

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ МИНЧАН МЕТОДОМ КООРДИНАТНОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Исследованы уровень и содержательная специфика деловой активности социальных групп руководителей и предпринимателей столичного региона как наиболее экономически активных социальных субъектов. Показатели деловой активности этих субъектов сопоставлены с аналогичными показателями остальных минчан. В работе использован метод координатного социологического моделирования, представлен пошаговый алгоритм применения данного метода. Проведена оценка основных факторов и построена координатная модель деловой активности руководителей и предпринимателей. На основе данной модели сформулированы выводы о характере деловой активности указанных социальных субъектов.

The aim of this article is to explore the level and content of the specific economic activity of social groups of managers and entrepreneurs in the capital region as the most economically active social actors. Indicators of economic activity of these agents were compared with similar indicators of other Minskians. In the study the space axes modelling is used, step-by-step algorithm of using this method is presented. The space axes model of economic activity of managers and entrepreneurs is built. On the basis of this model conclusions about nature of economic activity of the specified social agents are formulated.

Введение

В предметном плане актуальность проведения социологических исследований уровня и качественных характеристик деловой активности жителей того или иного региона обусловлена необходимостью выработки и целенаправленной реализации органами государственного управления обоснованной региональной социально-экономической политики. Такая политика должна включать грамотно выстроенную и содержательно адекватную информационную работу с различными социально-профессиональными группами населения. Необходимо самое тесное взаимодействие органов власти со средствами массовой информации в объективном освещении актуальных вопросов, касающихся организации жизнедеятельности граждан. Важно в мониторинговом режиме отслеживать и своевременно реагировать на возможные изменения в общественном сознании, чтобы поддерживать положительные тенденции в поведении представителей разных социальных групп и минимизировать риски развития негативных сценариев в социальном взаимодействии. Для содержательного раскрытия заявленной темы в качестве исследовательской площадки был выбран г. Минск как наиболее крупный центр деловой активности в Республике Беларусь. В процедурном аспекте в качестве аналитического инструмента был избран социологический метод координатного моделирования, который успешно зарекомендовал себя в процессе реализации предыдущих авторских исследований, в которых были изучены различные аспекты деловой активности коллективных хозяйствующих субъектов [1].

Основная часть

В качестве эмпирической базы для проведения социологического анализа деловой активности минчан используем результаты НИР «Социологическое исследование общественного мнения жителей г. Минска о социально-экономических проблемах города, деятельности местных исполнительных и распорядительных органов власти»,

проведенного Минским научно-исследовательским институтом социально-экономических проблем (МНИИСЭП) по заказу Минского городского исполнительного комитета в мае 2014 г. (руководитель – И. А. Яковлева; автор – научный консультант и заместитель председателя Ученого совета МНИИСЭП).

В рамках указанного исследования методом поквартирного анкетирования были опрошены 1095 минчан. Из них 1078 человек указали свой социально-профессиональный статус, который мы применим как дифференцирующий признак. Выделим три группы респондентов, которые будут соответствовать трем социальным субъектам действия: «Руководители», «Предприниматели» и «Остальные минчане». Первые два субъекта предположительно должны отличаться наиболее высоким уровнем деловой активности, поэтому они представляют для нас особый интерес. Третий субъект («Остальные минчане») нужен нам для сравнения. Распределение респондентов по выделенным группам выглядит следующим образом: 82 руководителя, 63 предпринимателя и 933 человека с иным социально-профессиональным статусом. К сожалению, «паспортичка» не предполагала выделения в особую группу государственных служащих, поэтому мы не имели возможности включить их в процесс моделирования как отдельного социального субъекта.

Первый показатель, который характеризует деловую активность социальных субъектов, – это осведомленность участников взаимодействия о деятельности Минского городского Совета депутатов. Меру этой осведомленности можно оценить на основе эмпирических данных, представленных в табл. 1. Почему этот показатель вводится в модель? Дело в том, что «в соответствии со статьей 121 Конституции Республики Беларусь к исключительной компетенции (выделено мной. – Примеч. авт.) Мингорсовета относятся: утверждение программ экономического и социального развития, бюджета г. Минска и отчетов об их исполнении; установление местных налогов и сборов; определение порядка управления и распоряжения

коммунальной собственностью; назначение местных референдумов; утверждение кандидатуры председателя Минского городского исполнительного комитета, назначаемого Президентом Республики Беларусь; избрание 8 членов Совета Республики Национального собрания Республики Беларусь от города Минска» [2]. Таким образом, именно Совет депутатов как законодательный орган государственного управления регионального уровня выступает стратегом, который задает нормативные и финансовые рамки, в которых хозяйствующие субъекты осуществляют свою деловую активность. Получается, что осуществлять деловую активность в столице Беларуси, не зная о решениях Совета, – все равно, что пускаться в кругосветное плавание на утлом суденышке, не зная лоции, течений, ветров и мелей. Вне всякого сомнения, при таких условиях далеко не уплывешь.

