нашим региональным Министерством экономики проблемы: они меня не приглашают.

Орлов И.Б.:

То есть законодательно ограничений нет?

Бурцев Е.В.:

Ограничения есть. Есть ограничения для лиц, занимающих государственную должность входить в состав общественных советов, но в территориальных органах. А в федеральных органах исполнительной власти у меня нет ограничений, я туда вхожу. В Роспотребнадзор, допустим, в общественный совет тоже вхожу, а на региональном уровне, к сожалению, не получается.

Орлов И.Б.:

Помогает Вам вхождение в федеральные структуры для работы здесь? Кроме выстраивания каких-либо коммуникаций наверху?

Бурцев Е.В.:

Конечно. Что такое общественный совет? Общественный совет – это так или иначе информационный сконцентрированный поток по вопросам, которые затрагивают интересы бизнеса. Т.е. мы можем каким-то образом влиять, регулировать, поднимать эти вопросы, высказывать свою точку зрения. Ключевое, если мы говорим о диалоге и о взаимодействии бизнеса и власти, это отношение самих органов власти к той информации, которую они получают. Допустим, наш институт не имеет ни законодательной инициативы, ни исполнительных функций, т.е. мы не органы исполнительной власти. Мы анализируем информацию, формулируем свои предложения. Где-то устно, где-то письменно. Направляем их в органы исполнительной либо законодательной власти.

Орлов И.Б.:

Они слышат?

Бурцев Е.В.:

Вопрос именно в этом. Хотят услышать – услышат, не хотят услышать – не услышат. Потому что иногда я это вижу. Задают такой вопрос: «Вот вы работаете уже год-два, а почему бизнес так плохо живет?». Притом, что есть судебные системы, правоохранительные органы, надзорные, испол-

нительные, и давно они уже работают. А вопрос задается уполномоченному. Это определенная манипуляция такая. Мы формулируем предложения, мы их стараемся продвинуть, донести, обосновать, но ключевая функция по тому, чтобы это было реализовано, лежит естественно на органах исполнительной и законодательной власти.

Орлов И.Б.:

Я вас прекрасно понимаю, что функционал исполнительной власти никуда не уходит. Как бы они не стремились переложить на Вас вину за проблемы бизнеса или выставить эту должность в виде «мальчика для битья» или «козла отпущения». В любом случае исполнительная власть не должна уходить от ответственности.

Бурцев Е.В.:

Да, я думаю, что здесь каждый должен отвечать за свой участок работы. По большому счету мы все делаем общее дело, если говорить широко, - повышение конкурентоспособности нашей экономики и нашей страны. В любом случае каждый, кто это делает, влияет в конечном итоге на то, как чувствуют себя люди, особенно экономически активный слой нашего населения. В целом задача у нас такая – повышение конкурентоспособности и эффективности нашей экономики.

Орлов И.Б.:

У вас KPI, надеюсь, нет?

Бурцев Е.В.:

У нас естественно оценивается эффективность работы института. Есть профиль эффективности, который мы ежегодно заполняем. У нас есть ежемесячный профиль региона, который мы отправляем. Там порядка 12 фундаментальных показателей, и они еще разбиты. Естественно, нашу работу оценивает центральный аппарат. Но мы не можем собой подменять органы исполнительной власти, контрольно-надзорные и любые другие институты. У нас нет исполнительных полномочий. Как я уже сказал, в

некоторых регионах есть право законодательной инициативы, но эту законодательную инициативу в любом случае принимают на заседании областной думы. Мы изначально были предложены большой четверкой, и президентом поддержаны, как институт непосредственно защиты бизнеса, т.е. это не институт развития, которые сейчас появляются. Мы стараемся, чтобы у нас появились инструменты, которые непосредственно защищали бы от тех перекосов, которые есть в работе органов власти. Т.е. наша компетенция – защита бизнеса, если права нарушаются органами власти или любыми публичными органами. Мы стараемся заниматься именно этой сферой. Мы знаем, что в прокуратуре появился отдел, который защищает права предпринимателей, но при этом и у нас есть, чем заниматься. Еще хотел сказать по поводу того, что необходимо в регионе для защиты прав бизнеса. У нас до сих пор нет общественной приемной уполномоченного при Президенте по защите прав предпринимателей. Притом, что есть поручение Президента содействовать федеральному уполномоченному по открытию приемной до конца 2014 года, у нас ее до сих пор нет. Формально открывать ее, т.е. просто повесить табличку и открыть кабинет, думаю, смысла никакого нет. Соответственно, под это тоже нужно финансирование, юридическое лицо и соответствующий механизм.

Орлов И.Б.:

Это ведь надо оплачивать коммунальные услуги и все прочее?

Бурцев Е.В.:

Ну это не ключевое. Ключевое это то, что этот институт напрямую имеет обращение к федеральному уполномоченному. Плюс он имеет возможность проводить оценку регулирующего воздействия и федеральных и региональных нормативных актов, а также заниматься разработкой новых законопроектов, обучением предпринимателей в нашей сфере, проведением социоло-

гических опросов, подготовкой докладов уполномоченному при Президенте, т.е. аналитической работой. Это такой фундаментальный институт, который имеет также возможность получать федеральное финансирование. То есть Министерство экономики выделяет на условиях софинансирования определенные денежные средства. В этом году рекомендовали выделить 1,5 миллиона. К сожалению, некоторые регионы этим уже лет 5 пользуются, а мы пока не имеем такой возможности.

Орлов И.Б.:

Вы сказали насчет обучения. Было бы замечательно, если бы на самом деле существовал институт обучения внештатных защитников. Например, проводится обучение на базе вашего института по разным ассоциациям бизнеса и у них готовятся специалисты, которые понимают суть работы данного института и принимают на себя разрешения каких-то мелких вопросов. И у них, и у Вас по большому счету исполнительных полномочий немного, но у Вас больше функционал, тем не менее. У Вас никогда не было идеи организовать обучение для ассоциаций, чтобы они разгрузили Вас от мелких дел, которые они способны были бы решить сами?

Бурцев Е.В.:

Именно с такой целью, чтобы разгрузили, не было. А в плане того, чтобы были люди, которые могли бы эффективно защищать свои права или права предпринимателей, да, были. У нас есть возможность назначать общественных помощников в регионе по направлениям, допустим, транспорт, налоги, и в муниципальных образованиях. Но проведение обучения и разработка методических рекомендаций, а тем более задача привязать эти методические рекомендации к текущей ситуации, требуют больших усилий. У нас сейчас идет блокировка счетов по 115 ФЗ о противодействии отмыванию денежных средств, терроризме и так далее. Для этого нужно выработать ме-

тодические рекомендации, просмотреть нормативную базу, сделать оттуда выжимку, посмотреть судебную практику, и потом уже на этом семинаре давать не просто какие-то фундаментальные знания, а практические рекомендации. Это труд не местечковый.

Орлов И.Б.:

А университет? У вас же есть система высших учебных заведений. Допустим сейчас «модной» стала система базовых кафедр.

Бурцев Е.В.:

Бесплатно кто-то будет разрабатывать программу для нас?

Орлов И.Б.:

А если университет заинтересован. Допустим, в университете формируется какая-либо бакалаврская или магистерская программа по подготовке специалистов именно в этой области. Никто в стране не готовит. Допустим, университет заинтересован, что он обучает предпринимателей, т.е. каждый сам себе становится защитником бизнеса, и каждый предприниматель настолько грамотен, что способен сам ходить решать свои проблемы, потому что он знает законы, знает все положения и т.д. Т.е. выпускать д подобных специалистов в формате базовой кафедры.

Бурцев Е.В.:

Это только если на юридических факультетах делать такое дополнительное направление.

Орлов И.Б.:

Конечно, да. Например, магистерскую программу.

Бурцев Е.В.:

Как у нас вносятся изменения в федеральные государственные программы? Я думаю, что мы будем ее разрабатывать пару лет, а потом еще внедрять неизвестно сколько.

Орлов И.Б.:

Сейчас на ВУЗы вешают зарабатывание денег через дополнительное образование. Т.е. они должны создавать центры дополнительного образования, повышения квалификации и переподготовки. В данном случае институт Ваш тоже заинтересован в этом, потому что, условно говоря, чем больше грамотных предпринимателей, чем больше общественных помощников, чем больше инициативных людей на местах, тем эта система начинает работать сама, не требуя каждый день ручного управления. К сожалению, понимаю, что вся система функционирует на уровне ручного управления, связей, договоренностей и т.д. Что касается перехода к нормальному функционированию институтов, честно говоря, не вижу, когда и как он может завершиться в этой ситуации.

Бурцев Е.В.:

Вообще интересно. Мне понравилась идея. У нас был уполномоченный в Волгограде. У него сейчас собственный частный институт. Он ушел из обмудсменства. Можно ему предложить, чтобы он подумал.

Орлов И.Б.:

Можно ведь создать центр подготовки общественных омбудсменов, помощников, институт предпринимателей, которые хотели бы получить некие навыки.

Бурцев Е.В.:

А они будут за это платить свои денежные средства? А как они будут их отбивать, образно говоря? Т.е. вот он обучился, получил корочку о том, что он квалифицированный защитник бизнеса. Но для них ключевая задача все равно будет зарабатывание денег.

Орлов И.Б.:

Хорошо, он – юридический консультант, у него своя фирма, он работает и понимает, что есть ниша консультирование в области бизнеса, которую он не понимает и не имеет формальной корочки, чтоб пока-

зять, что он закончил соответствующий учебный цикл. По большому счету, что ему мешает в рамках его консультационной юридической работы расширить свои практики в сторону бизнеса? Работают же всякие бизнес акселераторы, программы, где обучают бизнес тому, как «сесть» на бюджетные деньги, как построить свой бизнес таким образом, чтобы получать госзаказы. Я смотрел такие программы, и там очень слабо и схематично прописано то, как бизнесмену себя защитить. Все что угодно, например, финансовые стратегии фирмы. Какая финансовая стратегия у фирмы, состоящей из трех человек? А вот самая главная проблема – это проблема защиты собственных прав.

Бурцев Е.В.:

Хотел еще сказать, что касается муниципального уровня, так как мы делали анализ. У нас в каждом муниципальном образовании по умолчанию должны быть (и они уже везде заработали) координационные советы по развитию МСБ. Мы смотрели, что в каких-то районах они не работают, в каких-то работают, но не на постоянной основе. Где-то мы посмотрели повестки, и они вообще «ни о чем». Т.е. там вопросов, касающихся интересов бизнеса с точки зрения разрешения проблем практически не было. Где-то мы посмотрели составы, попросили эти составы пересмотреть. Где-то рекомендовали проводить расширенное заседание этих советов. Я считаю, и не только моя точка зрения (об этом и Президент говорил), что муниципальный уровень – один из ключевых. Для того чтобы наладить диалог, эти муниципальные советы должны быть открытыми площадками, системно работающими, как минимум раз в квартал собирающимися, проводящими не только узкие, но и расширенные заседания. И они должны иметь нормальную повестку. У нас есть два замечательных примера для налаживания диалога бизнеса и власти, которые мы привезли из Татарстана в 2015 году. Один называется «Бизнес и власть. Откровенный разговор», а второй называется «Совет по пред-

принимательству при Президенте Татарстана». Проект «Бизнес и власть. Откровенный разговор» - это когда первые лица региона, федеральных ведомств, представленных в регионе, органов региональной исполнительной власти встречаются напрямую с бизнесом. Там свой пласт вопросов, и они напрямую имеют возможность задать руководителю ведомства, региона или муниципалитета свои вопросы. Эти вопросы все берутся на проработку, а их исполнение контролируется. Если бы у нас в Рязанской области был реализован этот формат, который начался «сверху» у них и опустился на муниципальный уровень, то я думаю, что качество диалога было бы гораздо выше, и мы бы постепенно получили новую культуру общения бизнеса и власти. Т.е. власть не опасалась бы критики.

Орлов И.Б.:

А бизнес бы не боялся критиковать власть?

Бурцев Е.В.:

А бизнес бы научился конструктивно критиковать, т.е. высказывать не только претензии, но и вырабатывать какие-то предложения и контролировать исполняются они или нет. Если власть поменяет свой подход, будет готова слушать и постепенно выстраивать новую культуру общения, то у нас, думаю, будет сдвиг. Вот я смотрю, после того как пришел Николай Викторович, у нас объективно появилась такая новая парадигма в общении бизнеса и власти. Т.е. много открытых площадок, много деловых предложений.

Орлов И.Б.:

Потому что он сам руководил бизнесом. Он же вырос из бизнеса, поэтому понимает его проблемы.

Бурцев Е.В.:

Я этому позитивному сдвигу рад. И тем мероприятиям, которые проходят, и тому, какое это звучание приобрело. Стало лучше. Но нужно спускать это на муници-

пальный уровень, плюс стимулировать муниципалитеты на то, чтобы они получали какие-то бонусы за то, что они развивают МСБ у себя в муниципалитетах.

Орлов И.Б.:

Для чего? Бюджетирования?

Бурцев Е.В.:

Да, обязательно. Только это. Есть стимулирование, а есть мотивирование. Мы предложили, как один из вариантов, который бы помог развить и деловой предпринимательский климат в муниципалитетах, и в целом в регионе, и коммуникацию, делать рейтинг муниципалитетов по развитию МСБ. Наложить на рейтинг, который делали в АСИ, чтобы факторы совпадали, плюс привести свои. Мы сделали анализ в Приморском крае, в Нижегородской области. Отправили свое предложение.

В этом году на комиссии по МСБ его рассматривали. Я предложил ряд показателей, их очень много. Сейчас мы приняли решение, но рабочая группа еще не создана. Министерство экономики делает рабочую группу, чтобы доработать методологию и факторы. Но я предложил сделать так: у нас в одной из целевой модели АСИ в прошлом году был защит показатель 50% поступлений по УСН переводить в муниципалитеты. Все естественно испугались, т.к. это приличные деньги. Бюджет был уже сверстан. Постепенно регионы стали жаловаться, и вес этого показателя обнулится, т.е. он сейчас не влияет на рейтинг. В этом году хотя бы какой-то процент по УСН нужно отправить на муниципалитет. Я предложил топ- 5 (у нас 29 муниципальных районов и округов) отправлять повышенный процент, а по отношению к «анти топ»-5 принимать какие-то кадровые решения. Например, я знаю, что в некоторых регионах, кто занял последние места, глава региона, несмотря на существующий 131 закон, принимает кадровые решения, и там меняется руководитель. То есть два таких стимула.

Однако без финансовых стимулов, я считаю, мало что поменяется. И почему это нужно делать? Возьмите Рязанский район. У нас там есть крупнейшее в Европе производство вакцин. Появляются у нас в районе крупные предприятия. Что меняется в районе? Дорогие, освещение. А те деньги, которые остаются в муниципалитете от земельного налога, ЕНВД и НДС/ФЛ, ничего не дают. Что они дают главе в плане финансовых инструментов, которые у него появляются, чтобы что-то развить? Если туда пойдут инвесторы, может быть, но маловероятно. Для региона – да. Если в топ-20 попал, инвесторы уже оценивают. Поэтому все-таки должен быть какой-то стимул. Плюс мы предлагаем не только по этим показателям оценивать, но и проводить социологический опрос предпринимателей в муниципалитетах, чтобы они могли сбалансировать эти цифры своим мнением. А что такое сбалансировать эти цифры своим мнением? Если я довольный клиент, и вы мне позвонили, моя лояльность вырастает. Если со мной общаются на одном языке, и потом не давят, если я сказал, что есть где-то недочет, лояльность моя также растет. А если со мной не общаются, моя лояльность просто стремится к нулю. Поэтому я считаю, что этот рейтинг плюс завязка на финансы и на мою лояльность, - влияют на выстраивание культуры общения, новой культуры, когда бизнес будет конструктивно что-то предлагать и где-то критиковать, а власть к этому будет спокойно относиться.

Орлов И.Б.:

Откуда взять эту новую культуру?

Бурцев Е.В.:

Это долгий процесс. Я считаю, что должно быть у представителя власти принято фундаментальное решение, что нам нужна реальная картинка. Не отчет, а реальная картина того, что у нас действительно не так. И если вы видите, это уже хорошо, а если начинаете решать, то это еще лучше.

Орлов И.Б.:

А если она решается, то это совершенно хорошо.

Бурцев Е.В.:

Ну, если она зависит от тебя и решается, то да, это хорошо. А если она от тебя не зависит и не решается, то должно быть это как-то объяснено. Поэтому это один из факторов, над которым нужно работать.

