

ОБРАЩЕНИЕ К ЧИТАТЕЛЯМ

Уважаемые коллеги, партнеры, друзья и просто читатели!

Каждый новый номер нашего «СоциоДиггера» мы стараемся посвятить одной из наиболее проблемных и волнующих представителей самых разных целевых групп тем. Этот номер посвящен бизнесу. То, как себя чувствует и как адаптируется к текущей ситуации бизнес, — это не только о людях, у которых дело всей их жизни вдруг оказалось под угрозой выживания (или уже закрывших бизнес), миллионах работающих в коммерческих структурах, регуляторах. Это о каждом из нас, об изменениях в повседневных и коммуникационных практиках, об устойчивости или стремительном исчезновении еще вчера бывших привычными элементов культуры.

В этом выпуске мы постарались уйти от анализа статистических и экономических показателей, решив сконцентрироваться на доминирующих в бизнес-среде настроениях, выбираемых бизнес-стратегиях — как с точки зрения адаптации к внешним вызовам, так и с точки зрения управления внутренними ресурсами.

Сквозной темой ряда материалов выпуска стала государственная поддержка бизнеса. Для многих компаний введение моратория на банкротство, предоставление субсидий и выплат в период пандемии обеспечили возможность для выживания. Однако эксперты высказывают разные мнения относительно целесообразности и эффективности мер господдержки с точки зрения стимулирования бизнес-процессов и развития бизнеса.

Мы хорошо помним, как для ряда отраслей, наиболее пострадавших от пандемии, в 2020 г. были предусмотрены беспрецедентные меры поддержки. Исследовательская отрасль также пострадала — личные контакты с респондентами стали невозможны/ограничены, операторы колл-центров опасались выходить на работу, вирус выкашивал интервьюеров. Но... отрасль не вошла в число «официальных пострадавших» — и это стало толчком к стремительному внедрению новых технологичных решений, освоению онлайн-форматов коммуникаций с клиентами, подрядчиками и, конечно, респондентами, в онлайн перешли фокус-группы, стратегические сессии, экспертные дискуссии. Скорость появления и освоения новых инструментов многократно превысила динамику внедрения инновационных подходов во «вневирусной» реальности. Локдаун заставил многие бизнесы преодо-

леть инерцию воспроизведения старых моделей, вынудил стремительно приблизиться к тому, что совсем недавно относили к «будущему» индустрии. Еще один важный вопрос, связанный с характером развития бизнеса и делового климата, на котором остановились наши эксперты, — это репутационный капитал компаний. Мы являемся свидетелями важнейшего гуманитарного тренда в бизнесе, изменения самой парадигмы его социальной ответственности с учетом актуальных запросов общества. Однако, несмотря на яркие примеры нового ответственного мышления и действий бизнеса, неочевидно, останется ли он в дальнейшем активным субъектом решения социальных проблем общества, не вынудят ли сохраняющаяся неопределенность ситуации и необходимость поддержания стабильности субъектов бизнеса сократить объемы поддержки внешних целевых групп.

Сегодня все мы пристально следим за новостями об инициативе ФАС России по внедрению с 2023 года в систему госзакупок Рейтинга деловой репутации компаний как основы для формирования совокупной оценки опыта участника закупок. Для многих компаний «жизнь уже никогда не станет прежней» — те из них, которые имеют большое количество качественно исполненных контрактов, в соответствии с данной инициативой получают экономические преференции в виде существенного снижения размера обеспечения по контракту и/или получения более высокой оценки на конкурсах. Но это о будущем, а сейчас — рассматриваем особенности проведения госзакупок в условиях пандемии. Осмысление этого опыта будет очень полезно для выбора оптимальных стратегий адаптации к будущему.

Приглашаем поразмышлять об этих и других важнейших вопросах развития бизнеса и изменения делового климата в России вместе с нашими авторами (а их в этом выпуске семнадцать!). Как обычно, в помощь самым вездным и дотошным читателям расширенная подборка опросных данных ВЦИОМ — сегодня по теме бизнеса и предпринимательства.

Надеемся, этот выпуск Социодиггера будет вам полезен, а представленные материалы помогут как в реализации исследовательских проектов, так и при планировании стратегии адаптации к новым вызовам.

Елена Михайлова,
советник генерального директора ВЦИОМ



P.S. Если вы готовы поделиться своей экспертизой и стать автором Социодиггера, присылайте заявку на Kuleshova@wciom.com. С нас — данные! =)