Таблица 1

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Известно ли Вам о деятельности Минского
городского Совета депутатов?», %**

Ответ	Руководители	Предприниматели	Остальные минчане
Да, мне хорошо известны полномочия и направления деятельности	12,8	12,7	10,4
Да, я кое-что знаю о деятельности депутатов	46,2	34,5	38,0
Нет, практически не знаком(а) с деятельностью Минского горсовета	28,2	34,5	34,9
Затрудняюсь ответить	12,8	18,3	16,7

Если выполнить процедуру снижения размерности имеющихся данных, можно сконструировать и рассчитать *показатель информированности* для каждой группы (в диапазоне от -1 до +1). Его значение для группы руководителей составит +0,088 (чуть выше срединной отметки шкалы), для группы предпринимателей: -0,056 (это уже «ниже нуля»), а для обычных минчан – еще ниже: -0,066. Если осведомленность субъектов о деятельности Минского городского Совета депутатов рассматривать как фактор деловой активности этих субъектов и при этом следовать логике, что чем выше осведомленность, тем сильнее положительное влияние данного фактора, то количественная оценка степени его активизации такова: применительно к группе руководителей – 54,4 %, для группы предпринимателей – 47,2 % от теоретически возможной «мощности» указанного фактора, а для всех остальных минчан степень его активизации составляет 46,7 %. В последнем случае социально-информационный механизм не дотягивает даже до половинной мощности от максимально возможной.

Второй показатель деловой активности социальных субъектов – их заинтересованное участие в процессе формирования местных органов власти. Наиболее доступная легитимная форма такого участия – выборы. Как видно из данных, представленных в табл. 2, в целом элек-

торальная активность минчан довольно неплохая, хотя и здесь имеются резервы. Пока каждый третий предприниматель не видит смысла участвовать в формировании местных органов власти. Анализ ответов предпринимателей на открытые вопросы по теме исследования показал, что одной из актуальных проблем в сфере деловых отношений между субъектами является проблема взаимного недоверия власти и бизнеса (или по крайней мере недостаточной степени доверия). Власть не верит, что бизнес может быть искренним. Бизнес не верит, что власть может быть непредвзятой. Единственный реальный способ разрешения этого противоречия – выстраивание положительных практик в совместной проектной деятельности. Необходимо целенаправленно формировать позитивные стереотипы взаимного восприятия, но их ни на словах, ни на бумаге не сформируешь. Записать можно, но они так и останутся только на бумаге. Реальные результаты можно получить исключительно в деле, поэтому нужно работать, работать и работать. Постоянно, вместе, успешно. Без обмана. Очень важно не менять условий (по крайней мере в сторону их ухудшения) в процессе двусторонней работы. Совместная деятельность в этом направлении позволит, во-первых, несколько снизить заметно более выраженное ощущение напряженности социального настроения в группе предпринимателей и в некоторой степени активизировать представителей этой группы в плане их вовлеченности в процесс формирования местных органов власти. Все это обусловит большую гармонизацию интересов социальных субъектов в сфере их деловой активности.

Таблица 2

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Принимали ли Вы участие в выборах в Минский
городской Совет депутатов?», %**

Ответ	Руководители	Предприниматели	Остальные минчане
Да	80,5	66,1	69,0
Нет	19,5	33,9	31,0

Примечание. Если электоральную активность социальных субъектов на местном уровне рассматривать как фактор их деловой активности, то степень активизации данного фактора в процентах применительно к каждому из рассматриваемых социальных субъектов отражают доли положительных ответов респондентов в разрезе выделенных групп.