Что такое «Совет по предпринимательству». Это по большому счету PR власти. Плюс – это снятие когнитивного диссонанса, который накопился, решение болезненных вопросов, реализация их в публичной плоскости. Были заявлены такие вопросы, эти вопросы были решены. Этот проект был в Татарстане инициирован, а сейчас в рамках реформы контрольно-надзорной деятельности все федеральные ведомства должны проводить называемые публичные обсуждения правоприменительной практики каждый квартал. По большому счету это то же самое, просто делается не на таком маркетинговом и управленческом уровне, как делается это в Татарстане, и как это должно делаться на самом деле.

Мы за то, чтобы теперь это перешло в плоскость наших региональных ведомств и на муниципалитеты. Что касается совета по предпринимательству, что это такое? Там везде одну из ключевых ролей играет региональный уполномоченный. Совет, имеющий call-центр, обзванивает предпринимателей еженедельно и собирает проблемы. Затем выбираются проблемы, которые носят массовый либо системный характер, т.е. затрагивают законодательство, которое нужно менять, либо правоприменительную практику. После этого берется предприниматель, ему предлагается возглавить рабочую группу по решению конкретной проблемы, которую он обозначил. Он становится руководителем рабочей группы, ему даются независимые эксперты и представители ведомств. Они в течение максимум 1,5 месяцев вырабатывают решение. Если они решение

находят, они готовят нормативную базу, презентацию. Руководитель рабочей группы собирает 500-600 предпринимателей, совет представителей органов власти, Президента республики, и они презентуют проблему и пути ее решения. Сидит Президент, органы власти, выслушивают это все. Где-то оказывается, что не могут решить этот вопрос, но могут выступить с инициативой или направить письмо в федеральный центр, чтобы на эту проблему обратили внимание. И у них с 2015 года было 70 рабочих групп, отработали 300 проблем. Совет по предпринимательству – это не коллегиальный орган. Это проектный подход к решению проблем. Проектная группа собирается на решение какой-то задачи. Не нашла группа решение – она расформировывается.

Орлов И.Б.:

В Рязани нет такого?

Бурцев Е.В.:

В Рязани нет. Я на нескольких площадках это предлагал. У нас недавно было совещание Генеральной прокуратуры в Туле. Там несколько федеральных округов приезжало выступать. Выступал прокурор Татарстана. Когда он рассказывал про защиту прав предпринимателей, он два этих проекта пиарил. Они умеют это делать. Они делают это качественно и красиво. Когда совет по предпринимательству проходит, делается прямая трансляция в интернете, камера «летает», телевидение и газеты присутствуют. Соответственно бизнес видит, что вопросы решаются, и что он сам влияет на решение проблем. И здесь снимается страх и когнитивный диссонанс, что «я буду говорить, а меня потом затопчут». Ты становишься здесь лидером по решению конкретной проблемы не только для себя, но и для всех остальных.

Орлов И.Б.:

Два коротких вопроса. Первый вопрос. Какой институт властный на Ваш взгляд является для Вашего взаимодействия с ним самым эффективным? Например, Дума?

Бурцев Е.В.:

Я считаю, что губернатор.

Орлов И.Б.:

То есть губернатор и его команда — это самый эффективный институт?

Бурцев Е.В.:

Да, губернатор, законодательное собрание и прокуратура.

Орлов И.Б.:

Второй вопрос. Если взять среднюю температуру по больнице и выстраивать иерархию проблем бизнеса, то топ-3 проблемы бизнеса как Вам видится?

Бурцев Е.В.:

Есть наш региональный срез, а есть федеральный. Мы уже не первый год об этом говорим. У нас идет падение покупательской способности населения, сжатие рынков. Падает покупательская способность нашего рубля. Второе, это вопрос получения длинных и дешевых денег, кредита. И вопросы налогообложения. Т.е. несмотря на то, что есть установка Президента на не изменение налоговых условий для бизнеса, мы видим, что появился налог на имущество от кадастровой стоимости. И он часто завышен.

У нас больше 70 регионов дотационных. У каждого региона есть соглашение с федеральным Минфином на выравнивание бюджетной обеспеченности, т.е. получение дотаций, федеральных денег. Сейчас реструктурировали бюджетный кредит, и высудили достаточно большое количество денег. Но по большому счету, когда вы встаете перед налоговым кодексом, будете читать, какие у вас есть возможности как у региона предоставить льготы, вы не сможете их предоставить, потому что у вас есть это соглашение. Этим перекрывается очень много, и об этом говорят все дотационные регионы. Поэтому надо пересмотреть вопрос перераспределения этих денежных средств между регионом и федеральным центром, и между регионом и муниципалитетом. Плюс посмотрите, у нас идет падение покупательской способности, сжатие рынка, снижение собираемости налогов. Мы задавали вопрос: «А после того, как будут отбелены все денежные средства, ставки налоговые будут изменены?». Скорее всего, нет. Вопрос встает другой. Если люди раньше за счет этого выжили и жили, сейчас они смогут это делать? Экономика серая сможет дальше людей обеспечивать?

INTERVIEW WITH RYAZAN BUSINESS OMBUDSMAN EGOR BURTSEV

Not long ago, representatives of the business community got another channel to promote their interests - an institution authorized to protect the rights of entrepreneurs, which existed not only at the federal but also at the regional level. Due to the novelty of this institution, its place in the system of relations between business and government is still not completely clear. In order to understand the role of the regional business ombudsman within the framework of the expedition to the Ryazan region, a meeting was organized with the Ryazan ombudsman for entrepreneurs' rights Yegor Burtsev.

In his interview, the Ryazan Business Ombudsman told expedition participants about the main problems that, in his opinion, Ryazan business most often had faced in recent years, the channels of interaction between business and government and their effectiveness, their role in the system of interaction with authorities and briefly outlined the measures that should be taken to reduce the pressure on entrepreneurs.

Key words:

Business ombudsman, business rights protection, business-government interaction, Ryazan Region.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

УДК / UDK 304.44

ОБЩЕСТВЕННАЯ ЖИЗНЬ РЯЗАНИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КУЛЬТУРНОГО ПРОШЛОГО: ИНТРЕВЬЮ С ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПАЛАТЫ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Большинство традиций берут свое начало глубоко в истории и формируются под влиянием совокупности уникальных условий. Для изучения рязанских традиций участники экспедиции решили погрузиться в прошлое Рязанской области и проследить становление культурных традиций региона и факторы, на него влияющие. В этом нам помогла известный российский литературовед, доктор филологических наук, профессор Рязанского государственного университета имени С. А. Есенина, председатель Комиссии по культурному и духовному наследию Общественной палаты Рязанской области Ольга Воронова.

Ключевые слова:

Волонтерское движение, общественная жизнь, экологические инициативы, патриотическое движение, культурные традиции, Рязанская область.

Воронова Ольга Ефимовна:

Мы очень рады, что Высшая школа экономики взяла вектор на глубинную настоящую Россию, потому что честно вам скажу, что в глаза общероссийского академического сообщества, НИУ ВШЭ воспринимается как пространство прозападного влияния, которое, конечно, сейчас в таком негативном контексте воспринимается очень многими профессионалами, в том числе весьма уважаемым профессорским сообществом тоже. В связи с этим мы рады, что изменился курс на изучение именно глубин российской ментальности, российских традиций, и очень поддерживаем саму эту тему.

К нам приезжали и раньше эксперты из Высшей школы экономики, но очень чувствовалось предвзятое отношение, желание получить информацию прежде всего негативного характера и передать ее в глобальные СМИ, тем самым нанося репутационный ущерб российским регионам. В глубинной России живут патриоты России, как большой, так и малой, и это воспринимается болезненно, поэтому сразу, наверное, поделимся в том, что наш диалог на этот раз очень интересен, мы открыты к нему. Я готова выслушать может быть вопросы, и с удовольствием ответить на них.

Орлов Игорь Борисович, Заместитель заведующего НУЛ:

Спасибо. Первый вопрос касается возрождения старых традиций, причем под старыми традициями я не понимаю обязательно дореволюционные, возрождение хороших советских традиций — это в общем-то тоже старые традиции относительно современного общества. Второй вопрос - формирование новых традиций, и третий - насколько вот эти процессы возрождения традиций востребованы? Востребованы властью, гражданским обществом, образовательной средой, молодежной средой, ну, то есть, условно говоря, не происходит ли процесс такой, когда традиции возрождаются для чего-то там, где-то может для галочки, а кризис остается, что нету вот этой передачи традиций. Традиции не всегда осознанно может быть происходят

Воронова О.Е.:

Ваша позиция мне понятна. Для начала я хотела бы озвучить свои регалии: я являюсь членом Общественной палаты Российской Федерации, заместителем председателя Общественной палаты Рязанской области, членом Союза писателей, журналистов России, членом Совета регионального отделения Российского военно-исторического общества и пр.

Если говорить о влиянии культурных традиций на экономику, на развитие социальной инфраструктуры, малых городов и сел, к чему сейчас приковано особое внимание и на федеральном уровне, и на региональном. В начале 80-х я выезжала в Константиново на родину Сергея Есенина с фольклорной экспедицией со студентами, будучи еще очень молодым преподавателем, и мы наряду со старинными песнями, сказками, пословицами записали там современную поговорку, которая звучала так: «Не было б Сережки, не было б дорожки». Очень долгое время Константиново находилось вне дорог, и добраться до него было непросто: это была обычная проселочная проезжая дорога со станцией Дивово, и отсутствие дорожного

сообщения было большой проблемой для жителей этого села.

Появился «Сережка», великий земляк, Сергей Александрович Есенин, пошел поток туристов, паломничество в дальнейшем со всего мира, сегодня это место соперничает и с Пушкинским, Михайловским, Лермонтовским и так далее. Вообще поэзия Сергея Есенина переведена на 150 языков мира, и в этом смысле он уже превзошел Пушкина. Я являюсь еще руководителем Есенинского научного центра нашего вуза, главным редактором двух журналов, в котором опубликованы статьи ученых из 25 стран мира от США, Франции, Германии, Италии до обеих Корей, Ирана, Бразилии, Японии и т.д. Кроме того, являюсь актором идеи и руководителем такого проекта, как всемирная карта есенинских мест.

Многие считают Есенина крестьянским поэтом, только российского разлива. На самом деле этот поэт уже большого международного уровня: по данным ЮНЕСКО, он самый читаемый, самый переводимый в мире русский поэт. Есенин побывал в 5 странах Европы в поезде с Айседорой Дункан, в 35 городах западной Европы, в 15 городах в Штатах. Поэтому сейчас мы начали вот это проект, первым этапом которого является всемирная карта есенинских мест, получившая широкую поддержку, в том числе и Правительства РФ.

Второй этап — это всемирная карта есенинских мест (европейский вектор), в которой отображена история путешествия Есенина по Германии, Франции, Италии, Бельгии, Великобритании. Мы начали с Запада, потому что это более востребовано международным туристическим сообществом. Это туристский бренд от части. Это уникальное коммерческое предложение, которого больше нет ни в одно другом регионе, и путешествовать вслед за Есениным хотели бы очень многие, в том числе зарубежные потребители туристического продукта.

У нас был проект с Берлином в свое время об установлении мемориальной доски на отеле напротив Бранденбургских ворот, а также об открытии литературного кафе Сергея Есенина и Айседоры Дункан. Некоторое негативное влияние оказали санкции, тем не менее наш музей-заповедник в прошлом году провел очень успешные выставки из фонда музея в Берлине и в Варшаве. Сейчас уже в 2018 году прошли выставки в Бухаресте, в Мадриде.

Считалось, что Есенин имеет украинские корни, что его тайный архив сохранял Степан Бандера, что множество стихов Есенина написано на украинском языке, но мы-то знаем замечательный его период из Тараса Шевченко: «И в небе темно-голубом, сам Бог витает над селом». Таким образом, перевод Есенина даже интереснее и лучше, чем оригинал. Как всегда у русских переводчиков, которые являются не подражателями оригиналов, а соперниками в мастерстве. В связи с этим Есенина на Украине чрезвычайно почитали, и даже в эти тяжелые годы его день рождения отмечают.

Я хочу подчеркнуть, что во всех странах НАТО, с которыми у нас сейчас недружественные отношения ввиду санкционной политики против России, Есенин принимается на ура. Культурные мосты остаются, и Есенин выполняет очень важную функцию в этом смысле. В Польше, которая к нам сейчас очень недружелюбна, сформировалось литературное направление – есенинизм – которого нет даже у нас.

Орлов И.Б.:

А можно это считать форматом культурной дипломатии. Знаете, в свое время было такое понятие, где там турист международный, спорт, вот это вот. Понятие такое культурная дипломатия или народная дипломатия у нас это называют. То есть, на самом деле получается, что это одна из эффективнейших форм сейчас, учитывая, что со спортом у нас, видите, санкционный формат, туризм, ну, он растет на самом деле,

чем больше падает рубль, тем больше растет въездной туризм. То есть, это один из эффективных видов, то есть, экспорт культурных традиций, русских, российских, является форматом изменения имиджа не только там Рязани, а имиджа страны.

Воронова О.Е.:

Через Есенина мы продвигаем имидж русской культуры.

Орлов И.Б.:

А кто-то еще есть, на ваш взгляд, есть такое продвижение каких-то русских поэтов, писателей, кто бы аналогичным образом, продвигаясь в рамках культурной дипломатии сейчас, формировал бы новый имидж России.

Воронова О.Е.:

Если из классиков, то, конечно, Толстой, Достоевский, Чехов остаются авторами глобального уровня, невзирая на отношения государств. Их произведения изучаются, издаются на иностранных языках, ставятся на сценах. Чехов, например, в Великобритании и Японии является писателем №1, тиражи произведений которого превышают собственных национальных авторов. Русская культура остается неприкосновенным золотым запасом, но в данном случае как раз прикосновенным, потому что идет работа на сохранение культуры человечества в целом, это очень важно. И как сказал Михаил Пиотровский: «Последними сторают культурные мосты». То есть, когда политика разъединяет людей, культура продолжает объединять, сохраняя культурное наследие.

Орлов И.Б.:

То есть, тем самым Рязань становится, ну, если это не Стокгольм культурная столица Европы, становится одним из культурных центров России, который способен внести вклад в современную ситуацию, вот из такого большого масштабного формата по изменению отношений по крайней мере культурного сообщества запада, что в общем-то говоря возникает вопрос. Тогда фе-

дералы должны это понимая, каким-то образом способствовать, и отсюда вопрос, вот все, что делается с точки зрения данного бренда есенинского, какой вклад здесь федералов, каков вклад региональных властей, кто больше делает для продвижения всего?

Воронова О.Е.:

Активно помогает Россотрудничество: выставки проходят на базе русских домов, русских центров культуры и науки в разных странах, ну и, конечно же, правительства Рязанской области; наши министерства культуры и туризма, понимают значимость этого явления и активно способствуют его развитию.

Орлов И.Б.:

А туристический бизнес, частный бизнес каким-то образом участвует в формировании вот этого культурного бренда или он просто пользуется его плодами?

Воронова О.Е.:

Я думаю, что это направление, нам еще следует развивать. Пока бизнес еще сосредоточен на самом себе, и недостаточно понимает значение продвижения культурного продукта для авторитета самого же национального и регионального бизнеса. Я думаю, это проблема, с которой можно дальше работать.

На протяжении более чем 20 лет я переписывалась с ведущим зарубежным есениноведом, русистом №1 из Великобритании, профессором Гордоном Макклеином. Он еще в начале 60-х был стажером МГУ, отлично владеет русским языком, блестящий знаток русской культуры и в течение всей своей жизни собирал чеховскую и есенинскую коллекции еще тогда, когда там жили иммигранты из России первой волны, которые хорошо знали, видели Есенина, хранили фотографии и другие документы, свидетельствующие об их знакомстве. В результате к началу XXI века он являлся самым крупным зарубежным коллекционером русских культурных артефактов.

Нам важно имя Есенина, казалось бы, прямо противоположное западному менталитету. Тем не менее, он очень рано осознал значение этого имени как для России, так зарубежья, как символа, объединяющего русскую нацию, и это действительно так. Как много писали наши иммигранты о Есенине, чувствуя в нем вот эту нить, которая связывает их с родиной. Пушкин и Есенин для них были 2 кумирами.

