

Проблемы участия крупного бизнеса в региональной социальной политике

Филимонова Мария Александровна

студент

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, социологический факультет, Саратов, Россия

E-mail: FilimonovaManyna@yandex.ru

В посланиях Федеральному собранию Президент Российской Федерации определяет основные направления социально – экономической политики страны, уделяя особое внимание именно социальной сфере. Приоритетными направлениями социальной политики государства В.В. Путин считает обеспечение граждан доступным по ценам жильем, развитие ЖКХ, модернизацию системы образования, повышение доступности и качества медицинской помощи, а также создание условий для роста доходов населения и снижения бедности¹, что в свою очередь является основной задачей государства, в котором только по официальным данным «одна пятая населения, или почти 30 млн. человек имеют доходы ниже прожиточного минимума»².

После определения приоритетов социальной политики государства на федеральном уровне полномочия по их реализации были переданы региональным властям, которые в силу недофинансирования из федерального бюджета не могут до конца воплотить в жизнь намеченный курс улучшения благосостояния россиян, пытаясь привлечь денежные средства со стороны регионального бизнеса. Саратовская область в этом плане не является исключением.

По мнению представителей региональной власти³ на сегодняшний день бизнес является пассивным участником социальной политики, что объясняется, по их мнению, финансовой несостоятельностью большей части регионального бизнеса, так как на сегодняшний день социально ответственными являются лишь «крупные предприятия, экономические гиганты», которые смогли выжить и преуспеть в период перестройки и смены политического режима. Именно доля их участия в социальных проектах с каждым годом увеличивается (хотя и медленными темпами), в то время как «мелкие и средние компании редко занимаются социально – значимыми делами, и в основном ориентированны на развитие бизнеса и приумножение собственного капитала...»

По мнению представителей бизнес – элиты города Саратова, другой причиной их пассивности является то обстоятельство, что на сегодняшний день бизнесу не выгодно финансировать социальные проекты, так как при этом внимание налоговой службы направляется на финансовое положение предприятия, что чревато дополнительными налоговыми начислениями. Бизнес предпочитает финансировать либо внутреннюю социальную политику предприятия, то есть «вкладывать средства в сотрудников», тем самым стимулируя их к работе, либо втайне от властей выделять адресную помощь школам, детским домам, приютам, домам престарелых, «не афишируя свою деятельность». Тем самым предприниматели указывают на недоработанность налогового законодательства, которое уже в большинстве развитых стран направлено на стимулирование бизнеса к участию в социальной политике государства, в то время как в России «налоговая система пытается задушить бизнес любого уровня» устанавливая высокие процентные ставки.

Огромное влияние на степень участия бизнеса в социальных проектах и выделение материальных средств на социальные цели оказывает тип предприятия. С наибольшей охотой участвуют в реализации социальных программ региональные промышленные предприятия, работающие на территории Саратовской области несколько десятилетий и традиционно развивающие внешнюю социальную политику предприятия.

¹ Послание президента РФ Федеральному собранию РФ от 10 мая 2006 года//<http://www.garant.ru/hwiew.php?ssid=32&pid=77700&dt=federal>

² Санкова Л.В. Социальные координаты развития современной России//II Всероссийская научная конференция «Сорокинские чтения – 2005. Будущее России: стратегии развития». 14-15 декабря 2005 г. Тезисы. М. МГУ 2006. Электронный вариант см.: <http://lib.socio.msu.ru/l/library>

³ В тезисах доклада использованы результаты глубинных экспертных интервью с представителями региональной власти и бизнеса проведенные в июне 2006 года.

Предприятия, которые являются филиалами столичных компаний, и руководители которых некомпетентны в решении финансовых вопросов и распределении средств предприятия и получают указания «сверху», также не являются активными участниками региональной социальной политики. Это характерно и для фирм, занимающихся торговлей и не нацеленных на долгосрочное ведение бизнеса именно в этом регионе.

Следующей по значимости причиной слабого участия бизнеса и отсутствия постоянного взаимодействия между региональной властью и бизнесом в реализации социальной политики предприниматели считают неэффективность проводимых проектов и программ, при проведении которых «добрая половина выделяемых бизнесом средств оседает в руках нечестивых представителей местной власти». Именно поэтому предприниматели охотнее оказывают адресную помощь, например, в проведении каких – либо мероприятий областного или местного значения, закупают оборудование и бытовую технику для детских домов, приютов, школ, то есть контролируют самостоятельное расходование средств.

При этом предприниматели утверждают, что эпизодическое взаимодействие бизнеса и власти в реализации социальной политики в настоящее время заключается в «проведении разовых мероприятий, которые ни к каким положительным результатам не приводят», так как проводятся под воздействием региональных властей и бизнес в данной ситуации рассматривается не как сопартнер власти, а как «дойная корова», которая обязана наряду с выплатой налогов, платить взятки чиновникам и финансировать различные социальные проекты.

Естественно, что подобная ситуация не изменится к лучшему до тех пор, пока у власти не появится понимание того, что управлять бизнесом нужно «не через административные рычаги, не через силовые органы власти, а через экономические поощрения». Наиболее эффективными методами стимулирования участия крупного бизнеса в реализации социальной политики региона, по мнению представителей местной бизнес – элиты, являются, во-первых, введение «льготной процентной ставки для предприятий – участников социальных проектов на региональном уровне». Во - вторых, наряду с материальным поощрением участия, необходимо и моральное. Оно может выражаться в различных формах, например – в форме вручения «лучшим участникам социальных проектов» каких-либо почетных грамот, дипломов, по аналогии с «Орденом губернатора» и т.д. Это само по себе является как бы рекламой для предприятия, что приведет в дальнейшем к увеличению прибыли.

Таким образом, стимулирование бизнеса перечисленными методами позволит привлечь крупный бизнес к активному участию в социальной политике региона и повысить степень доверия к представителям региональной власти, без чего реализация социальной политики не только на региональном, но и на федеральном уровне представляется невозможной.

Литература

1. Послание президента РФ Федеральному собранию РФ от 10 мая 2006 года//<http://www.garant.ru/hwiew.php?ssid=32&pid=77700&dt=federal>
2. Санкова Л.В. Социальные координаты развития современной России//II Всероссийская научная конференция «Сорокинские чтения – 2005. Будущее России: стратегии развития». 14-15 декабря 2005 г. Тезисы. М. МГУ 2006. Электронный вариант см.: <http://lib.socio.msu.ru/l/library>