Третий показатель – отношение к работе Минского городского исполнительного комитета. Здесь логика такова: чем лучше отношение, тем выше кредит доверия к столичной исполнительной ветви власти, а чем выше кредит доверия, тем комфортнее вести деловую активность на данной территории (табл. 3). Значение показателя работы МГИК (где -1 – «отрицательно», а +1 – «положительно») в оценках группы руководителей составило +0,455; предпринимателей: +0,410 (значение показателя по группе остальных граждан: +0,374). Соответственно степень активизации третьего фактора в процентах от его теоретического максимума для группы руководителей составило 72,5 %, для группы предпринимателей – 70,5 %, для остальных минчан – 68,7 %.

Таблица 3

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы в целом оцениваете работу Минского горисполкома?», %

Ответ	Руководители	Предприниматели	Остальные минчане
Положительно	20,0	11,5	15,6
Скорее положительно	42,5	54,1	39,4
Скорее отрицательно	3,8	8,2	9,0
Отрицательно	6,3	3,3	5,0
Затрудняюсь ответить	27,4	22,9	31,0

Интерес также представляют конкретные направления работы Мингорисполкома, по которым представители выделенных социальных групп отмечают положительную динамику (табл. 4). Как видно, наибольшее число положительных отзывов связано с благоустройством города и поддержанием санитарного состояния городских территорий. С одной стороны, безусловно, хорошо, что минчане видят и признают результаты работы местных органов власти в русле указанных направлений. В значительной мере этими результатами и объясняются достаточно высокие оценки работы МГИК в целом. С другой стороны, хотелось бы, чтобы с большей частотой отмечались успехи в тех сферах и областях хозяйственной деятельности, где потенциал делового взаимодействия социальных субъектов задействован далеко не в полной мере. Это, например, промышленность, здравоохранение, жилищно-коммунальное хозяйство и др. Для этого нужны конкретные, стабильно положительные результаты работы, которые нашли бы адекватное отражение в общественном сознании горожан.

Таблица 4

Распределение ответов респондентов на вопрос: «По каким направлениям Вы бы отметили положительную динамику в работе Мингорисполкома?», %

Ответ	Руководители	Предприниматели	Остальные минчане
В сфере промышленности	7,9	6,8	7,5
В торговле	5,3	20,3	13,6
В бытовом обслуживании населения	13,2	22,0	12,8
В работе общественного транспорта	17,1	25,4	26,3
В здравоохранении	9,2	8,5	9,8
В образовании	13,2	8,5	7,6
В социальном обслуживании населения	13,2	8,5	10,5
В строительном комплексе	18,4	20,3	17,8
В работе ЖРЭО и ЖЭСов	7,9	5,1	6,0
В информировании населения о деятельности Мингорисполкома и планах по развитию Минска	2,6	8,5	7,2
В работе системы «Одно окно» и с иными обращениями граждан	15,8	22,0	19,8

В поддержании санитарного состояния города	42,1	39,0	37,7
В благоустройстве города	46,1	33,9	50,7
В обеспечении общественной безопасности	21,1	28,8	21,8

Четвертый показатель – активность экономического поведения [3, с. 105–109] рассматриваемых субъектов (табл. 5). Чтобы свести распределение ответов к одному для каждой из выделенных групп показателю активности и затем сравнить значения показателей, позиции номинальной шкалы нагрузим весовыми коэффициентами: для первого варианта ответа: +1; для второго: +0,5; для третьего: –0,5; для четвертого: –1. Получаем диапазон вариации значений показателя от –1 до +1. Значение показателя активности экономического поведения определяется как сумма произведений долей в распределении ответов по столбцу на соответствующие весовые коэффициенты, деленная на 100 %. Для группы руководителей получено значение +0,4515; для группы предпринимателей оно составило +0,6465; для остальных минчан значение равно +0,1500.

Таблица 5

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какого подхода Вы обычно придерживаетесь в решении Ваших материальных проблем?», %

Ответ	Руководители	Предприниматели	Остальные минчане
Стараюсь повысить уровень дохода (найти дополнительные источники, подработки или другую более высокооплачиваемую работу и т.д.)	35,4	46,8	19,2
В этой ситуации стараюсь привести в соответствие мои расходы с текущим уровнем доходов, рационально использовать имеющиеся средства (например, отложить крупные покупки на потом)	46,3	45,2	39,6
Вынужденно снижаю уровень своих потребностей (в питании, одежде, отдыхе и т.д.), вообще отказываюсь от некоторых статей расходов	9,8	6,5	34,4
У меня нет необходимости самостоятельно решать мои материальные проблемы (есть кому это взять на себя)	8,5	1,5	6,8

Соответственно «мощность» (здесь и далее по тексту понятия «мощность», «сила» и «степень активизации» применительно к факторам используются как синонимы из стилистических соображений) влияния фактора активности экономического поведения в процентах от его теоретически возможного максимума составляет для группы руководителей 72,6 %, а для группы предприни-

мателей – 82,3 % (для сравнения: в группе обычных минчан – 57,5 %).