Гордон Макклеин обратился ко мне 2 года назад с предложением передать свой колоссальный уникальный архив, подарить его. Я, конечно же, как государственный человек, осознала ценность этой коллекции для России, обратилась в наш музей-заповедник: там восприняли с восторгом эту идею. Начался процесс по передаче этого уникального архива, который содержит десятки экспонатов; он стоил бы миллионы долларов, но был передан бесплатно в дар родине Есенина. Колоссальный архив двумя траншами прибыл при помощи директора музея Бориса Игоревича. В результате этот уникальный архив, содержащий более 10 тысяч уникальных экспонатов, в том числе работы Давида Бурлюка, которые на западе стоили бы миллионы долларов, нам достался в дар. То есть наш меценат, общаясь на протяжении всей своей жизни с русскими людьми, воспринял от них такие ментальные качества, как бескорыстие, приоритет духовных ценностей над материальными. И вручил такой дар русской культуре.

Этот фонд представлялся и в Госдуме, и в Совете Федерации – был оценен очень высоко. Сейчас он находится в Константиново.

Почему начала с поговорки: «Если бы не было Сережки, не было бы дорожки», потому что культура – это не только остаточный продукт и отрасль, которая всегда отстает от экономики, не тормоз экономического развития, а драйвер во многих случаях, например, развития социальной инфраструктуры наших малых сел и городов, потому что, как правило, абсолютное боль-

шинство великих людей России родились в провинции.

Не только Есенин, конечно, прославил Рязанскую область, поэтому наши традиции — это почитание наших великих земляков. Если брать военно-героическую линию, то это Евпатий Коловрат, памятник которому Вы видели; героическая оборона Рязани от нашествия хана Батгя, отраженная в повести «Разорение Рязани Батгем». В прошлом году в декабре мы отметили 780 лет этой героической обороны. Образ Евпатия Коловрата стал уже национальным символом, как Вы знаете, вышел даже фильм «Легенда о Коловрате», который мы обсуждали в общественной палате. Самого Коловрата сыграл выпускник нашего университета, и рязанским сообществом этот фильм был оценен высоко, в отличие от есенинского сериала. Константиновцы даже тогда объявили Сергея Безруков персоной нон грата. У нас прошла тогда целая волна общественных дискуссий по всей Рязанской области, я делала аналитический обзор с большим заголовком «Это не Есенин». Причем это было еще тогда, когда общество было расколото, и люди даже шутили, ну надо же против этого сериала ополчились и русские, и евреи, и коммунисты, и демократы - Есенин в очередной раз объединил все российское сообщество своим именем, и не позволил эту национальную легенду оболгать.

Идем дальше от Коловрата до Рязани, столицы ВДВ. В промежутке между ними был Прокопий Ляпунов, возглавивший первое ополчение, без которого не было бы и второго, не было бы Минина и Пожарского, не было бы преодоления Смутного времени. Это наше другое великое имя, и, конечно, в дальнейшем, в воинах 1812 года, в Отечественной Войне, и если в XX век мы попадаем, то это и Маршал Березов, освободитель Донбасса, Украины, многих европейских государств, наш уроженец Скопина.

Рязань - столица ВДВ, где находится единственное в мире десантное училище - тоже один из наших национальных брендов.

На основании этого в 2010 году мы попытались добиться присвоения Рязани звания города воинской славы, потому что все войны конца XX - начала XXI вв. не обходились без рязанских десантников - это тоже оружие нашей духовной обороны. К тому времени 40 городов уже получили это звание, поэтому мы оказались за пределами. Однако рязанцы придумали нечто свое и учредили звание «Город воинской доблести». В результате Рязань и Михайловск стали городами воинской доблести. Это региональный закон. У нас еще есть рубежи воинской доблести — это Рыбновский, Захаровский районы и так далее. В этом году мы боремся за еще одно почетное звание - «Город трудовой славы». Есть такое почетное звание, 20 городов России имеют его на уровне Государственной Думы, мы же имеем поддержку в Комитете по обороне, первым заместителем председателя является Андрей Леонидович Красов, герой России, в прошлом начальник училища ВДВ. В связи с этим 4 мая по нашей инициативе у нас в университете пройдет конференция «Трудовой подвиг Рязани в годы великой отечественной войны», потому что период ограничивается именно этими хронологическими рамками. У нас серьезная программа с федеральным и региональным участием, поэтому почитание выдающихся земляков - это одна из традиций, которая очень поддерживается сегодня, наравне с такими акциями, как «Бессмертный полк», «Георгиевская ленточка» и «Линия жизни», в которых активно принимает участие молодежь.

Более того, мы начали традицию «Бессмертного полка» раньше, только у нас она называлась «Парад победителей», и уже потом мы присоединились к общероссийской, общемировой акции такого уровня. Можно сказать, что Рязань и в этом была первой. Почитание героических традиций есть, которое тоже способствует развитию, туризма, если вас интересует все-таки бизнес-коммуникации, потому что военно-исторический туризм сегодня развит очень высоко. Рязань имеет большие перспективы

в развитии именно этого направления. Военно-исторический туризм — это один из брендов Рязани, который очень привлекает, и тоже через бизнес мы можем влиять.

Орлов И.Б.:

Какие самые посещаемые места военно-исторической славы?

Воронова О.Е.:

Прежде всего Музей истории ВДВ, Центр дальней авиации с открыто площадкой, самолетами, которые участвуют и в сирийском конфликте. Есть село Заборово, имение генерала Скобелева, где расположена усыпальница его семьи. Когда его хоронили, вся Россия очень глубоко переживала. У нас в Рыбновском районе, там же, где родина Есенина, есть единственный в России музей обороны и тыла, созданный по инициативе общественной палаты.

Дальше - военно-музыкальное направление. Все великие авторы родились на рязанской земле. Из деревенской России как колыбели возникали наши гении: автор марша «Прощание славянки» Василий Иванович Акашин (Михайловский район), композитор Александр Васильевич Александров (Захароский район, село Плахино), Анатолий Григорьевич Новиков (Скопин), Александр Репкин (Сасовский район, деревня Щафатарка).

Рязань была одной из территорий засечной черты в 2020 году будет 500 лет не только Рязанской области, но и Тульской, Калужской. Вот мы обратились к губернатору, тот поддержал от имени общественной палаты Военно-исторического общества восстановить некоторые сооружения, имеющие отношения к традициям того времени, и в 2020 году все наши центральные области будут отмечать 500-летие большой засечной черты.

Рязань - южный щит России, Руси, древней Руси, соперничала с Москвой за право быть стольным городом, и наш Олег Иванович Рязанский, имя которого прошло

в памяти рязанцев сквозь все века как великого князя, который заботился о людях своей территории. Именно он на нашем гербе рязанском. Наши ученые и мы доказали, что он был выдающимся дипломатом своего времени, он во много превосходил Дмитрия Ивановича будущего Донского по опыту своему, и претендовал вполне естественно на роль Великого князя и объединителя Руси, К сожалению, Рязань географически находилась на пути у дикого поля и всех ордынских полчищ, ее каждый раз разрушали, но она восстанавливалась заново, в то время как Москва, защищенная рязанской землей, продолжала развиваться. Патриотическое сознание очень свойственно рязанцам, у нас краеведение является народным движением и захватывает и школы: более 70 школьных музеев боевой славы в Рязанской области. Эта традиция по всей области жива.

Орлов И.Б.:

Смотрите, краеведение возникло где-то в 40-50-е годы XIX века, ну, это начинается губернское краеведение все, да, где-то 60-е годы, условно говоря, ну, мы разговаривали с Околышиной, что здесь тоже было краеведческое общество, оно потом стало увядать в конце 20 годов. Вот краеведение, оно вот современное краеведение - его можно считать возрожденной традицией или на самом деле даже в советское время не прерывалось краеведческое движение?

Воронова О.Е.:

Оно не прерывалось, конечно. Оно может быть ушло в подпочвенные глубины, но все равно гордость своими земляками — это основа патриотизма. Кроме национальной идеи, есть и региональные идеи, которые объединяют региональные сообщества. Для нас это, например, родина Есенина и столица ВДВ - 2 важнейших компонента региональной идеи. Если посмотреть вглубь, то и внутри каждого муниципального района, и малого города мы найдем свои объединяющие идеи, которые питаются гордостью великих земляков.

Рязань также славилась уровнем развития земства. От истории земства мы можем вести линию к высокому уровню развития в Рязанской области территориального общественного самоуправления, так называемых ТОСов. Рязанская область является одним из лидеров в России по этому направлению: наш опыт изучается на федеральном уровне. Создана Национальная ассоциация территориального общественного самоуправления, а ее истоки идут к рязанской земле. Это наша большая гордость, которая вылилась в большую программу по поддержке муниципальных инициатив на уровне регионального правительства. В 2018 году в 17 раз губернатор увеличил бюджетную поддержку территориального общественного самоуправления по сравнению с 2017 годом. Сейчас стоит задача распространить ТОСы по всем муниципальным образованиям. Тем не менее эта идея принадлежит президенту В.В. Путину. Само население преодолевает запустение, хаос и тлен многих наших территорий, чтобы наконец чистота и благодать вернулись на нашу землю. В результате, например, особенно поддерживаются такие проекты, как праздник дворов и день соседей.

Орлов И.Б.:

Это как-то централизовано проводится или на уровне отдельных муниципальных образований?

Воронова О.Е.:

Это инициатива, которая пошла от народа и в дальнейшем была закреплена на общегородском уровне. Две трети бюджета составляет финансирование и грантовая поддержка в том числе, а одну треть сами жители обеспечивают. Здесь в данном случае мы видим содружество общества и государства, народа и власти, что очень важно для нас. В результате этого происходит благоустройство дворов, мемориальных участков, сельских кладбищ, военномемориальных памятников и прилегающих территорий. создание новых парков, скве-

ров, фонтанов. Это сегодня все находится в рамках деятельности территориального общественного самоуправления.

Орлов И.Б.:

А бизнес принимает участие? Ведь на самом деле бизнес, социальная ответственность бизнеса, вот выделяет что-то из бюджета Любимов, мы понимаем, что люди там сами как-то организуются, но есть мощнейшие структуры РСПП, ТПП, Опора России, Деловая Россия, они каким-то образом участвуют вот в этом всем процессе? Как они могут участвовать? Деньгами, условно говоря

Воронова О.Е.:

Особо отмечу роль Рязанской торгово-промышленной палаты, которая на протяжении нескольких лет ведет социальный проект «Забота» для малообеспеченных слоев населения. Более чем 200 предприятий бизнеса вовлечены в этот проект: они назначают льготные цены, бесплатные услуги, например, ветеранам войны, труда, многодетным семьям. Гусева Татьяна Васильевна, которая возглавляет рязанскую ТПП объединила бизнес на этой основе, вплоть до сельской глубинки этот проект доходит. Есть некоторые предприятия автобизнеса, которые совершают автопробеги, например, проект «Низкий поклон Вам, ветераны», который отмечается 9 мая, они вносят большой финансовый вклад в поддержку ветеранского движения, организуют автомобильные маршруты до сельских глубинок с тем, чтобы поддержать ветеранов сельской глубинки. То же самое делается и молодежными организациями.

Орлов И.Б.:

То есть, есть общественная инициатива, есть властная инициатива, есть предпринимательская инициатива, то есть, с разных сторон в традициях заинтересованы по крайней мере 3 актора: власть, народ и бизнес. Хотя бизнес тоже народ и власть тоже народ, специфически организованный.

Воронова О.Е.:

Конечно, 1 июня проводится теле- и радиомарафон, посвященный Дню защиты детей, в финансировании которого тоже активно участвует бизнес (поддержке детских домов, интернатов, детей из многодетных семей, из социально неблагополучных семей).

Рязанская область одной из первых начало развивать волонтерское, добровольческое движение, у нас проходил первый всероссийский слет. Смотрите, как стремительно растет количество волонтеров. Если на начало 2017 года было 12 тысяч участников волонтерского движения, то к началу 2018 года уже 15 тысяч. Для областного центра прирост в 3 тысячи очень существенен.

Наша организация «Волонтеры победы» заняли 1-е место в федеральном конкурсе, а ее молодую руководительницу Кристину Зорину награждал президент в Москве. Мы гордимся этим направлением.

У нас есть Экологический рязанский альянс – ЭРА, ее возглавляет крупный рязанский бизнесмен и благотворитель, Евгений Вадимович Рыбаков, его вклад очень значителен. Он один из инициаторов проекта, поддержанного всем населением Рязанской области, общественной палатой, думой и правительством, - это создание зеленого щита вокруг города Рязани, лесопарковой зоны. Для рязанцев ввиду наличия в регионе большого числа заводов, экологическое направление является очень важным. Это направление, опять же идущее корнями к традиции волонтерства, благотворительности.

Если брать военно-патриотическое направление, то российское движение школьников также активно развивается: 10 тысяч школьников входят в состав, более 226 имеют в своем составе отряды. Юнармейское движение мы очень любим, поддерживаем, оно базируется на десантных традициях, на скобелевских традициях. 2000 юнармейцев в Рязанской области возглавляет генерал-

майор, в прошлом начальник автомобильного училища Михаил Александрович, член общественно палаты Рязанской области. Оно у нас очень живое, интересное, участвует в парадах. Можно сказать, что это традиция, которую можно начинать от пионерского, скаутского движения, еще одна традиция, которая находит движение в детстве.

А еще об одном скажу, о межнациональном согласии (убираем из своего лексикона слово «толерантность»). Почему Рязанская область считается одним из социально стабильных регионов, и очень много экспертов к нам приезжают? Я была на форуме развития гражданского общества, где выступали Кириенко, Бунин, которые проводил социологическое исследование в Рязани. Прозвучала мысль, что как думают жители Рязанской области, так думает вся провинциальная Россия - у нас действительно очень репрезентативный регион.

Почему мы социально стабильный регион при том, что здесь перемешаны самые разные национальности, поскольку она находилась на пересечении татаро-монгольских полчищ и литовского влияния? У нас есть город Касимов, где лучшая модель содружества русских и татар, где даже произошла интеграция культурных традиций, и, побывав в Касимове, Вы можете увидеть некоторые предметы и виды одежды местных национальностей, где элементы татарской и русской культуры присутствуют одновременно, даже в колокольчиках, бубенчиках.

У нас проводится фестиваль моно- и межэтнических семей, но при этом взаимное уважение, никакого раскола между русскими и татарами нет. У нас есть совет по гармонизации межнациональных отношений при губернаторе и аналогичные советы при всех главах муниципальных образований. Этот вопрос все время держится на пульсе. У нас уже давным-давно нет конфликтов на межнациональной почве, в Рязани проблеме межнационального согласия уделяется огромное внимание на всех уровнях, поэто-

му существуют очень дружественные отношения, мы в 2015 году провели единственный во всех стране международную конференцию «Единство фронта и тыла - фундамент Великой победы»; большая секция была посвящена дружбе народов, как фунда-

менту победы, где участвовало очень много представителей других национальностей.

Я всегда выступаю за то, чтобы у нас был региональный знак за личный вклад в укрепление дружбы народов, гражданского мира и межнационального согласия. Это тоже традиция дружбы народов.

RYAZAN SOCIAL LIFE IN THE FRAMEWORK OF CULTURAL PAST: INTERVIEW WITH REPRESENTATIVE OF RYAZAN REGIONAL PUBLIC CHAMBER

Most of traditions trace its roots deep in history, they are shaped by combination of unique conditions. In order to study the Ryazan traditions, the expedition members decided to dive into the past of the Ryazan region and trace the formation of the regional cultural traditions and the factors affecting them. The well-known Russian literary critic, Doctor of Philology, Professor of Yesenin Ryazan State University, Chairman of the Commission on Cultural and Spiritual Heritage of the Ryazan Public Chamber Olga Voronova helped us to achieve this goal.

Key words:

Volunteer movement, social life, environmental initiatives, patriotic movement, cultural traditions, Ryazan Region.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

УДК / UDK 338.23

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ: ИНТЕРВЬЮ С РУКОВОДИТЕЛЕМ ЦЕНТРА ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Молодые предприниматели – ключевой драйвер российского малого и среднего бизнеса. Однако на стадии создания собственного бизнеса и выстраивания бизнес-процессов начинающие предприниматели в большинстве своем сталкиваются с различными препятствиями, что затрудняет вход на рынок и значительно снижает уровень выживаемости МСП на начальных стадиях. Для оказания консультативной помощи начинающим предпринимателям в Рязанской области был создан Центр поддержки предпринимательства, с руководителем которого нам удалось встретиться и побеседовать в рамках студенческой экспедиции.

