Ландшафт влияния

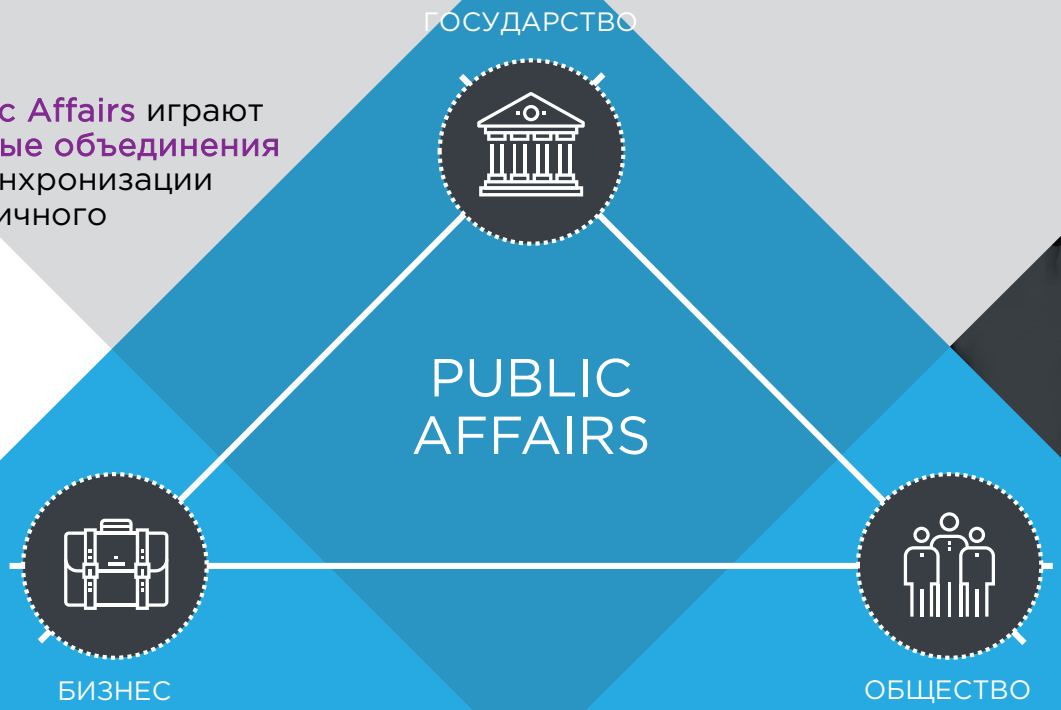
Исследование отраслевых ассоциаций и деловых объединений России

Москва 2020 год

КРОС | РАСО Конгресс по Public Affairs

АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Важную роль в Public Affairs играют ассоциации и деловые объединения как площадки для синхронизации интересов и их публичного представления.



АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Единый верифицированный реестр ассоциаций и объединений **ОТСУТСТВУЕТ**

Минэкономразвития:

- Ведомство занимается только «социально-ориентированными» НКО
- При этом ведомство активно взаимодействует с несколькими десятками деловых объединений, но это распылено по подразделениям, формам и не увязано в единое целое.

Министерство юстиции:

- По формальным признакам (название) в России зарегистрировано около 17 000 деловых ассоциаций, союзов и объединений
- Из них около 4000 зарегистрированы в Москве и содержат в названии обозначения общероссийской организации
- Министерство юстиции никак не регулирует, и даже не регистрирует предмет деятельности таких организаций. Все они проходят по единому классу ОКВЭД («94 - Деятельность общественных организаций»)

АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Первая публичная попытка упорядочить пространство деятельности >4 000 отраслевых организаций

В условиях внутренней конкуренции отраслей за поддержку со стороны государства роль ассоциаций и деловых объединений возрастает

Если они дезорганизованы, то с ними невозможно вести диалог

Верифицированный реестр и понимание коммуникационной активности отраслевых ассоциаций и деловых объединений в публичном поле позволяет сформировать собеседников со стороны отрасли и государства и тем самым может влиять на принятие важных решений

Цели исследования:

- создать верифицированный реестр действующих ассоциаций и деловых объединений , проанализировать и привлечь внимание к их в деятельности по общественно значимым направлениям с целью повышения качества диалога в треугольнике «власть-бизнес-общество»
- создать единое смысловое пространство вокруг объединений организаций одной отрасли, единый язык описания поля деятельности каждого отраслевого объединения, единую шкалу весов и формата диалога для отраслевых объединений между собой и с другими участниками диалога в формате Public Affairs, способствовать формированию удобных площадок для диалога

Задачи исследования:

- изучить отраслевой ландшафт
- выявить активные и работоспособные отраслевые ассоциации и объединения
- создать достоверный реестр действующих организаций
- ранжировать организации в соответствии с их публичной активностью, проблемными сферами и инициативами
- установить отношения с отраслевыми объединениями и начать взаимодействовать изнутри

АУДИТОРИИ

Представители региональных и федеральных ОГВ

Рейтинги и исследования – востребованные продукты у политических элит, которые позволяют фиксировать изменения отраслевого ландшафта.
Исследование позволяет:

- повысить качество диалога с бизнесом и обществом по актуальным вопросам
- выстроить коммуникации для министерств и ведомств со своими отраслями
- предотвратить развитие кризисных сценариев
- использовать выявленные инсайты для развития отрасли

АУДИТОРИИ

Ассоциации и отраслевые объединения

- продвижение отраслевых инициатив – публичный рейтинг повышает шансы донести интересы ассоциации и объединений до ключевой аудитории, в т.ч. власти
- результаты рейтинга можно учитывать в коммуникационной стратегии ассоциаций и объединений

Бизнес

- возможность для бизнеса найти ассоциацию для защиты и продвижения своих интересов
- инструмент экспертной оценки возможностей и публичных ресурсов организации

Медиа

- востребованный продукт, который позволяет обозначить сформировавшиеся или формирующиеся тренды/проблемы в экономике в целом или отдельных отраслях
- позволяет привлечь дополнительное внимание к вопросам/проблемам отрасли и выступить площадкой для формирования публичной дискуссии среди заинтересованных акторов

КРОС | РАСО Комитет по Public Affairs

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование реестра:

- информационный поиск в системе «Медиалогия» на базе публикаций за последний год с разработкой **методики фильтрации информации и определения обязательных признаков соответствия**
- **сопоставительный анализ** деятельности организаций с отраслью
- формирование **облака партнеров**, подтверждающего взаимосвязь организации с отраслью

Формирование рейтинга:

- Объективные замеры – **медиа статистика**
- Исследуемый массив:
  - **>200 тыс. сообщений** в федеральных и региональных медиа
  - учитывается **количество** сообщений, **контекст** и **роль** субъекта в публикациях

МЕТОДОЛГИЯ. Формирование реестра

1/ Информационный поиск

- в системе «Медиалогия» на массиве публикаций за год выявлялись все субъекты коммуникационного пространства, название которых по формальным признакам могло говорить о том, что они представляют собой отраслевые или деловые объединения.

2/ Цифровой след

- определение сайта и аккаунтов в социальных сетях
- Если на сайте были заявлены ассоциации-партнеры, или они выявлялись в материалах сайта (например, в текстах новостей) – они тоже вносились в список на проверку.

3/ Фильтр

- обратный переход в систему «Медиалогия» с найденными новыми объединениями и ассоциациями
- повторение первого и второго шагов

Было сделано четыре таких круга – пока новые объединения и ассоциации не перестали появляться. Так был сформирован ранжированный список ТОП 300 отраслевых ассоциаций и деловых объединений России.

Полученный список проверялся на выполнение хотя бы одного критерия:

- в течении года о нем должны были появляться публикации в СМИ в контексте его деятельности
- в течении года на сайте организации должна была быть заявлена ее собственная активность, направленная в публичное поле – заявления, обращения, собственные мероприятия, участие во внешних мероприятиях.

МЕТОДОЛОГИЯ. Формирование реестра

Группировка деловых объединений по видам экономической деятельности, интересы предприятий которой она отражает, на основе:

- официальные материалы самой организации, в которых структура излагает задачи и принципы своей работы
- контекст публикаций масс-медиа, в которых детальность организации отражена.

Реконструкция классификатора по принципу отмененного ОКОНХ. Выявление 17 отраслей, по двум критериям:

- то, как отрасли в их самоназвании присутствуют в коммуникационном пространстве ведущих деловых медиа.
- то, как отрасли группировались в структуре федеральной исполнительной власти в различных составах кабинета правительства за последние два десятилетия

МЕТОДОЛОГИЯ. Формирование реестра

Отрасли

1. Аграрная
2. Воздушный и космический транспорт
3. Добыча нефти и газа
4. Добыча металлических руд и прочих полезных ископаемых
5. Лесное хозяйство, рыболовство
6. Металлургическое производство
7. Производство напитков
8. Производство продуктов питания
9. Страхование
10. Строительство
11. Сухопутный и трубопроводный транспорт
12. Торговля
13. Туризм
14. Фармацевтика
15. Финансовые услуги
16. Химическое производство
17. IT

<5 ассоциаций:

представлены только **лидеры** по коммуникационной активности в деловых медиа (ассоциации и первые лица

>5 ассоциаций:

представлены ТОП 5 по коммуникационной активности в деловых медиа (ассоциации и первые лица)

ИТОГОВЫЙ ПРОДУКТ

Верифицированный реестр действующих отраслевых и деловых объединений России:

ТОП 300 отраслевых ассоциаций и деловых объединений

Рейтинг лидеров отраслевых ассоциаций и деловых объединений по коммуникационной активности в публичном поле

ТОП 50
отраслевых и бизнес объединений.
Деловые медиа

ТОП 50
отраслевых и бизнес объединений.
Федеральные медиа

ТОП 50
отраслевых и бизнес объединений.
Региональные медиа

ТОП 50
отраслевых и бизнес объединений.
Первые лица в медиа

Рейтинг
ассоциаций и бизнес объединений.
Отрасли

ТОП 20
отраслевых и бизнес объединений.
Социальные сети

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

ТОП 10. Медиа

Деловые

1. **РСПП**
2. Общероссийская общественная организация «Деловая Россия»
3. Ассоциация туроператоров России (**АТОР**)
4. Опора России – общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства
5. Российский союз туриндустрии (**РСТ**)
6. Ассоциация «ТУРПОМОЩЬ»
7. Ассоциация банков России (Ассоциация «Россия»)
8. Ассоциация компаний розничной торговли (**АКОРТ**)
9. Российский Союз автостраховщиков
10. Национальная ассоциация профессиональных коллекторских агентств (СРО «НАПКА»)

Федеральные

1. Российский Союз автостраховщиков
2. Российский союз туриндустрии (**РСТ**)
3. **РСПП**
4. Российский топливный Союз (**РТС**)
5. Ассоциация компаний розничной торговли (**АКОРТ**)
6. Ассоциация российских банков (**АРБ**)
7. Союз «Единое объединение страховщиков агропромышленного комплекса – Национальный союз агрострахов щиков»
8. Опора России – общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства
9. Общероссийская общественная организация «Деловая Россия»
10. Ассоциация туроператоров России (**АТОР**)

Региональные

1. **РСПП**
2. Российский топливный Союз (РТС)
3. Федерация Рестораторов и Отельеров (ФРиО)
4. Опора России – общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства
5. Ассоциация компаний розничной торговли (**АКОРТ**)
6. Ассоциация туроператоров России **(АТОР)**
7. Ассоциация банков России (Ассоциация «Россия»)
8. Ассоциация российских банков (**АРБ**)
9. Общероссийская общественная организация «Деловая Россия»
10. Союз «Единое объединение страховщиков агропромышленного комплекса – Национальный союз агрострахов щиков»

ТОП 10. Первые лица в медиа

1

А.Шохин
президент РСПП

2

А.Соколов
президент Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ)

3

И.Бухаров
президент ФРиО

4

И.Юргенс
президент Российского Союза автостраховщиков

5

Г.Тосунян
президент Ассоциации российских банков (АРБ)

6

С.Беляков
председатель президиума АКОРТ

7

Д. Востриков
исполнительный директор Руспродсоюза)

8

И. Юргенс
президент Всероссийского союза страховщиков

9

С. Плуготаренко
директор Российской Ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК)

10

П.Баженов
директор Независимого топливного союза

Рейтинг ассоциаций и бизнес объединений. ОТРАСЛИ

Аграрная отрасль. Деловые медиа

ТОП 5
ассоциаций и бизнес объединений

1. **246** Российский зерновой союз
2. **80** Ассоциация крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР)
3. **61** Национальный органический союз
4. **39** Союз органического земледелия
5. **33** Союз участников рынка картофеля и овощей «Картофельный союз»

ТОП 5
ассоциаций и бизнес объединений. Первые лица

1. **334** **А.Злочевский** Российский зерновой союз
2. **292** **О.Мироненко** Национальный органический союз
3. **242** **С.Коршунов** Союз органического земледелия
4. **30** **В.Плотников** АККОР
5. **25** **М.Радченко** НП Южный рисовый союз

Рейтинг ассоциаций и бизнес объединений. ОТРАСЛИ

Страхование. Деловые медиа

ТОП 5
ассоциаций и бизнес объединений

1. **1 128** — Российский Союз автостраховщиков
2. **816** — Всероссийский союз страховщиков
3. **203** — Ассоциация негосударственных пенсионных фондов, Альянс пенсионных фондов (АНПФ)
4. **186** — Национальная ассоциация негосударственных пенсионных фондов (НАПФ)
5. **82** — Национальный союз страховщиков ответственности (НССО)