Пятый показатель – самооценка материального положения субъектов (табл. 6). Мы исходим из того, что хорошее материальное положение является необходимой финансовой основой для налаживания конструктивного диалога и шире – эффективного взаимодействия, между субъектами. Это материальная сторона вопроса. Кроме того, хорошее материальное положение создает позитивные социально-психологические предпосылки для выстраивания стратегических, долгосрочных отношений с партнерами в условиях финансово-экономической стабильности и защищенности на уровне и в сфере своих бизнес-контактов. В народе справедливо говорят: «Бедный богатому не товарищ». Чтобы «говорить на одном языке» и мыслить сходными категориями, субъектам взаимодействия необходимо быть в одинаковой или примерно одинаковой материальной «весовой категории».

Таблица 6

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как Вы оцениваете свое материальное положение?», %

Ответ	Руководители	Предприниматели	Остальные минчане
Хорошее	20,7	12,7	4,5
Скорее хорошее	32,9	39,7	11,9
Среднее	37,8	42,9	53,6
Скорее плохое	6,1	3,2	17,8
Плохое	0,0	0,0	9,9
Затрудняюсь ответить	2,5	1,5	2,3

Показатель самооценки материального положения рассчитаем по 5-балльной шкале, где 1 – «плохое», 5 – «хорошее» материальное положение. Для группы руководителей получено значение 3,70 балла, для группы предпринимателей – 3,63 балла, для группы обычных минчан величина показателя составила 2,83 балла. Соответственно степень активизации пятого (имущественного) фактора в процентах применительно к руководителям фиксируется на уровне 74,0 %, для группы предпринимателей – 72,6 %. Для сравнения: аналогичный показатель по группе остальных минчан значительно уступает показателям в первых двух группах и составляет 56,6 %.

Шестой показатель – социальное настроение субъектов (табл. 7). Мы исходим из того, что деловая активность – это серьезный и достаточно сложный процесс. Согласно закону Йеркса–Додсона, который характеризует зависимость результативности деятельности людей от уровня их психической активации (возбуждения) [4, с. 21–23], процесс такого рода лучше организовывать и сопровождать в активном мотивационном режиме, но вместе с тем в психологически спокойной (не перевозбужденной) обстановке.

Значения показателя социального настроения от –1 до +1, где –1 – «напряженное», +1 – «спокойное» настроение, достигают следующих величин. Для группы руководителей показатель равен +0,507, для предпринимателей он составляет +0,347, для обычных минчан находится на уровне +0,451. Соответственно процентное выражение

позитивной силы фактора социального настроения выглядит следующим образом. Для группы руководителей – 75,4 %, предпринимателей – 67,4 %, обычных минчан – 72,6 %.

Таблица 7

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как бы Вы могли оценить преобладающее настроение жителей Минска?», %

Ответ	Руководители	Предприниматели	Остальные минчане
Спокойное	36,6	35,5	34,9
Скорее спокойное	41,5	27,4	38,6
Скорее напряженное	8,5	19,4	13,1
Напряженное	6,1	8,1	5,9
Затрудняюсь ответить	7,3	9,6	7,5