Ключевые слова:

Молодежное предпринимательство, Центр поддержки предпринимательства, Рязанская область.

Матюненко Юлия Алексеевна, стажер-исследователь НУЛ:

Какие культурные традиции, традиции благотворительности и ведения бизнеса существуют в Рязани и Рязанской области?

Сидоренко Лариса Васильевна, руководитель Центра поддержки предпринимательства Рязанской области:

Можно говорить о культурных традициях через призму празднования Дня города Рязани, либо Дня муниципального образования в Рязанской области. Существуют и традиции чествования долголетия самого города.

Недавно появилась традиция проводить пятницы на Почтовой улице, особенно

они прижилась среди молодежи. Этому поспособствовало и создание замечательной пешеходной зоны в центре города.

Появились и традиции проводить фестивали, связанные с осенним сбором урожая, они тоже получили довольно широкое развитие. Достаточно сладкая традиция – фестиваль малины, в основе которого лежит очень интересная концепция.

Существует отдельная традиция для молодоженов: после регистрации брака принято отправляться к Кремлю, где часть пешеходной зоны оформлена специально для влюбленных с железными деревьями для замочков.

На самом деле, традиции есть у каждой семьи, у каждого народа. Они, наверное, по всей России, достаточно одинаковые. Есть традиции внутри коллектива, у нас они тоже есть.

Матюненко Ю.А.:

Можно ли отнести концепт «А у нас в Рязани – грибы с глазами» к культурным традициям?

Сидоренко Л.В.:

Достаточно новая традиция, которая возникла совсем недавно. В центре города есть Наташин парк, где располагается металлический памятник, посвященный грибам. В то же время есть огромное число народных промыслов, мы их оберегаем и храним: михайловское кружево, шиловская лоза, кадомский вениз (красно-белое кружево ручной работы), скопинская керамика.

Мы, с точки зрения органов власти, пытаемся подобные традиции сохранить. В 2014 году создали Областной центр народно-художественного творчества и ремесел, который способствовал объединению на одной площадке этих промыслов и их естественному сохранению. Я бы даже сказала, что есть традиция в предпринимательстве объединения всех народных промыслов, консолидации. Причем они проводят на этой площадке мастер-классы, у них прекрасно оборудованы мастерские. Именно благодаря этому развивается туризм в данных муниципальных районах.

Матюненко Ю.А.:

По Вашему мнению в последний год увеличился ли приток туристов в регион?

Сидоренко Л.В.:

На мой взгляд, да. Очень ощущается в последние 5 лет.

Матюненко Ю.А.:

С какими бизнес-ассоциациями Вы взаимодействуете?

Сидоренко Л.В.:

Мы сотрудничаем со всей «бизнес-четверкой».

Матюненко Ю.А.:

Насколько активно происходит сотрудничество, на ваш взгляд?

Сидоренко Л.В.:

РСПП в лице Кутенцына Владимира Ивановича всегда отзывается. Если речь идет об участии в каком-то мероприятии – всегда присутствует. Отработать какой-то вопрос нет никаких сложностей, идут на контакт всегда. Что касается ОПОРЫ РОССИИ, то Кибальникова также идет на контакт. С точки зрения наших мероприятий, ассоциация всегда активно принимает участие. С Деловой Россией на начальном этапе было сложновато. Мы передаем информацию для членов нашего центра и участников, но не уверена, что они это делают у себя. Но у нас не было серьезных столкновений и конфликтов. Общение у нас проходит достаточно ровно.

У нас есть «Ассоциация молодых предпринимателей», с которой мы работаем наиболее плотно. Они нас выручают в плане передачи информации, так как именно у них собрана часть предпринимателей, которые нуждаются в поддержке, именно с ними у нас проходит большая часть мероприятий, на их площадке. Все деловые сообщества про нас знают, потому что на начальном этапе нашей жизнедеятельности мы очень широко информировали их о себе. Далее, когда начали работать, всегда приглашали все объединения, и всегда они принимали участие. Это наша традиция. Торгово-промышленная палата – наши друзья, мы с ними на одной волне: совместные мероприятия и бизнес-миссия.

Матюненко Ю.А.:

В какой форме существует бизнес-миссия?

Сидоренко Л.В.:

У нас есть получатели федеральных субсидий, мы утверждаем в смету в рамках поддержки предпринимательства, - это форма документов, в которой содержится описание мероприятий, которые планируются провести в течение этого года. Мы даем предложения, предварительно проговаривая его с ТПП, - в этом плане они наши большие помощники. Сначала смотрим заинтересованность и составляем план. В этом году у нас были бизнес-мероприятия в Карелии, Иваново и Ярославле. Смета уходит на утверждение министру, а затем на согласование по малому бизнесу, по субсидиям в Москву. Начинаем заблаговременно прорабатывать почву: мы отдали на откуп ТПП вопросы заинтересованности в некоторых миссиях со стороны других регионов. Затем предприниматели готовят свои предложения.

Матюненко Ю.А.:

Идет ли взаимодействие с властью без посредников в виде бизнес-ассоциаций?

Сидоренко Л.В.:

В рамках нашей деятельности мы очень плотно контактируем с Министерством развития, курирующим нас, и непосредственно с министром. Власть нас не бросает.

Матюненко Ю.А.:

Что изменилось после смены губернаторской команды?

Сидоренко Л.В.:

В части нашей работы прошло все ровно. Даже не сбила работа, когда происходило объединение министерств промышленности и экономического развития. Все, что намечали, все проделали ровно. Нас очень радует присутствие губернатора: он нравится аудитории, с удовольствием приходит молодежь, да и сам губернатор достаточно публичен. Мне, как руководителю, очень это импонирует.

Матюненко Ю.А.:

Что изменилось с его приходом с точки зрения привлечения инвестиций?

Сидоренко Л.В.:

На мой взгляд, количество проектов и инвестиций весьма возросло. Так случилось, что создание нашего Центра выпало на период изменения команды. То, что сейчас есть, позволяет сказать, что регион будет процветать. Сначала было сложно с Деловой Россией, хотя и с ним состоялся диалог. Не знаю, как они работают с точки зрения доведения информации до конечного респондента, но мы открыты с точки зрения интернета и остальных источников: онлайн, оффлайн. Мы за объединение.

Матюненко Ю.А.:

Какие проблемы на данный момент существуют в регионе?

Сидоренко Л.В.:

Дороги слишком бросаются в глаза и блок здравоохранения. Это основное, на что стоит направить внимание. Здравоохранение - это самый важный социальный блок. А дороги необходимы как для привлечения туристов, так и для привлечения инвестиций. Существует как проблема дорожного покрытия, так и отсутствие новых развязок. Нам однозначно нужны новые дороги, иначе, когда наши новые районы будут заселены, весь город встанет. Нужны проекты по развязкам и больше ориентации на Москву.

Матюненко Ю.А.:

Какие есть проблемы у малого бизнеса?

Сидоренко Л.В.:

Вопросы многие не отрегулированы. При появлении изменений не вовремя доводится информация на места. С контрольно-налоговыми органами больше взаимодействия, чем с налоговиками.

Матюненко Ю.А.:

В чем заключаются проблемы с налоговой инспекцией?

Сидоренко Л.В.:

Нельзя позвонить по контактному телефону, который указан в письме. За непредставление информации следуют санкции, а дозвониться нельзя. На регистрации молодых предпринимателей были возвраты документов, а при повторном обращении и госпошлина уплачивается повторно.

Что касается уплаты налогов, то в последнее время началась путаница: задолженность погашена, а информации нет. Очень долгие проверки предприятия, длящиеся месяцами, в то время как предприятие параллельно приостанавливает свою деятельность. Существуют плановые и внеплановые проверки. Мы не трогаем внеплановые, что касается плановых, то раз в 3 года идет проверка предприятий. План проверок есть в общем доступе, то есть предпринима-

тель может посмотреть, но знают об этом далеко не все. Необходима реформа контрольно-налоговой деятельности. Вопрос возврата НДС также стоит весьма остро.

Матюненко Ю.А.:

Как Вы работаете в центре поддержке предпринимателей?

Сидоренко Л.В.:

Мы выходим в поле и рассказываем о нас. Ходим по школам, рассказываем, как подать к нам заявку и пройти обучение в Школе молодежного предпринимательства, по итогам которой происходит изучение и изменение проекта. В результате работы рождается предприниматель. Это очень здорово, дальше мы их продолжаем вести. Мы выступаем в школах, направляем информацию в СМИ, в социальные сети. Теперь мы можем работать с физическими лицами, что существенно расширило сферу нашей работы.

DEVELOPMENT OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN RYAZAN REGION: INTERVIEW WITH DIRECTOR OF THE ENTREPRENEURSHIP SUPPORT CENTER

Young entrepreneurs are the key driver of Russian small and medium businesses development. However, at the stage of creating their own business and building business processes, start-up entrepreneurs mostly face various obstacles, which makes it difficult to enter the market and significantly reduces the survival rate of small and medium business on the initial stages. To provide advisory assistance to start-up entrepreneurs in the Ryazan region, Entrepreneurship Support Center was created. The head of this center met with us and discussed this its activity.

Key words:

Youth entrepreneurship, entrepreneurship support center, Ryazan Region.

ГОД ПОСЛЕ ИЗБРАНИЯ: АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ГУБЕРНАТОРА РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ НИКОЛАЯ ЛЮБИМОВА

Матюненко Ю.А., Гончарова Н.А.⁶

Рязанская область является одним из регионов России, находящихся в последние десятилетия в стагнации. Для решения данной проблемы федеральные власти зачастую привлекают губернаторов-«варягов», эффективных региональных менеджеров, проявивших себя в руководстве другими субъектами РФ. Таким «менеджером» является и Николай Любимов, один из авторов «калужского экономического чуда», назначенный сперва врио губернатора, а затем избранный губернатором Рязанской области. В данной статье авторы предприняли попытку посредством дискурс-анализа выявить сильные и слабые стороны как внешнего, так и внутреннего политического позиционирования нового губернатора по итогам более 1,5 лет нахождения «у руля» области, а также составить рекомендации по улучшению имиджа губернатора и, следовательно, росту его политической устойчивости.

Ключевые слова:

Политическое позиционирование, Рязанская область, губернаторские выборы, формирование имиджа, презентация региона, региональные элиты, дискурс-анализ.

⁶ **Матюненко Юлия Алексеевна** - стажер-исследователь научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: yumatyunenko@hse.ru.

Гончарова Наталия Александровна – эксперт Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: nagoncharova@hse.ru.

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день тема политического позиционирования представляется весьма важной как для действующих политиков, так и для исследователей. Во многом это обусловлено фактором института выборов, который проходят политики, поскольку нередко именно от позиционирования на идеологической прямой зависит результат поддержки населения. В научной литературе уделено немало внимания проблеме политического позиционирования. Исследователи отечественной и зарубежной политической школы изучают факторы успешного позиционирования, его соотношения с политическим брендом.

В научном дискурсе тема политического позиционирования возникла благодаря экономической теории математика Энтони Даунса. Даунс апеллировал к тому, что существует идеологический спектр, включающий в себя множество взглядов и подходов на те или иные проблемы. Политик, идущий на выборы, занимает определенную позицию на идеологическом спектре (допустим, по экономическому вопросу актер А придерживается правых взглядов). Избиратели, чьи взгляды так же относятся к позиции правых, делают свой выбор за политика, поддерживающего идею конкурентного рынка. При этом, политик занимает позицию на идеологическом спектре по каждому вопросу, который есть в политическом дискурсе [27].

Американские маркетологи Джек Траут и Стив Ривкин в 1979 году разработали теорию реализации брендинга на экономическом рынке, согласно которой «позиционирование – воздействие на сознание покупателей» [26]. По мнению исследователей, бренд должен проходить полный цикл воздействия: позиционирование (вначале выделение признаков, отличность объекта от других конкурентных товаров, его преимущество), выстраивание стратегии про-

движения товара, создание устойчивости бренда на рынке [26].

Теория политического позиционирования берет свое начало в теории экономического продвижения, однако, исследователи выделяют несколько значимых отличий политического продукта от экономического. По мнению исследователя Юлии Кудашовой, изучение политика неотделимо от регионального фактора, однако, присутствует ряд особенностей: позиционирование – трансляция определенного образа. Транслирование происходит через каналы коммуникации: телевидение, социальные сети, газеты и журналы. Нередко избиратели видят лишь экранный образ политика, которому необходимо привнести эмоциональный фактор в свое выступление [9].

Второй материал Юлии Кудашовой о позиционировании акцентирует внимание на том, что политическое позиционирование нередко выстраивается от бренда региона. Территория, от которой баллотируется политик, нередко представляет бренд. Роль политика заключается в том, чтобы создать образ ассоциативности региона с ним или же создать региональный бренд – «территориальный продукт» [8].

Исследователь Роман Голованов вносит несколько основных отличий экономического и политического позиционирования. Результаты экономического позиционирования легче оценить, так как в результате продажи товара владелец выручает вложенные средства. Прибыль от проданного товара служит фактором для оценки эффективности методов продвижения продукта. Говоря о политическом позиционировании, выявить эффективность коммуникации намного затруднительнее, поскольку победа на выборах не всегда является конечной целью (для избранного политика необходимо укрепить положительную репутацию) [3].

Анализируя имеющуюся литературу, стоит отметить, что исследователи едины во

мнении относительного того, что экономическое позиционирование отличается от политического. Кроме того, политическое позиционирование неотличимо от дискурса, который транслирует сам актер, и внешнего дискурса (транслируемого об авторе) [10]. Однако, при создании позиционирования актер не может быть уверенным в том, что коммуникативный код будет верно прочитан, что может привести не к устойчивости положения, а к разрушению бренда.

Данная статья посвящена анализу имиджа, который неотъемлемо присутствует при политическом позиционировании. Предметом нашего исследования является имидж губернатора Рязанской области Николая Любимова.

ИМИДЖ ГУБЕРНАТОРА В ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНКАХ

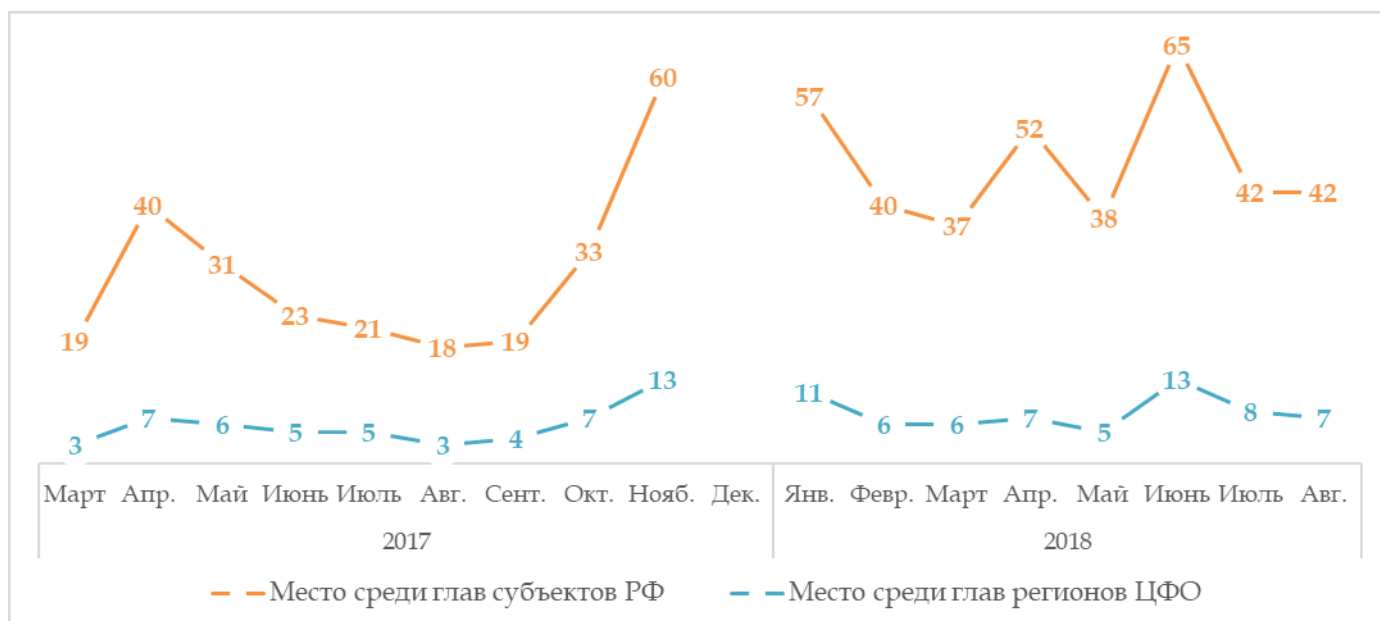
Николай Любимов был назначен временно исполняющим обязанности губернатора Рязанской области с 14 февраля 2017 года. В июне этого же года Любимов был выдвинут «Единой Россией» на губернаторских выборах, а уже в сентябре – успешно избран губернатором Рязанской области,

набрав более 80 % голосов рязанских избирателей [24].