ТОП 5
ассоциаций и бизнес объединений. Первые лица

1.
334 — **И.Юргенс**, Российский Союз автостраховщиков
2.
292 — **И.Юргенс**, Всероссийский союз страховщиков
3.
242 — **К.Угрюмов**, НАПФ
4.
30 — **К.Биждов**, Национальный союз агрострахов щиков
5.
25 — **И.Юргенс**, НССО

КРОС | РАСО Комитет по Public Affairs

Рейтинг ассоциаций и бизнес объединений. ОТРАСЛИ

Строительство. Деловые медиа

ТОП 5
ассоциаций и бизнес объединений

1 — 173
НОСТРОЙ - Национальное объединение строителей

2 — 78
Российская гильдия управляющих и девелоперов

3 — 68
Национальное объединение застройщиков жилья (НОЗА)

4 — 54
Ассоциация кластеров и технопарков

5 — 31
Российский Союз Строителей

ТОП 5
ассоциаций и бизнес объединений. Первые лица

1 — 58

А.Глушков
НОСТРОЙ

2 — 21

А.Шпиленко
Ассоциация кластеров и технопарков

3 — 12

Л.Казинец
НОЗА

4 — 6

Е.Бодрова
Российская гильдия управляющих и девелоперов

5 — 4

А.Н.Данилов
Ассоциация развития стального строительства (АРСС)

Рейтинг ассоциаций и бизнес объединений. ОТРАСЛИ

Торговля. Деловые медиа

ТОП 5
ассоциаций и бизнес объединений

1 — **1369** — Ассоциация компаний розничной торговли (АКОРТ)

2 — **979** — Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ)

3 — **494** — Ассоциация «Российские автомобильные дилеры» (РОАД)

4 — **361** — Российская ассоциация торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК)

5 — **204** — Национальная Ассоциация Дистанционной Торговли (НАДТ)

ТОП 5
ассоциаций и бизнес объединений. Первые лица

1 — **299** —
С.Беляков
АКОРТ

2 — **255** —
А.Соколов
АКИТ

3 — **108** —
Н.Игнатьева
Российская Ассоциация Аптечных Сетей (РААС)

4 — **53** —
Э.Зернин
Союз экспортеров зерна

5 — **31** —
А.Онищук
Российская ассоциация торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК)

Рейтинг ассоциаций и бизнес объединений. ОТРАСЛИ

Металлургическое производство

Количество
упоминаний ассоциаций
в деловых медиа

98

Ассоциация «Русская Сталь»

Количество
упоминаний первых лиц
ассоциации в деловых медиа

17

В.Лисин

Воздушный и космический транспорт

Количество
упоминаний ассоциаций
в деловых медиа

522

Российская ассоциация эксплуатантов воздушного транспорта (АЭВТ)

Количество
упоминаний первых лиц
ассоциации в деловых медиа

97

В.Тасун,
АЭВТ

Рейтинг ассоциаций и бизнес объединений. ОТРАСЛИ

Фармацевтика

Количество
упоминаний ассоциаций
в деловых медиа

171

Ассоциация российских фармацевтических производителей (АРФП)

Количество
упоминаний первых лиц
ассоциации в деловых медиа

131

В.А. Дмитриев
АРФП

Туризм

Количество
упоминаний ассоциаций
в деловых медиа

4 210

Ассоциация туроператоров России (АТОР)

Количество
упоминаний первых лиц
ассоциации в деловых медиа

4

В.Канторович
первый вице-президент
АТОР

ТОП 20. Социальные сети

При анализе **учитывается**:

- наличие аккаунта
- степень коммуникационной активности

На представленность ассоциаций и объединений в социальных медиа **не влияет** их:

- масштаб
- известность
- отрасль

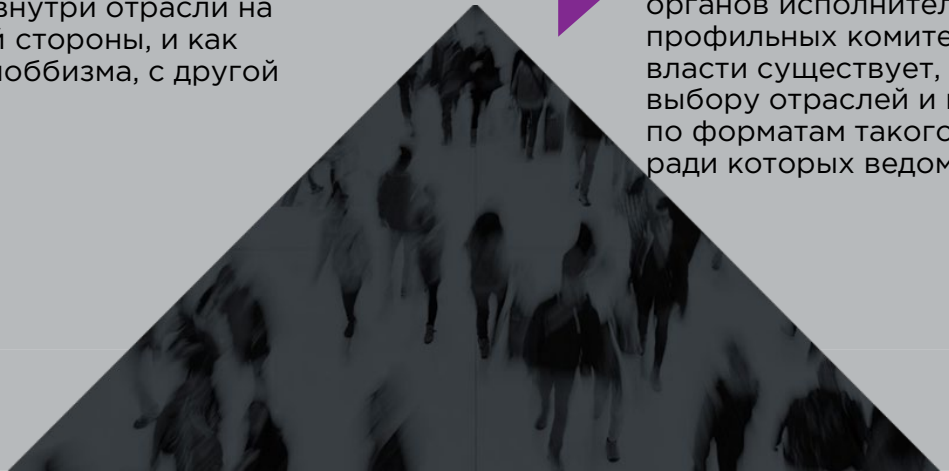
ТОП 20. Социальные сети

1. Альянс руководителей региональных СМИ России (АРС-ПРЕСС)
2. Всероссийская ассоциация рыбохозяйственных предприятий, предпринимателей и экспортеров (ВАРПЭ)
3. Российское Аграрное Движение (РАД)
4. Лига переработчиков макулатуры
5. Союз органического земледелия
6. Национальная ассоциация нефтегазового сервиса (НАНГС)
7. Российская ассоциация водоснабжения и водоотведения (РАВВ)
8. Ассоциация туроператоров России (АТОР)
9. Российский зерновой союз
10. СРО «Винодельческий Союз»
11. Российская Ассоциация Фармацевтического Маркетинга (РАФМ)
12. Российский союз поставщиков металлопродукции (РСПМ)
13. Российская Ассоциация ВетроИндустрии (РАВИ)
14. Союз машиностроителей России
15. Ассоциация предприятий спортивной индустрии (АПСИ)
16. Ассоциация предприятий индустрии детских товаров (АИДТ)
17. Ассоциация компаний, обслуживающих недвижимость (АКОН)
18. Ассоциация крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР)
19. Национальная ассоциация производителей семян кукурузы и подсолнечника
20. Национальная ассоциация лесопромышленников «Русский лес»

ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

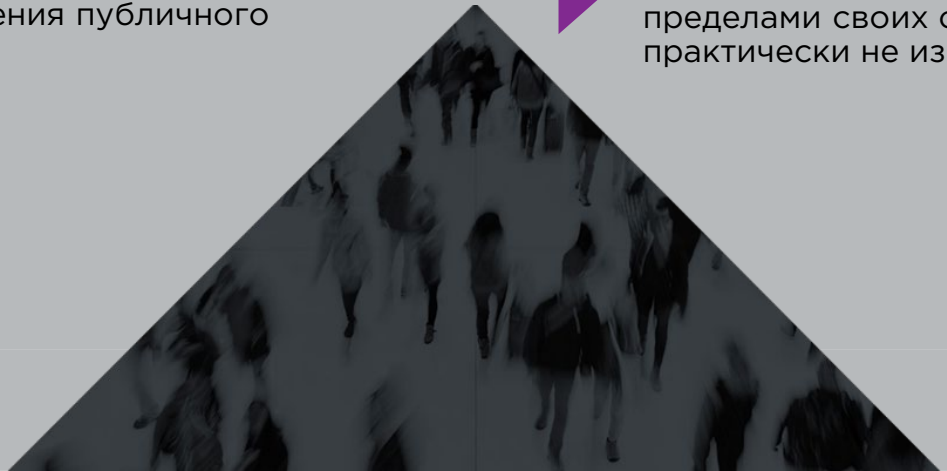
ВЫВОДЫ

- Чтобы отрасль «услышали», ее следует институализировать. До тех пор, пока бизнес воспринимает себя и воспринимается государством как несистемная группа с локальными интересами, он не может стать частью общественного диалога и быть локомотивом развития экономики.
- Некоторые деловые объединения – закрытые клубы для формирования картельных политик внутри отрасли на грани закона, с одной стороны, и как структуры теневого лоббизма, с другой
- Власть не выработала потребности в системной работе с отраслями, и предпочитает в отношении отраслей политику дирижизма
- Взаимодействие низовых структурных подразделений профильных федеральных органов исполнительной власти и профильных комитетов представительной власти существует, но крайне хаотично как по выбору отраслей и их представителей, так и по форматам такого взаимодействия и целям, ради которых ведомства на него идут



ВЫВОДЫ

- Важнейшую роль для кристаллизации отраслевого объединения бизнеса играет интеграция этого формата в структуру регулирования и в нормативную базу в широком смысле
- Крайне низкий уровень коммуникаций деловых объединений и групп интересов
- Наличие активно действующего бизнес-объединения формирует отрасль с точки зрения публичного пространства
- Отраслевые объединения предприятий кластеризированы и за пределами своих отраслей практически не известны



СПАСИБО!

КРОС | РАСО Комитет по Public Affairs