Расчет силы влияния всех факторов в единой системе координат позволяет выстроить их рейтинг по мере снижения мощности воздействия с указанием *сравнительного коэффициента силы влияния*, когда самому сильному фактору присваивается значение 1, а остальные обладают значениями коэффициента менее 1 (табл. 8). На основании данных табл. 8 (используем столбцы «сила, %») создадим координатную модель деловой активности руководителей и предпринимателей (см. рисунок). В техническом плане мы использовали формат диаграммы «клепестовая с маркерами» в программе *Microsoft Excel*. На основании построенных профилей, во-первых, можно сопоставлять особенности деловой активности выделенных социальных субъектов, во-вторых, количественно оценивать совокупную «мощность» всех учитываемых в модели факторов по сравнению с их теоретически максимальной мощностью, которую мы принимаем за 100%.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сформулировать следующие основные выводы. Анализ построенной координатной модели целесообразно проводить как по форме, так и по площади профиля(ей). Когда все факторы отличаются максимальной активизацией, маркеры значений факторов находятся на пиках шкал, составляющих систему координат, и профиль повторяет внешние границы системы. В этом случае реальная мощность факторов соответствует максимальной и равняется 100 %. В других случаях полезно оценить совокупную мощность факторов по разнице максимальной и реальной площадей. Проведенные нами расчеты величин площадей показывают, что совокупная мощность факторов, влияющих на уровень деловой активности руководителей, достигает 63,45 % от теоретически возможного максимума. Совокупная мощность факторов, влияющих на уровень деловой активности предпринимателей, составляет 56,72 %. Опираясь на расчетные данные и руководствуясь принципом обратной связи, можно сделать вывод о том, что деловая среда столицы в сравнительно большей степени настроена на самореализацию руководителей как деятельностных субъектов экономических отношений, нежели предпринимателей как наиболее экономически активных и инновационно мыслящих хозяйствующих субъектов.

Руководители			Факторы	Предприниматели		
Коэффициент	Сила, %	Рейтинговое место		Рейтинговое место	Сила, %	Коэффициент
0,677	54,4	6	Осведомленность о деятельности Минского городского Совета депутатов	6	47,2	0,574
1,000	80,5	1	Участие в выборах в местные органы власти	5	66,1	0,803
0,901	72,5	5	Отношение к работе МГИК	3	70,5	0,857
0,902	72,6	4	Активность экономического поведения	1	82,3	1,000
0,919	74,0	3	Оценка материального положения	2	72,6	0,882
0,937	75,4	2	Социальное настроение	4	67,4	0,819



Рисунок. Координатная модель деловой активности субъектов

Последние в сложившихся условиях компенсируют недостаточную работу иных факторов одним, имманентно присущим предпринимателям фактором – активностью экономического поведения предпринимателей – это естественно, правильно и хорошо. Но когда «естественность» *вынужденно* вытаскивает за собой общий средний уровень деловой активности, это не очень хорошо. Говоря языком автомобилистов, предпринимателям для поддержки деловой

активности на должном уровне приходится периодически двигаться «в режиме перегазовки». Другими словами, для успешного преодоления сложных (порой экстремальных) ситуаций при переключении передач они вынуждены моментально увеличивать обороты «двигателя», чтобы повышать его приемистость и чувствительность, избегая столкновений и удерживаясь на трассе в крутых поворотах. Все это, безусловно, повышает энергозатраты и увеличивает транзакционные издержки в ходе осуществления деловой активности.

В завершение темы отметим, что в создании благоприятных условий для осуществления деловой активности социальных субъектов в столичном регионе пока недостаточно используется информационный ресурс местных органов управления, в первую очередь – Совета депутатов. Небольшая наполненность подвыборки не позволяет нам утверждать, что подобные выводы репрезентативны для генеральных совокупностей руководителей и предпринимателей столицы, но в плане постановки проблемы мы вполне можем сказать, что серьезные вопросы здесь есть и их нужно решать. В пользу этой позиции говорит тот факт, что среди так называемой группы «остальных минчан» более половины не знакомы с деятельностью горсовета или затруднились как-либо оценить эту деятельность, а количество респондентов в данной подвыборке вполне достаточное (933 респондента), чтобы надежно экстраполировать полученные результаты на соответствующую генеральную совокупность горожан.

Список использованных источников

- См.: Кобяк, О. В. Особенности механизма инновационного процесса как проявление доминант культуры хозяйствования предприятия / О. В. Кобяк // Социология. – 2002. – № 1. С. 46–51; Кобяк, О. В. Маркетинговая ориентация белорусских предприятий: социологический анализ / О. В. Кобяк, Г. В. Рошчиненко. – Минск: Право и экономика, 2005. – 112 с.
- Минский городской Совет депутатов [Электронный ресурс] // Минский городской исполнительный комитет. – Режим доступа: <http://minsk.gov.by/ru/org/8630/>. – Дата доступа 11.01.2015.
- См.: Кобяк, О. В. Типология экономического поведения населения Беларуси в социологическом измерении / О. В. Кобяк // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2011. – № 948. – 272 с.
- См.: Дейнека, О. С. Экономическая психология / О. С. Дейнека. – СПб: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2000. – 160 с.