Для понимания того, каким статусом обладал врио, а затем непосредственно губернатор по сравнению с другими регионами, обратимся к федеральным экспертным оценкам.

Согласно ежемесячному рейтингу, публикуемому компанией «МедиаЛогия», уровень упоминаемости Николая Любимова в СМИ с момента назначения на должность и.о. губернатора Рязанской области крайне нестабилен (рис. 1), что объясняется множеством политических факторов. Так, рост показателя МедиаИндекса с июля по сентябрь 2017 года объясняется включением Николая Любимова в предвыборную гонку за должность губернатора Рязанской области и федеральной информационной поддержкой кандидата от «Единой России», оказываемой ему в этот период [5]. Однако уже в сентябре, после окончания региональных выборов, показатели резко просели, в результате чего к ноябрю губернатор «откатился» в рейтинге с 18-го на 60-е место среди глав всех субъектов РФ, и с 3-го на 13-е среди глав регионов ЦФО.

Рис. 1. Динамика медиарейтинга Николая Любимова в качестве главы Рязанской области [12]⁷.



⁷ Прим.: данные за декабрь 2017 года отсутствуют.

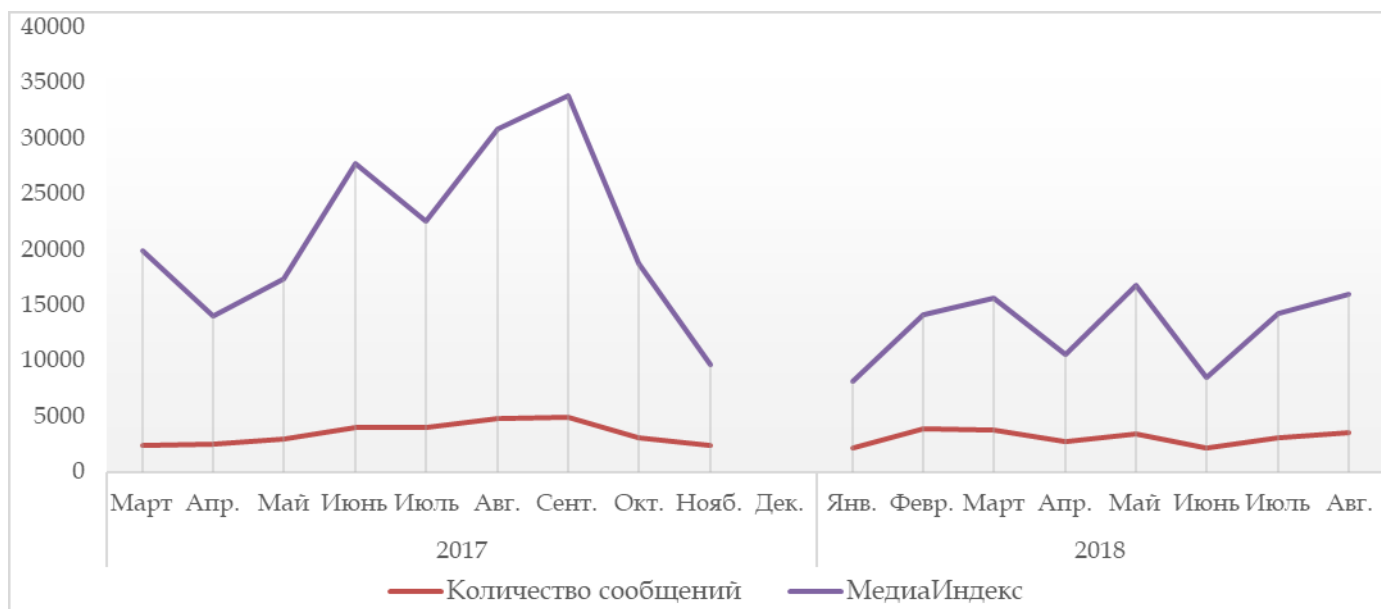
Майский подъем во многом обусловлен участием Любимова в межрегиональных мероприятиях: деловой визит губернатора в Республику Адыгея и дальнейшее подписание соглашения о сотрудничестве между регионами, а также выступление на федеральном форуме «Производительность 360», проходившем в Нижегородской области [21; 31]. Таким образом, видится целесообразным повысить активное участие (выступления, дискуссии) губернатора в межрегиональных и федеральных ивентах, что, в свою очередь, привлечет больше внимания как к Рязанской области в целом, так и к персоне ее губернатора, в частности.

Неочевидны причины провалов в апреле 2018 г. (с 37-го на 52-е по РФ) и июле 2018 г. (с 38-го на 65-е по РФ), однако, наиболее вероятно, они вызваны повышением интереса со стороны СМИ к событиям, проис-

ходящим на тот момент в других регионах, и лицам, их возглавляющим. В связи с этим для сохранения позиций в информационной повестке следует оперативно реагировать на резонансные события, тесно связанные с главами других регионов и способные привести к «буму» их упоминаемости в СМИ по окончании месяца, создавая в данные промежутки времени позитивные инфоповоды.

Необходимо отметить, что МедиаИндекс, на основе которого происходит рейтингование, учитывает не только количество сообщений с упоминанием главы региона, но также характер упоминания, его ценность и заметность [11]. Этим во многом объясняется рост количества упоминаний Николая Любимова в апреле 2017 года и падение показателя МедиаИндекса в этом же месяце (рис. 2).

Рис. 2. Динамика значения МедиаИндекса губернатора Рязанской области [12]⁸⁹.



⁸ Прим.: данные за декабрь 2017 года отсутствуют.

⁹ Прим.: показатели, отображающие динамику на рис. 2, находятся в обратной зависимости от показателей, отображенных на рис. 1.

В тоже время у многих глав регионов, занимавших более высокие позиции в рейтинге, в разные месяцы число упоминаний меньше, чем у губернатора Рязанской области, что говорит о том, что они упоминаются больше в сообщениях с позитивным инфоповодом, а также данные сообщения обладают большей заметностью и ценностью. В связи с этим видится необходимым, во-первых, работать над увеличением числа позитивных инфоповодов с участием главы Рязанской области (например, более активное продвижение текущих успехов), во-вторых, активнее продвигать региональные новости в федеральные СМИ, а также на первые полосы региональных изданий. Эти меры необходимы еще по той причине, что за последние полгода заметно ухудшились характер и ценность данных сообщений, так как увеличение числа упоминаний Любимова в СМИ после октября 2017 года в разные месяцы не смогло вывести показатель МедиаИндекса рязанского губернатора на октябрьский уровень.

Николай Любимов долгое время не входил в рейтинг губернаторов-блогеров, составляемых Медиалогией, так как до избрания на должность губернатора у главы Рязанской области отсутствовал персональный блог, а личные страницы в социальных сетях не обновлялись с 2016 года [13].

Отношение к соцсетям изменилось в конце октября 2017 года: сразу после избрания на должность губернатора Рязанской области личные страницы губернатора в Facebook и Вконтакте были целиком обновлены и служат источником новостей о ежедневной деятельности Любимова на посту губернатора; с апреля 2018 года функционирует инстаграм-аккаунт губернатора. Тем не менее, информация, содержащаяся в данных постах, носит скорее фактологический, нежели оценочный характер, то есть не содержит в себе личное отношение непосредственно Николая Любимова к описываемым событиям. В связи с этим интерес СМИ к персональным страницам губерна-

тора невелик, и, соответственно, число публикаций в средствах массовой информации, ссылающихся на страницы губернатора, незначительно, о чем свидетельствует отсутствие Николая Любимова в топ-20 самых цитируемых губернаторов-блогеров в последующие месяцы.

Для положительного изменения сложившейся ситуации пресс-службе губернатора следует продвигать персональные страницы Николая Любимова в социальных сетях при взаимодействии с представителями СМИ в качестве основного источника актуальных комментариев по информационной повестке.

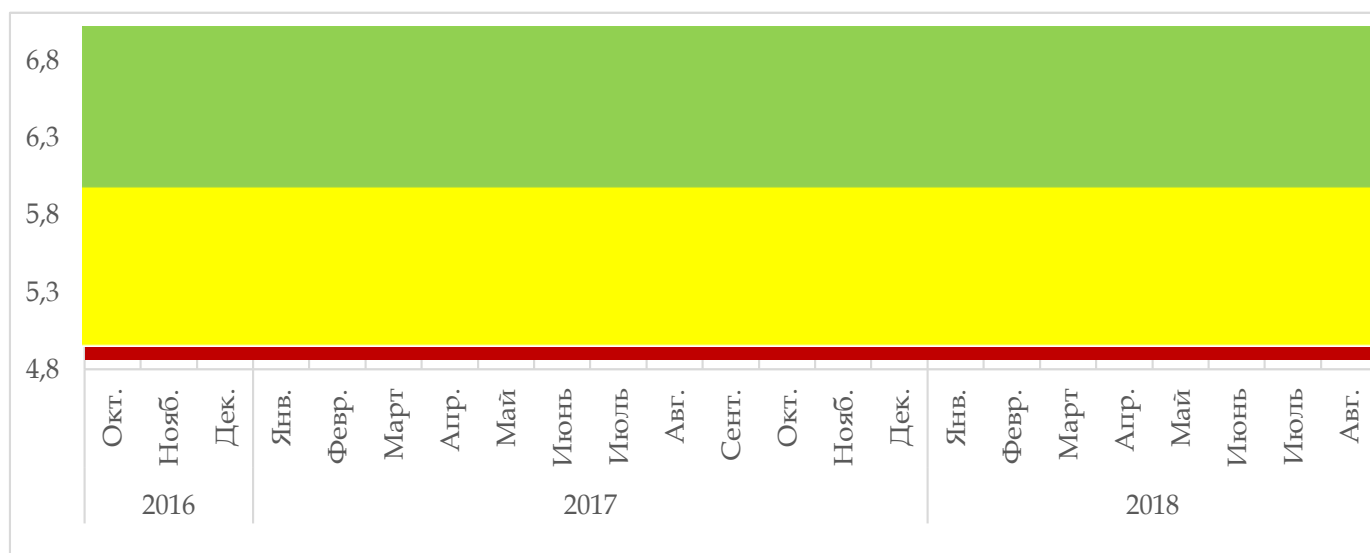
Рейтинг выживаемости губернаторов, разработанный фондом «Петербургская политика», в последний квартал нахождения предыдущего губернатора Олега Ковалева «у руля» относил Рязанскую область к регионам с пониженной политической устойчивостью (коэффициент 5,4, нулевая динамика). Однако после его отстранения от должности и назначения Николая Любимова врио губернатора региона коэффициент упал до 4,9, что автоматически причислило Рязанскую область к регионам с низкой устойчивостью (рис. 3). Впрочем, за время руководства регионом Любимовым политическая устойчивость Рязанской области, по оценке фонда, постоянно росла: уже в марте 2017 года область вновь вернулась в список субъектов РФ с пониженной устойчивостью (коэффициент 5,0), а в феврале 2018 года – в список регионов со средней устойчивостью (коэффициент 6,0) благодаря существенному скачку показателя в сентябре после победы Николая Любимова на губернаторских выборах. Во многом данная тенденция связана с подписанием губернатором многочисленных соглашений о сотрудничестве (АО «Росагролизинг», ПАО Банк «ФК Открытие», ПАО «Транснефть», ПАО «Ростелеком», ПАО «Фармимэкс» и др.), открытием производственных объектов и расширением производства уже функционирующих объектов (корпорация «ТЕХНОНИКОЛЬ»),

вводом в эксплуатацию нескольких спортивных объектов [28].

В августе 2018 года область с коэффициентом 6,8 приблизилась к группе регионов с высокой политической устойчивостью (коэффициент 7.0-7.9). Несмотря на позитивную динамику, нельзя не заметить небольшое падение показателя в июне, которое было вызвано вынесением приговора уже бывшему заместителю председателя ря-

занского правительства Владимиру Трушкину, признанному виновным в получении взятки, выступлениями жителей против пенсионной реформы и строительства военного полигона в Рыбновском районе, а также обращением к В.В. Путину жителей, осуждающих создание охранной зоны вокруг музея-заповедника С. Есенина, которая может привести к исчезновению 38 сел [20].

Рис. 3. Динамика устойчивости Рязанской области согласно рейтингу Фонда «Петербургская политика» [28].



Консалтинговая компания «Минченко-консалтинг» в докладах по анализу предвыборной кампании и позиционированию губернаторов описывает положение в Рязанской области следующим образом: Николай Любимов обладает значимым бонусом по сравнению с другими врио – участие и победы на региональных и федеральных выборах, многолетний опыт работы в Калужской области с командой А. Артамонова. К слабым сторонам эксперты относят: низкий уровень публичного позиционирования губернатора (2 балла из 5), при эффективной коммуникации с федеральной и региональной элитами (встречи с С. Шойгу, В. Колокольцевым, В. Володиным), разноплановое само-позиционирование, создающее неустойчивость Н. Любимова [1].

За время губернаторства Николая Любимова регион так и остался малопривлекательным для элитных групп, что, однако, по мнению Минченко Консалтинг, способствует устойчивости нынешнего губернатора. Согласно рейтингу Госсовет 2.0 за 2018 год, политический менеджмент губернатора Рязанской области, набравшего 10 баллов из 27 возможных, охарактеризован как «стандартный». Тем не менее отмечается качественное нишевое позиционирование Любимова, тогда как в прошлом рейтинге его относили лишь к губернаторам-функционерам. Положительную роль сыграла реализация губернатором крупного регионального проекта. Тем не менее, в связи с появлением у губернатора региональных конфликтов и уголовным делом против уже упомянутого ранее Владимира Трушкина, итоговый рейтинг Николая Любимова просел на несколько баллов [17; 19].

Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» относит Рязанскую область к регионам с нестабильным положением, но положение Николая Любимова охарактеризовано подобным из-за небольшого срока нахождения на посту исполняющего обязанности и года у власти в качестве непосредственно губернатора области. В целом же с того момента, как Любимов возглавил регион, его рейтинг колеблется между 54-м и 61-м местами, прочно закрепив за ним «низ» II группы регионов [18].

Суммируя оценки по Рязанской области с марта, можно отметить, что основная лакуна в продвижении Николая Любимова, в том числе и во время предвыборной кампании, связана с «вялым» позиционированием врио и его команды, а также с низкой освещаемостью текущих проектов. Тем не менее стоит отметить, что произошли существенные изменения, связанные с восприятием губернатора Рязанской области в рейтингах. Во-первых, произошел явный переход от губернатора, который занимает должность временно, к отождествлению Любимова как политика с устойчивым положением. Во-вторых, проблемы, которые имеются в регионе, становятся более локальными (в дискурсе отсутствует проблема коррупции в целом, но есть недовольство низкой конкурентностью в строительной сфере).

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НИКОЛАЯ ЛЮБИМОВА В ПРЕССЕ

Согласно теории менеджмента М.Х. Мескона, М. Альбера и Ф. Хедоури, при анализе продукта (имиджа, в том числе), необходимо рассматривать позиционирование с внутренних и внешних сторон [14]. Вначале проанализируем внутреннее позиционирование.

ВНУТРЕННЕЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Самопозиционирование Николая Любимова на период управления регионом в должности врио губернатора заключалось

в осторожной оценке своей деятельности: мягкий новатор с консервативными устремлениями (поддержка и ценность семьи). «Я сторонник мягкой силы», а также позиционирование себя с точки зрения открытости: «Нужно не бояться давать свой номер инвесторам» [16; 15]. В интервью с губернатором фигурирует много терминологии об эффективности, привлечении инвестиций, то есть налицо позиционирование губернатора в качестве менеджера. Суммарный имидж Любимова - региональный менеджер (множество отсылок к деятельности в Калужской области).

Позже губернатор уже стал более детально разбирать успехи региона и активнее презентовать их в федеральных СМИ, создавая имидж «человека слова» путем соотнесения собственных обещаний, данных на момент вступления в должность временно исполняющего обязанности губернатора Рязанской области, и текущих результатов деятельности (постепенное решение проблемы дольщиков, открытие социальных объектов, рост сельскохозяйственной промышленности, развитие высокотехнологичной медицины и пр.) [22]. Продолжил губернатор работать и над повышением открытости региональных и местных органов власти, обязав их вести свои аккаунты в социальных сетях и ежедневно проверять их на предмет обращений граждан.

Отдельно отметил в одном из интервью телеканалу «Россия 24» Николай Любимов поддержку со стороны федерального правительства и лично Президента, подчеркнув тем самым значимость региона и наличие лоббистского потенциала [22].

Хотя отсутствует личностная **презентация команды**, но Николай Любимов постоянно подчёркивает важность работы в команде. Врио изначально заявлял о том, что отставок не будет: «Не мой метод привлекать для работы людей из других регионов», на первый план выходит опора на местные кадры, «на людей с рязанщины» [30]. Этот же тезис он подчеркивает спустя год в ин-

тервью каналу «Россия 24». Однако в интервью о команде губернатора отсутствуют реальные фамилии членов-команды, оценка её деятельности, качества рязанской команды (упомянутые характеристики необходимы для ответа на вопрос: почему именно указанная команда способна преодолеть трудности?). Тем не менее, на момент вступления в должность губернатора Рязанской области в сентябре 2017 года Любимов изменил своему принципу: за последующие 2 месяца было сменено более трети состава рязанского правительства, во главе министерств встали не только рязанцы, но и представители других регионов, прежде не связанные с Рязанской областью (например, заместитель председателя Правительства Рязанской области Черникова Наиля Абдуловна), а некоторые и с государственной службой в принципе (министр труда и социальной защиты населения Рязанской области Емец Валерий Сергеевич) [29; 6].

Областную Контрольно-счетную палату 30 октября 2018 года возглавил земляк нынешнего губернатора Роман Кузьмичев, возглавлявший прежде Контрольно-счетную палату в Калуге в приблизительно в те же годы, когда Любимов поочередно руководил калужским министерством экономического развития, занимал должность городского головы Калуги, заместителя губернатора Калужской области, и отправленный в отставку за нарушения при размещении муниципального заказа [23].

Тем не менее стоит отметить, что губернатор активно продвигает на высшие региональные должности уже известные рязанцам лица (Л.А. Крохалева, А.Н. Рослякова, В.Е. Артемов, О.Л. Харивский и др.), что несколько сглаживает остальные перестановки. Однако, несмотря на то, что Николай Любимов активно замещает команду прежнего губернатора «рязанскими лицами», вышеперечисленные кадровые перестановки, противоречащие прежним публичным высказываниям Николая Любимова и вызывающие немало вопросов, могут оказать

негативное влияние на имидж губернатора в целом и на уровень доверия со стороны населения возглавляемого им региона, в частности.

Инструменты деятельности в работе.

В целом в арсенале инструментов деятельности Николая Любимова можно выделить 3 основных инструмента, на которые, по его мнению, следует опираться.

Во-первых, губернатор Рязанской области указывает на необходимость личных встреч с общественниками, главами муниципалитетов, различными ведомствами. За время губернаторства Любимов практически ежедневно проводит личные встречи, итогами которых делится на персональных страницах социальных сетей.

Вторым инструментом в работе являются встречи с журналистами с отчетом о проделанной работе. Здесь стоит отметить, что губернатор в основном встречается с представителями федеральных СМИ (РБК, РИА Новости, Российская газета, Россия 24, Россия 1 и пр.) и отчитывается о проделанной работе именно на данном уровне. Менее заметны интервью губернатора региональным изданиям и телеканалам (ТКР, 62ИНФО, КП-Рязань, АиФ-Рязань и др.), однако они в большинстве своем посвящены не столько результатам деятельности, сколько выявленным проблемам региона, lifestyle и семье губернатора.

В качестве третьего инструмента Николай Любимов называет открытые дискуссионные площадки для выявления проблемных областей. Однако на данный момент, по мнению авторов, они малоэффективны для выявления непосредственно проблем внутри региона. За время «у руля Рязанской области» было проведено много форумов регионального значения (форум «Цифровая трансформация», форум молодых депутатов, конференция «Приоритеты регионов: контроль, цифровизация и сервисная модель развития МСП», форум добровольцев и др.), итоги которых не в состоя-

нии отобразить актуальные и наиболее значимые проблемы региона, обозначить основные точки роста и механизмы повышения эффективности.

Презентация региона и региональных успехов. Об успехах в рязанской прессе стали говорить после того, как был снят телевизионный ролик «100 дней. Рязанская область. Николай Любимов. Специальный репортаж Дениса Арапова», в котором рассказывается о строительстве стационара с современным оборудованием, проекте нового корпуса онкологического центра и планировании трех территорий опережающего социально-экономического развития на территории области [30]. До губернаторских выборов Любимов рассказывал об осуществлённых проектах немного, хотя в регионе реализуются множество крупных инвестиционных сделок, освещение которых остаётся на низком уровне (только 2 местных издания написали о договорённости с компанией X5 Retail Group о строительстве крупнейшего логистического центра).

После выборов, когда политическая ситуация приобрела некоторую стабильность, губернатор Рязанской области стал активнее продвигать региональные успехи не только на уровне области, но и на межре-

гиональных, а также федеральных мероприятиях, и в СМИ.

Однако, презентация региона (его самобытности) Любимовым осуществляется достаточно слабо: практически отсутствует информация о промыслах, культурных традициях, особенностях региона, его отличиях от Калужской области. На данный момент упор в презентации региона делается на экономику и сферы для реализации инвестирования). Очевидно стремление сделать регион интересным для туризма, но не раскрыты стратегия реализации имиджевой составляющей региона и способы привлечения туристов (нет понимания, почему туристам следует ехать именно в Рязань) [30]. Была предпринята попытка показать красоты региона (виды Константиново, Рязанского кремля, рязанского «Арбата») в спецпроекте «Первого канала», посвященного губернаторам-выдвиженцам В.В. Путина, однако в ролике, в большинстве своем, преобладали политическая и экономическая составляющие в преддверии сентябрьских губернаторских выборов [2].

По итогам мини-анализа внутреннего позиционирования губернатора был выявлен ряд слабых и сильных сторон (табл. 1).

Табл. 1. Внутреннее позиционирование Николая Любимова в качестве губернатора Рязанской области.

Сильные стороны позиционирования	Слабые стороны позиционирования
<ul style="list-style-type: none"> • Большой опыт работы в успешном регионе; 	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие имиджевой отсылки от предыдущего губернатора О. Ковалёва;
<ul style="list-style-type: none"> • готовность к сотрудничеству с бизнес-сообществом, НКО, общественностью; 	<ul style="list-style-type: none"> • отсутствие презентации команды, её целей, возможностей, навыков;
<ul style="list-style-type: none"> • личные пресс-конференции по текущим проектам; 	<ul style="list-style-type: none"> • отсутствует стратегия построения имиджа Рязанской области;
<ul style="list-style-type: none"> • продуманная стратегия по реализации экономического потенциала Рязанской области; 	<ul style="list-style-type: none"> • низкий уровень освещаемости текущих проектов региона в СМИ;
<ul style="list-style-type: none"> • готовность к личному ознакомлению с проблемами региона; 	<ul style="list-style-type: none"> • низкий уровень ознакомления населения с реализованными задачами.
<ul style="list-style-type: none"> • открытость для обращения граждан. 	

ВНЕШНЕЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Внешнее позиционирование анализируется для выделения возможностей и угроз, которые создают окружающие информационные издания. Во внешнем позиционировании Николая Любимова можно выделить 2 точки зрения: первая освещена в немногочисленных федеральных СМИ и региональных изданиях, вторая – в оппозиционных региональных СМИ. В целом, большинство изданий используют позитивную повестку для позиционирования губернатора и освещения знаковых проектов Рязанской области.

Изучив региональную прессу, можно выделить 12 печатных и онлайн-изданий, занимающиеся освещением как политических, так и культурных событий:

- МедиаРязань;
- 7 на 7;
- Областная Рязанская газета;
- Рязань Вести RZN;
- Портал PRO ГОРОД;
- Рязанские Ведомости;
- 7 info (Рязанское информационное агентство);
- Ya62.RU (Рязанский портал);
- «Новая газета»-Рязань;
- Рязанский городской сайт (rzn.info);
- Союз Рязанского бизнеса;
- Вид сбоку.

МедиаРязань, Областная Рязанская газета, новостные порталы ежедневно публикуют статьи, посвященные губернаторским встречам и поездкам. Несмотря на частоту освещаемости деятельности главы региона, положительного позиционирования не происходит, иными словами, кроме описания деятельности Любимова, отсутствуют личностные оценки губернатора.

Издание «Новая газета» Рязань менее лояльно к губернатору, однако ее повестку нельзя охарактеризовать в качестве строго негативной. «Вероятно, всему виной предстоящие губернаторские выборы, и Николай Викторович вместе со своими пиарщи-

ками ради убедительной победы пытается эксплуатировать имидж крутого парня и забочащегося об избирателях руководителя. Не исключено, что отзыв из командировки – это имитация разноса, о котором заранее был предупрежден Булеков. Аналогичная критика для проформы обрушилась на мэра в самом начале пребывания врио на своем посту», – такая критика встретила Николая Любимова в должности врио губернатора [7].

При изучении статей издания «Новая газета»-Рязань, стоит сказать, что попытки имиджевого построения региона присутствуют, но их немного. К примеру, заявленный проект по созданию туристического кластера «Касимовский» освещен крайне мало, несмотря на стремление сделать данную зону привлекательной для туристов из множества российских регионов.

Рязанское издание «Вид сбоку» было скептически настроено как к приходу Николая Любимова, так и по отношению к конкурентности губернаторских выборов: «на таком оппозиционном фоне «Единая Россия» проводит для Николая Любимова такие вялые праймериз, которым мог бы позавидовать даже боязливый экс-губернатор Олег Ковалев, который опасался конкуренции даже в обычном формате «производственник, бюджетница и представитель молодежи» [25]. Однако уже после избрания издание воздерживалось от оценки губернатора, предпочитая фактологическое освещение его деятельности.

Частичный анализ внешнего позиционирования указывает на два проблемных поля: во-первых, имиджевая отсылка Николая Любимова от предыдущего губернатора Олега Ковалёва; во-вторых, имидж Рязанской области, которые выстраиваются только в качестве депрессивного региона. Суммарно, внутреннее и внешнее позиционирование следует привести в формате SWOT-анализа, который сможет указать пути решения по заявленным проблемам.

Таким образом, анализ внешнего и внутреннего позиционирования Врио и Рязанской области выявило основную проблему, связанную с формированием имиджа. Хо-

тя построение имиджа региона - достаточно сложная задача, стоит сконцентрироваться на позиционировании Рязанской области от лица Николая Любимова.

Табл. 2. SWOT-анализ позиционирования Николая Любимова.

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> Успешный бэкграунд Любимова в Калужской области; Готовность к сотрудничеству с бизнес-сообществом, НКО, общественностью; Примеры успешных проектов по привлечению инвестиций в регион; Открытость, готовность развивать каналы коммуникации местных и региональных властей с жителями области. 	<ul style="list-style-type: none"> Отсутствие имиджевой отсылки от предыдущего губернатора Ковалёва; Отсутствие презентации команды Любимова, её целей, возможностей, навыков; Акцент на экономический, а не культурный потенциал региона. Низкий уровень освещаемости текущих проектов региона в СМИ; Негативный информационный фон в регионе; Низкий уровень ознакомления населения с реализованными задачами.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> Освещение громких проектов лично Н. Любимовым на персональном сайте, в интервью; PR Рязанской области на межрегиональном и федеральном уровнях с помощью детальных статей, передач, о готовящихся изменениях в области культурного наследия. 	<ul style="list-style-type: none"> «Невнятный» образ Н. Любимова, который начинает складываться у аналитиков, «губернатор-среднячок»; Появление ярких участников оппозиции.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫСТРАИВАНИЮ ИМИДЖА И ОЦЕНКА СТОИМОСТИ СТРАТЕГИИ

Основная задача, стоящая перед авторами данной статьи, связана с выработкой ряда рекомендаций, направленных на недопущение реализации потенциальных угроз и усиление сильных сторон Николая Любимова. В связи с этим, предлагаем таблицу, в которой описаны меры по усилению положительных сторон, которые впоследствии усилят именно региональные возможности.

Создание персонального сайта, пополнение информации в социальных сетях важно по нескольким причинам: во-первых,

действующий проект «Минпечать Рязань» по продвижению губернатора обезличен и имеет крайне маленькую аудиторию; во-вторых, за счет солидности можно выстроить имидж для федерального уровня, следовательно, набрать политический вес; в-третьих, это позволит отделить Любимова от экс-губернатора, преемственность с которым снижает личное позиционирование Николая Викторовича.

Контент-менеджер позволит увеличить аудиторию персональных страниц губернатора, кроме того, поможет сделать визуальный контент, необходимый для позиционирования, например, инфографику по результатам деятельности.

Табл. 3. Рекомендации по улучшения регионального и персонального имиджа губернатора Рязанской области.

№	Мера	Причины необходимости	Срок реализации	Стоимость
1	Создание персонального сайта Николая Любимова, обновление которого будет происходить в режиме реального времени. На сайте необходимо разместить информацию о команде ВРИО + привлечение на службу контент-менеджера.	Персональный сайт упростит поиск информации о готовящихся проектах, а также создаст положительный образ для федеральных аналитиков и экспертов.	1 неделя + ежедневное дополнение контента	10-15 тыс. руб. + обслуживание сайта (около 10 тыс. руб.) + 30 тыс. руб. – ежемесячная заработная плата контент-менеджера
2	Создание и наполнение единого новостного telegram-канала.	Контроль над региональной информационной повесткой, «перетекание» аудитории в один telegram-канал для концентрации внимания местных жителей (особенно молодежи) на наиболее благоприятных меседжах.	Постоянно	Бесплатно , часть функций по наполняемости может осуществлять контент-менеджер
3	Подготовка небольшого ролика «Рязанская область глазами губернатора», в котором об исторических объектах региона расскажет Н. Любимов от первого лица.	Ролик позволит показать туристическую Рязань (кластер Касимовский, Рязанский кремль, Константиново, Окский заповедник).	2 месяца	500 тыс. руб.
4	Создание фотовыставки «Рязань – глазами современных рязанцев», размещение в Касимовском комплексе + регулярное участие в федеральных фотовыставках.	Привлечение молодёжи в область возможно при создании образа красивого и уникального региона.	Постоянно	80 тыс. руб. – создание фотовыставки
5	Бесплатные экскурсии по городу, гидами которых станут региональные политики, актёры и др. известные люди.	Экскурсии позволят актуализировать образ туристической Рязани.	Раз в месяц	Бесплатно
				Итого: 625 тыс. руб.

Единый telegram-канал (ввиду простоты использования и популярности среди молодежи выбор пал именно на данный мессенджер), ежедневно публикующий выборку из публикаций региональных и местных СМИ, поможет, во-первых, наладить отношения с данными изданиями путем демонстрации их значимости, и тем самым, в среднесрочной перспективе развеять скептический настрой независимых региональных СМИ по отношению к губернатору, а во-вторых, управлять информационной повесткой. Помимо этого, при качественном наполнении он позволит «перетянуть» к себе аудиторию других рязанских каналов, что позволит передавать необходимые ин-

формационные послы от региональных властей напрямую жителям Рязанской области. В среднесрочной перспективе данный канал может стать самодостаточным источником собственных (правительственных) новостей.

Самая дорогая статья предложенных рекомендаций – создание ролика о Рязани от лица губернатора с той целью, чтобы у населения окончательно выстроилась ассоциация Николая Любимова с регионом. Для этого необходимо усилить акцент на том, что Рязань – дом губернатора (по аналогии с образом, выстраиваемом в некоторых интервью Любимова, затрагивавших тему се-

мьи). Более того, для туризма необходимо создание визуального ряда продуктов, чтобы туристам захотелось приехать в регион. Помимо ролика, необходимая часть в развитии культурной составляющей региона – фотовыставки и экскурсии, позволяющие обеспечить имидж туристического региона, активное культурное продвижение Рязанской области на федеральном уровне.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной статье было изучено внутреннее и внешнее позиционирование губернатора Рязанской области Николая Любимова, после чего даны рекомендации по улучшению имиджа. Основная проблема внутреннего и внешнего позиционирования заключается в отсутствии его яркой выраженности. Продолжение работы с предыдущей командой, последовательность политики О. Ковалёва негативно сказывается во внешней подаче материала, поскольку не видно знаковой разницы между предыдущим и нынешним губернатором.

Однако нынешний губернатор обладает неоспоримыми плюсами, которые помогут стать эффективным губернатором-менеджером. Положительный бэкграунд, опыт регионального управления в Калужской области и успехи в Рязанской области позволяют Николаю Любимову стать не только одним из самых эффективных управленцев по стране, но и общепризнанным губернатором.

Наши предложения по улучшению имиджа связаны с двумя частями: первая часть касается личного позиционирования губернатора и его команды, вторая часть позиционирование Рязанской области от лица Любимова, то есть создание бренда региона, который в настоящее время ассоциируется с плохими дорогами и экономическим упадком. Персональный имидж стоит улучшить с помощью активного продвижения в социальных сетях и упора на графически оформленную аналитику, подготовленную командой Николая Любимова, доступную и

показательную для понимания рядовых жителей. Выстраивание регионального имиджа требует отдельной работы, но начать стоит с создание ролика о регионе глазами губернатора, который продемонстрирует привлекательность Рязанской области для инвесторов и туристов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аналитический обзор хода губернаторских кампаний в России // Информационный портал Минченко-консалтинг [Электронный ресурс] URL: http://www.minchenko.ru/netcat_files/userfiles/2/Obzory_gubery/Analiticheskiy_obzor_hoda_gubernatorskih_kampaniy_v_Rossii_Ch.2.pdf (Дата обращения: 18.07.17).
2. В ожидании чуда: на Рязанщину пришел калужский губернатор // Вести.RU [Электронный ресурс] URL: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=2907688#> (Дата обращения: 18.07.17).
3. Голованов С.Р. Политическое позиционирование как форма политической коммуникации // Система ценностей современного общества. -2012-. № 26, стр.64-68.
4. Егоршин А.П. Управление персоналом: Учебник для вузов. - Н. Новгород: НИИМБ, 2001.-720 с.
5. «Единая Россия» выдвинула Николая Любимова кандидатом в губернаторы Рязанской области // Коммерсантъ [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3325544> (Дата обращения: 25.09.2018).
6. Емец Валерий Сергеевич // Правительство Рязанской области [Электронный ресурс] URL: <https://www.ryazangov.ru/governmentro/list/848/> (Дата обращения: 11.09.2018).
7. Зачем Николай Любимов показательно порет Олега Булекова // Информационный портал «Новая газета» - Рязань [Электронный ресурс] URL: <http://novgaz>

- rzn.ru/nomer20072017_27/3130.html (Дата обращения: 19.07.17).
8. Кудашова Ю.В. Позиционирование как технология формирования конкурентоспособной позиции региона в политическом пространстве // Вестник Башкирского университета. -2012. - №10.- стр. 125-134.
 9. Кудашова Ю.В. Роль и значение массовой коммуникации в политическом позиционировании региона // Вестник Башкирского университета. -2011. - №8.- стр. 125-134.
 10. Матюненко Ю.А. Политическое позиционирование губернаторов: кейс Кировской области // Бизнес. Общество. Власть. 2018. № 27. С. 163-178.
 11. МедиаИндекс // Медиалогия [Электронный ресурс] URL: <http://www.mlg.ru/about/technologies/#mediaindex> (Дата обращения: 25.09.2018).
 12. Медиарейтинги губернаторов // Медиалогия [Электронный ресурс] URL: <http://www.mlg.ru/ratings/vlast/governors/> (Дата обращения: 25.09.2018).
 13. Медиарейтинг губернаторов-блогеров. Август 2018 // Медиалогия [Электронный ресурс] URL: <http://www.mlg.ru/ratings/vlast/governors/governors-blogers/6260/> (Дата обращения: 18.09.18).
 14. Мескон М.Х., Альберт М, Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. - М.: Дело, 1992.-702 с.2.
 15. Новый глава Рязанской области: я не сторонник рубить с плеча для России-24 / Информационный портал YouTube [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WANBGK7-kpo> (Дата обращения: 18.07.17).
 16. Поговорим. Гость программы Николай Любимов для ТКР // Информационный портал YouTube [Электронный ресурс] URL: <https://www.youtube.com/watch?v=n11M7eolukw> (Дата обращения: 18.07.17).
 17. Политбюро 2.0 и губернаторский корпус. 29 сентября 2017 года // Минченко Консалтинг [Электронный ресурс] URL: http://www.minchenko.ru/netcat_files/userfiles/2/Dokumenty/PB_2.0_I_GUBERNATORSKIY_KORPUS_29.09.pdf (Дата обращения: 29.09.2018).
 18. Рейтинг губернаторов // Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» [Электронный ресурс] URL: <http://russia-rating.ru/info/category/governators> (Дата обращения: 14.09.2018).
 19. Рейтинг политической устойчивости губернаторов Госсовет 2.0. Сентябрь 2018 года // Минченко Консалтинг [Электронный ресурс] URL: http://www.minchenko.ru/netcat_files/userfiles/Gossovet_2.0_sentyabr_2018_final1.pdf (Дата обращения: 29.09.2018).
 20. Рейтинг Фонда «Петербургская политика» за июнь 2018 года // Фонд «Петербургская политика» [Электронный ресурс] URL: <https://fpp.spb.ru/fpp-rating-2018-06> (Дата обращения: 23.09.18).
 21. Республика Адыгея и Рязанская область заключили соглашение о сотрудничестве // Коммерсантъ [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3628356?query=Николай%20Любимов> (Дата обращения: 25.09.2018).
 22. Рязанский губернатор в интервью "России 24" о своих успехах и неудачах // Вести.RU [Электронный ресурс] URL: <https://www.vesti.ru/videos/show/vid/770118/> (Дата обращения: 30.09.2018).
 23. Рязанскую счетную палату возглавит уволенный за нарушения аудитор из Калуги // АиФ-Рязань [Электронный ресурс] URL: http://www.rzn.aif.ru/politic/ryazanskuyu_schetnuyu_palatu_vozglavit_uvolennyu_zanarusheeniya_auditor_iz_kalugi (Дата обращения: 06.09.2018).
 24. Сведения о проводящихся выборах и референдумах // Избирательная комиссия

- Рязанской области [Электронный ресурс] URL: http://www.ryazan.vybory.izbirkom.ru/region/region/ryazan?action=show&root=1&tvd=2622000745276&vrn=2622000745272®ion=62&global=&sub_region=0&prver=0&pronetvd=null&vibid=2622000745276&type=222 (Дата обращения: 07.09.2018).
25. Смирнов К. В губернаторы без спешки // Вид сбоку [Электронный ресурс] URL: <http://vidsboku.com/articles/v-gubernatory-bez-speshki> (Дата обращения: 19.07.17).
26. Траут Д., Ривкин С. Новое позиционирование. – Питер, 2007.
27. Филатов А. Ю. Модели политической конкуренции // Вопросы экономики и управления. – Иркутск: ИГУ. – 2010. – С. 1-16.
28. Фонд «Петербургская политика» [Электронный ресурс] URL: <https://fpp.spb.ru> (Дата обращения: 23.09.18).
29. Черникова Наиля Абдуловна // Правительство Рязанской области [Электронный ресурс] URL: <https://www.ryazangov.ru/governmentro/195416/> (Дата обращения: 11.09.2018).
30. 100 дней. Рязанская область. Николай Любимов. Специальный репортаж Дениса Арапова // Информационный портал YouTube [Электронный ресурс] URL: https://www.youtube.com/watch?v=_0qElCJsUgw (Дата обращения: 18.07.17).
31. 16 мая на межрегиональном форуме «Производительность 360» Губернатор Николай Любимов представил опыт Рязанской области по внедрению принципов бережливого производства // Правительство Рязанской области [Электронный ресурс] URL: <https://www.ryazangov.ru/governor/event/219273/> (Дата обращения: 25.09.2018).

A YEAR AFTER ELECTIONS: POLITICAL POSITIONING OF THE RYAZAN GOVERNOR NIKOLAY LYUBIMOV

Matyunenko Yulia - Research Assistant of the Research and Education Laboratory of Business Communications Study of the National Research University - Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya Ulitsa, Moscow, 101000, Russia. E-mail: yumatyunenko@hse.ru.

Goncharova Natalia - Expert of the Research and Education Laboratory of Business Communications Study of the National Research University - Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya Ulitsa, Moscow, 101000, Russia. E-mail: nagoncharova@hse.ru.

Ryazan Region is one of the Russian regions that has deeply stagnated over the past decade. To solve this problem, the federal authorities often attract the governors-«varyags», effective regional managers, who have proven themselves in the leadership of other regions of the Russian Federation. Nikolay Lyubimov, one of the authors of the «Kaluga economic miracle», appointed firstly as an officer-in-charge of governor and then elected as a governor of the Ryazan Region, is such kind of «manager». In this article, the authors try to identify the strengths and weaknesses of both the external and internal political positioning of the new governor Nikolai Lyubimov after more than 1.5 years of being at the helm of Ryan region by use of discourse analysis and also to develop recommendations to improve the image of the governor and the growth of his political stability.

Key words:

Political positioning, Ryazan Region, gubernatorial election, image formation, region presentation, regional elites, discourse analysis.

ЖИЗНЕННЫЕ ТРАЕКТОРИИ И МИГРАЦИОННЫЕ НАСТРОЕНИЯ МОЛОДЕЖИ НА ПРИМЕРЕ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Лещенко О.В.¹⁰

В рамках экспедиции научно-учебной лабораторий исследований в области бизнес-коммуникаций был проведен анкетный опрос студентов рязанских высших учебных заведений, обучающихся по строительным, информационно-технологическим, медицинским и некоторым другим направлениям. Анкета состояла как из закрытых, так и из открытых вопросов. Студенты поделились своим мнением о существующих традициях в регионе, в какой сфере они видят свою будущую работу, где они бы хотели этим заниматься, почему они хотят или не хотят оставаться в Рязанской области, какие существуют проблемы в регионе и что могло бы изменить ситуацию. Одна треть студентов отметила желание работать в сфере бизнеса, что не соответствует основным образовательным профилям студентов, также больше половины хотели бы уехать в будущем из Рязани.

Ключевые слова:

Социология, миграция молодежи, социология миграции, социология молодежи, исследование молодого поколения.

¹⁰ Лещенко Ольга Витальевна - стажер-исследователь научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: Ovleschenko@edu.hse.ru.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Сегодня российская молодежь в лице студентов все больше становится склонной к тому, чтобы уехать из родного города туда, где больше возможностей. По данным опроса ВЦИОМ 2017 года, 25% молодежи от 18 до 25 лет отмечали желание уехать за рубеж, при том, что в целом всего 10% россиян хотели бы эмигрировать [5]. Через год, в 2018 году, уже 31% молодых людей думают о переезде, а в целом по населению этот процент остался неизменным [6]. Кроме эмиграции, также существует миграция внутри России, из более мелких городов в более крупные. Большой пласт исследований посвящен миграции из сел или малых городов России в региональные и федеральные центры и, в частности, в Москву и Санкт-Петербург, так как контраст возможностей как образовательных, так и трудовых очевиден [2]. Но миграция существует и из крупных региональных центров в Москву и Санкт-Петербург. Каковы причины переезда из развитого крупного города в еще более крупный, куда едут со всей России? Ответ на этот и другие вопросы будет дан в этой статье на примере исследования мнений студентов Рязанской области.

Особенностью данного исследования, в отличие от некоторых других, является в первую очередь то, что ранее опубликованные работы отмечали тенденцию большей части молодежи уезжать с целью обучения, что происходит еще в 18-19 лет [3]. Однако, отток молодежи может происходить и уже после обучения в университете, именно поэтому нашим эмпирическим объектом являлись не школьники, которые только готовятся поступать в университет и их выбор, как и причина, основаны на образовательных возможностях, а уже проходящие обучение в рязанских высших учебных заведениях студенты. Таким образом, мы ответим на вопрос, почему студенты хотят сменить место

жительства, хотя уже учатся в университете, где могут проходить практику и устанавливать деловые контакты в родном городе?

Более того, мы рассмотрим соответствие тех сфер деятельности, для которых обучаются студенты, и их будущие карьерные ожидания относительно места работы. Как можно объяснить смену направления после окончания обучения? Каковы образовательные и карьерные ориентиры студентов Рязани?

В нашем исследовании мы имеем дело с недостаточной изученностью жизненных ориентиров студентов Рязани и их отношению к миграции и родному городу. Для разрешения этой проблемы мы провели онлайн анкетный опрос с открытыми и закрытыми типами вопросов.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ РАМКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Миграция молодежи в студенческие годы связана, прежде всего, с необходимостью поступления в вуз, так как именно в это время исследования показывают пик миграционной активности молодых [9]. Более того, несмотря на нестабильную экономическую ситуацию, молодежь продолжают уезжать именно в целях обучения. Важным фактором миграции становится экономическое благосостояние региона, поэтому направления миграции и интенсивность потока могут в какой-то степени объяснять сложившуюся в регионе ситуацию в глазах молодежи.

Тенденция к миграции среди молодежи является обычным явлением в развивающихся странах [8]. Она происходит и внутри страны, и может выходить за ее пределы, являясь одним из этапов перехода к взрослой жизни. Основная цель миграции варьируется в зависимости от текущей ситуации в стране. Это может быть связано как с политикой, так и с определенными услови-

ями жизни на предыдущем месте пребывания. Если в более развитых странах переезд действительно может быть связан с тем, чтобы уехать от родителей и перейти к взрослой жизни, то в развивающихся странах студенты уезжают не только от родителей, но и от того качества жизни, включая образование, карьерные возможности, которые имеют место быть в их родном городе. Так, например, к переезду может мотивировать более высокий уровень научной деятельности или преподавания в другой стране или городе [4]. Какова нынешняя ситуация в Рязани на основе тех причин, которые студенты указывают в качестве основных при миграции?

Переходя к профилям образования студентов и их последующих карьерных ожиданий, стоит отметить, что образование и последующее соответствие рабочего места тому, на которое обучался студент, несомненно воздействует на миграционные настроения молодежи [11]. Так, если в будущем работа студента не соответствует профилю его образования, то он с большей вероятностью будет мигрировать, чтобы найти более совпадающую с его направлением обучения работу. Но совпадение профиля обучения и будущей работы все равно может приводить к миграции, хотя в этом случае с большей вероятностью это будет внутренняя миграция для установки контактов внутри страны, нежели внешняя за рубеж. Поэтому мы также спросили студентов об их профилях образования и будущих ожиданиях в карьере.

МЕТОДОЛОГИЯ

Исследование основано на не вероятностной стихийной выборке. В качестве основного критерия выбора респондентов выступает их принадлежность к категории студентов Рязани. Всего было опрошено 79 человек. Анкетный опрос проходил онлайн:

через преподавателей высших учебных заведений Рязани студентам была отправлена по почте ссылка на анкету.

Опрос прошли студенты следующих ВУЗов Рязани: Рязанского государственного археологического университета им. П.А. Костычева, Рязанского государственного медицинского университета им. И.П. Павлова, Рязанского государственного университета им. С.А. Есенина и Рязанского государственного радиотехнического университета. В университетах они обучаются по социальным, строительным, информационно-технологическим, экономическим и медицинским направлениям. Студенты поделились своим мнением о том, какие традиции существуют в регионе, в какой сфере они видят свою будущую работу, где они бы хотели этим заниматься, почему они хотят или не хотят оставаться в Рязанской области, какие существуют проблемы в регионе, и что могло бы изменить ситуацию.

ЧТО ЗНАЮТ СТУДЕНТЫ О РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Говоря о традициях, которые существуют в Рязани и Рязанской области, по мнению большинства (72,2%) студентов, существуют культурные и благотворительные традиции (22,8%) и традиции ведения бизнеса (13,9%). При этом пятая часть (17,7%) студентов считают, что в регионе нет никаких традиций. Подтверждением существования данных традиций, по мнению студентов, являются следующие мероприятия, проводимые в городе Рязани и в Рязанской области: «Ты-предприниматель», городские мероприятия культурного характера, исторические мероприятия на Кремлевском Валу, благотворительные акции – поездки в детские дома и помощь ветеранам, Парад Победы, Бессмертный полк, Масленица, мероприятия на Почтовой, ярмарки и тематические мероприятия в праздничные дни,

фестивали на Подбелке, Есенинские чтения, городские праздники, концерты, День ВДВ, День радио, фестиваль варенья, светские балы, Ночь музеев, День рождения Государственного музея-заповедника С. А. Есенина, День города, праздник Петра и Февронии.

Можно утверждать, что студенты рязанских университетов знают о многих праздниках своего региона. Переходя от традиций Рязанской области к карьерным устремлениям, мы спросили студентов о том, кем они видят себя в будущем.

КАРЬЕРНЫЕ ОРИЕНТИРЫ РЯЗАНСКИХ СТУДЕНТОВ

В будущем большинство студентов хотели бы работать в сфере бизнеса - 34,2%, также популярной является сфера образования и науки - 24,1%, далее следует сфера информационных технологий (ИТ) - 11,6%, государственная служба - 10,1% и медицина - 8,9%. Небольшое количество студентов отмечает и такие сферы, как архитектура, социальная сфера, культура и банковское дело. Такое разнообразие выбора будущих сфер деятельности может объясняться тем, что мы опрашивали студентов из высших учебных заведений разных направлений.

Предпочтение сферы бизнеса как приоритетного направления может говорить о том, что студенты Рязани выбирают сферу деятельности по принципу возможности получения более высокого дохода. Тем не менее, студенты также выбирают в качестве приоритетных сферу образования и науки и развивающуюся сферу информационных технологий, а также государственную службу и медицину, что может говорить о переходе или уже сформировавшейся ориентации не на прибыльность профессии, а на ее перспективы в будущем и статусность. Прежние исследования молодежи показывали, что такой переход в целом по России произошел еще раньше [1]. Мы наблюдаем

то, что в Рязани 1/3 студентов ориентирована на доходность сферы профессиональной деятельности. Э может быть расценено как особенность рязанской молодежи, 10% которой показали знание именно традиций бизнеса в регионе.

ОТНОШЕНИЕ К МИГРАЦИИ У РЯЗАНСКИХ СТУДЕНТОВ

Если говорить о миграционной ориентированности рязанской молодежи, то 41,8% хотели бы работать в Рязани и Рязанской области, то есть, остаться на родине, 27,9% хотят уехать в Москву, 15,2% за рубеж и 10,1% в другой регион России. Тот факт, что больше половины опрошенных студентов планируют уехать из Рязанской области после окончания обучения, не является уникальным. Исследования миграции молодежи показывают, что желание переехать из родного города может быть одним из этапов перехода молодежи к взрослой жизни. Также это стремление к более высокому уровню жизни, а также возможность обеспечить лучшие условия жизни родителей [8].

Среди причин, по которым студенты Рязани и Рязанской области решают остаться, были названы следующие: привлекательность города, комфорт, спокойствие, красивые места, то, что это их родина, потому что здесь живут друзья и родственники, нет смысла менять место жительства, меньше конкуренция, чем в Москве, развитие родного региона, любовь к Есенину, архитектура города, развитая инфраструктура, продолжение дела родителей и наличие возможностей для развития практически в любых сферах.

С другой стороны, больше половины студентов хотели бы в будущем уехать из Рязани и Рязанской области из-за малого количества возможностей, низкого спроса на некоторые кадры и невысокой заработной платы, плохо развитой инфраструктуры го-

рода, желания увидеть мир, большого количества нежелательных знакомых, ввиду размера города, климата, больших перспектив в Москве, отсутствия будущего, небольшого количества развлекательных мероприятий, идеологических соображений, из-за того, что в другой стране больше возможностей, слабой развитости образовательной среды в регионе, отсутствия связей и наличия сложностей в поиске работы. Можно отметить, что студенты по-разному воспринимают реальность и ситуацию в регионе. Так, для одних существует большое количество возможностей и в Рязанской области, другие не наблюдают их и предпочитают переехать в Москву, за рубеж или другой город России.

ПОЧЕМУ СТУДЕНТЫ ХОТЯТ УЕХАТЬ ИЗ РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Для того, чтобы охарактеризовать ситуацию в регионе глазами студентов, мы спросили, какие проблемы есть в регионе, по их мнению?

Так, студентами Рязани и Рязанской области были выделены следующие проблемы:

- Качество дорог.
- Хаотичная точечная многоэтажная застройка.
- Некомпетентность власти.
- Сложности при трудоустройстве.
- Отсутствие реального сектора экономики.
- Слабая инвестиционная политика.
- Коррупция.
- Большое количество мусора в лесу, водоемах, на лугах.
- Недостаточная развитость инфраструктуры.
- Низкий уровень доходов.
- Текущее состояние улиц.
- Недостаточное количество зелени.
- Бедность.

- Слабая реализация социальных программ.
- Отсутствие спортивных площадок.
- Загрязнение воздуха промышленными выбросами.
- Плохая поддержка малого бизнеса.
- Мало освещения вне центральных улиц
- Недоступность бесплатной медицины.
- Невывоз мусора, малое количество урн.
- Ужасное состояние большинства больниц.
- Отсутствие диалога местной власти и народа.
- Отсутствие развлекательной среды.
- Малое количество парков для культурного времяпровождения.
- Ущемление малого бизнеса.
- Большие ставки по кредитам.
- Криминал.
- Грязные улицы.
- Недостаточность финансирования системы образования.
- Не сохранение культуры.
- Загруженный трафик.
- Устаревший общественный транспорт.
- Небрежное отношение к историческим зданиям.
- Малое количество зеленых скверов.
- Высокие цены.
- ЖКХ.

Выделенные проблемы можно упорядочить, разделив на *экологические* (большое количество мусора в лесу, водоемах, на лугах, недостаточное количество зелени, загрязнение воздуха промышленными выбросами); *инфраструктурные*, а именно благоустройство улиц: качество дорог, текущее состояние улиц, мало освещения вне центральных улиц, невывоз мусора, малое количество урн, озеленение город (мало зеленых скверов); места для проведения отдыха: малое количество парков для культурного

временипровождения, отсутствие развлекательной среды; *сохранение культурного наследия*: небрежное отношение к историческим зданиям; *экономические*: высокие цены, большие ставки по кредитам, низкий уровень доходов, сложность с трудоустройством, бедность; *политические*: ущемление малого бизнеса, отсутствие диалога местной власти и народа» некомпетентность власти; *транспортные*: устаревший общественный транспорт, загруженный трафик, а также проблемы с состоянием медицинской сферы, финансированием образования и коррупция.

В заключении студенты ответили на вопрос, какие меры могли бы изменить ситуацию в регионе? Некоторые студенты отметили, что никакие меры не помогут региону измениться, либо они не знают, что могло бы помочь. Другие предложили ряд возможных решений, которые также можно разделить по категориям, аналогичным проблемам. Во-первых, политические: сменить власть, построить конструктивный диалог между властью и жителями, уменьшить зарплаты депутатам, ввести жесткий контроль за исполнением полномочий, ликвидировать коррупцию, вести более открытую политику, увеличить финансирование региона, изменить структуру и увеличить финансирование сферы образования; во-вторых, *экономические*: изменить инвестиционную политику, наладить производство, поддерживать малый бизнес, повысить заработную плату, увеличить количество рабочих мест, не требующих опыт работы, создать больше рабочих мест, организовать помощь в трудоустройстве от ВУЗа, развивать промышленность, открывать новые предприятия; в-третьих, *экологические*: привести в порядок ситуацию с мусором, посадить больше зелени, убирать улицы города, сортировать отходы, уменьшить количество заводов, построить сооружения, направленные на поддержание нормального уровня

окружающей среды, чаще проводить субботники. Также *решения, связанные с благоустройством и градостроительством*: выделить деньги на модернизацию города и грамотно их распределить, улучшить дороги; повысить технологии при строительстве дорог, провести реконструкцию парков, предоставлять гарантию при строительстве дорог, установить урны, ухаживать за парками и достопримечательностями, повысить качество дорожного покрытия, бережнее относиться к зданиям, реконструировать их, увеличить автобусный парк и убрать маршрутки, привлекать в регион специалистов по урбанистике, архитектуре, благоустройству общественных пространств; и *относящиеся к досуговым мероприятиям*: организовывать больше спортивных мероприятий

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование студентов в Рязанской области показало, что в большинстве случаев они знают о традициях региона. Более того, могут назвать много праздников, проходящих в регионе, отмечая, что 1/10 традиций относится к сфере бизнеса. Что касается карьерных ориентиров студентов, то в основном они хотели бы работать в сфере бизнеса, но также популярной является сфера образования и науки, и в меньшей степени информационные технологии, государственная служба и медицина. При этом так как основная масса опрошенных студентов обучается на направлениях информационных технологий и медицины, мы можем говорить о наличии несоответствия направления образования и будущих ожиданий места работы. В первую очередь, приоритетность сферы бизнеса может говорить о стремлении рязанских студентов к доходной профессии, которая в целом по России постепенно отходит на второй план. Но, интерес к другим сферам деятельности у большинства студентов тоже есть, что может объяснять транзитивность рязанской моло-

дежи к ценности перспектив и «статусности» будущей карьеры, а не денег. Во-вторых, несоответствие профиля и карьерных ожиданий могут указывать на возможность высокого уровня миграции среди молодежи из региона.

Говоря о миграции, больше половины опрошенных студентов отметили свое желание уехать из Рязанской области. Самым популярным направлением стала Москва (1/3), а за рубеж - немного больше 1/10 и 1/10 предпочла бы уехать в другой регион России. Такой перекоп в сторону столицы может говорить о видении студентов больших перспектив в Москве, о которых говорят и все-российские исследования. Отличия внутренней и внешней миграции, о которых шла речь в теоретическом обзоре статьи, в ситуации России являются более сложно объяснимыми, так как помимо возможной миграции за рубеж и в другой регион России, есть Москва как центр притяжения большого количества ресурсов. Возможно, в российских реалиях стоит сравнивать стремление переехать в Москву со стремлением уехать за рубеж, так как причиной является именно более высокий уровень благосостояния, а также лучшие условия и возможности работы.

В будущем, изучая студенчество Рязанской области, необходимо обратить внимание на такую демографическую характеристику студентов, как их место рождения и проживания до начала обучения в рязанском университете. Данное уточнение поможет глубже и более достоверно объяснить нынешние миграционные настроения и ориентиры. Так, более ранние исследования показывают, что происхождение молодых людей может оказывать воздействие на их дальнейшие траектории намного больше, чем внутренний свободный выбор [10]. Сформировавшийся в результате социализации до университета «габитус» может

объяснить современные миграционные практики.

Более того, гендерные характеристики могли бы показать нам половые различия в причинах и мотивах миграции в Рязанской области, так как предыдущие исследования в других странах показывали важные различия в миграционном подходе среди мужчин и женщин [7].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горшков М. К. и др. Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты // Информационно-аналитический бюллетень Института социологии Российской академии наук. - 2007. - №. 4. - С. 4-95.
2. Денисенко М., Чудиновских О. Где хотят жить выпускники российских вузов? // Демоскоп Weekly, №119-120 [Электронный ресурс] URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2003/0119/tema02.php> (Дата обращения: 28.09.2018).
3. Мкртчян Н. В. Миграция молодежи из малых городов России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. - 2017. - №. 1 (137).
4. Цапенко И. П. Международная миграция ученых и студентов: возможности государственной политики // Вопросы государственного и муниципального управления. - 2007. - №. 2-3.
5. Эмиграционные настроения россиян-2017. Пресс-выпуск №3411 // ВЦИОМ [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116299> (Дата обращения: 28.09.2018).
6. Эмиграционные настроения россиян-2018. Пресс-выпуск №3702 // ВЦИОМ [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9187> (Дата обращения 28.09.2018).

7. Beegle K., Poulin M. Migration and the transition to adulthood in contemporary Malawi. – The World Bank, 2012.
8. Juárez F. et al. Youth migration and transitions to adulthood in developing countries. – 2013.
9. Kashnitsky I., Mkrtchyan N., Leshukov O. Interregional youth migration in Russia: a comprehensive analysis of demographic statistical data // Вопросы образования. – 2016. – №. 3.
10. Rye J. F. Youth migration, rurality and class: a Bourdieusian approach // European Urban and Regional Studies. – 2011. – Т. 18. – №. 2. – С. 170-183.
11. Quinn M. A., Rubb S. The importance of education-occupation matching in migration decisions // Demography. – 2005. – Т. 42. – №. 1. – С. 153-167.

LIFE TRAJECTORIES AND MIGRATIONAL MOOD OF YOUTH: CASE OF RYAZAN REGION

Leschenko Olga - Research Assistant of Research and Education Laboratory of Business Communications Study of the National Research University - Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya Ulitsa, Moscow, 101000, Russia. E-mail: Ovleschenko@edu.hse.ru.

During the research expedition of the research and study laboratory for studies in business communication, the survey of Ryazan undergraduate students was made studying building construction, information technologies, healthcare et al. The questionnaire consisted of open and close-ended questions. Students shared their opinion on existing traditions in the region, in which sphere they would like to work in the future, where they would like to do it, why they wanted or not to stay in Ryazan region, which problems were in the region and what could change the situation. One-third of the students would like to work in business, which does not match their main educational profile. Also, more than half of the students would like to leave Ryazan in the future.

Key words:

Sociology, youth migration, sociology of migration, sociology of youth, research of youth.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Орлов Игорь Борисович – д.и.н., профессор, Заместитель руководителя департамента политической науки, Заместитель заведующего научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ.

Гончарова Наталия Александровна – эксперт Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ, студентка 1-го курса магистерской программы «Прикладная политология».

Лещенко Ольга Витальевна – стажер-исследователь Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ, студент 1-го курса магистерской программы «Комплексный социальный анализ».

Матюненко Юлия Алексеевна – стажер-исследователь Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ, студентка 1-го курса магистерской программы «Доказательная образовательная политика».

Степанов Антон Александрович – эксперт Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ, студент 1-го курса магистерской программы «Прикладная политология».

ПАМЯТКА ДЛЯ АВТОРОВ

ЖУРНАЛА «БИЗНЕС. ОБЩЕСТВО. ВЛАСТЬ»

Уважаемые авторы! К публикации принимаются научные статьи объемом не более 1,5 п.л. и рецензии объемом не более 0,5 п.л. Помимо основного текста, статья должна включать в себя следующие обязательные элементы:

- Название статьи
- Фамилия, инициалы автора
- Аннотация
- Ключевые слова
- Список литературы

Ключевые слова выделяются курсивом, фамилия и инициалы автора, заголовки статьи выделяются жирным шрифтом. Допускается выделение ключевых идей в статье жирным шрифтом. ФИО автора, название статьи, аннотация и ключевые слова должны быть продублированы на английском языке.

Шрифт – «Book Antiqua», размер: основной текст - 12 pt, через 1 интервал; название статьи – 18 pt, фамилия и инициалы автора - 14 pt, через 1 интервал, абзац 1,0 см, все поля по 2 см. Интервал перед абзацем – 0 pt, после - 6 pt. Выравнивание текста по ширине. Отступ для красной строки составляет 1,25 см. Верхнее и нижнее поля составляют 2 см, правое и левое – 1,25 см.

Сокращения, условные обозначения и цитаты оформляются в соответствии с общепринятыми стандартами (ГОСТ Р 7.0.5–2008).

Нумерация формул, рисунков, таблиц – единая, сквозная по всему тексту.

При написании статьи используются затекстовые ссылки, которые оформляются в квадратных скобках ([3] или [3, 15]), где первое число указывает на номер источника в списке литературы, а второе – страницу, на которую ссылается автор.

Список должен быть выполнен в соответствии с требованиями ГОСТа. В начале списка в алфавитном порядке указываются источники на русском языке, затем – источники на иностранных языках. Образцы оформления источников в списке литературы:

1. Лопатина Е. И. GR-менеджмент как современный инструмент управления взаимодействием бизнеса с органами власти // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 41. – С. 150–154.

2. Официальный сайт Центра по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти [Электронный ресурс] URL: //http://www.gr-center.ru/ (Дата обращения: 15.04.2017).

На отдельном листе указывают полностью имена, отчества и фамилии авторов, ученая степень и ученое звание, должность и место работы, рабочий и контактный телефоны, электронные адреса. Данная информация представляется на русском и на английском языках.

Окончательный документ электронной версии статьи должен иметь расширение docx.

Приглашаем к сотрудничеству всех заинтересованных авторов!

Научно-учебная лаборатория бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ

Отв. секретарь журнала Гончарова Наталия Александровна nagoncharova@edu.hse.ru