Е. М. Осипов

Взаимодействие малого бизнеса и органов власти как субъектов социального партнёрства

Осипов Егор Михайлович — доцент кафедры «Социология управления» Московского государственного университета им. М.В.Ломоносова (e-mail: egosipov@yandex.ru).

Аннотация. В статье анализируются результаты прикладного социологического исследования о степени активности субъектов, принципах и факторах института социального партнёрства в развитии малого бизнеса в России, а также об особенностях взаимодействия органов местной и государственной власти и предпринимателей в России
Ключевые слова: взаимодействия, предприниматели, органы власти, субъекты социального партнёрства, развитие малого бизнеса.

Развитие малого бизнеса в российском обществе происходит в сложных условиях, и встречает значительные трудности. Одним из значимых факторов, препятствующих цивилизованному развитию малого бизнеса, является неразвитость института социального партнёрства. Социальное партнёрство как институт включает в область своей деятельности социальные взаимодействия значительного количества субъектов, заинтересованных в согласовании собственных, групповых и общественных интересов. В сфере малого бизнеса субъекты социального партнёрства по существу образуют социальную, политическую и экономическую базу его развития, способствуя решению стратегических и тактических задач в этой области социально-экономических отношений.

Рассмотрим результаты, проведённого в марте 2011 года социологического исследования, с участием автора[1]. Так как в реальной практике приоритетное значение для развития малого бизнеса имеют социальные взаимодействия предпринимателей и органов местного самоуправления, акцент делался на социальное партнёрство в муниципальных образованиях.

---

[1] Социологическое исследование «Местное самоуправление в современной России: социологический взгляд на проблемы функционирования и развития». Исследование проводилось в 18 субъектах Российской Федерации на территории всех 7 Федеральных округов. Опрошено 765 респондентов из представителей различных слоёв экономически активного населения. Выборка массового опроса репрезентативна по полу, возрасту, месту проживания и месту работы. В структуру анкеты был внесён блок о социальном партнёрстве.

Наиболее активными субъектами социального партнёрства респонденты выделили субъектов малого предпринимательства (44,3 % выборов), органы местного самоуправления (28,10 %) и кредитно-финансовые организации (26 %). Среди наименее активных партнёров отмечены институты гражданского общества (5,9 %), профсоюзы (3,9 %) и иные, не вошедшие в данный перечень субъекты (1,1 %). Можно утверждать, что, по мнению опрошенных, социальное партнёрство наиболее вероятно именно среди субъектов малого предпринимательства и органов МСУ, при этом органы власти субъектов РФ и федеральной власти заняли лишь пятую и шестую позиции.

Наиболее значимыми функциями социального партнёрства в развитии малого бизнеса респонденты назвали (можно было выбрать три варианта ответов) согласование интересов субъектов малого предпринимательства и государственных и муниципальных органов власти (39,6 %), создание условий для добросовестной конкуренции в малом бизнесе (37,9 %) и согласование разнообразных интересов субъектов социального партнёрства в процессе и по поводу развития малого бизнеса (29,5 %). То есть развитие малого бизнеса в значительной степени зависит от партнёрских взаимодействий субъектов малого предпринимательства и органов местного самоуправления, выполняя при этом функции согласования интересов между ними.

Принципы социального партнёрства, наиболее значимые для развития малого бизнеса в муниципальных образованиях, распределились попарно. Первая пара принципов это уважение и учёт интересов сторон (45,8 %) и ответственность сторон (45,3 %), вторая — равноправие субъектов социального партнёрства (41,5 %) и соблюдение правовых актов (41,2 %), третья — заинтересованность субъектов социального партнёрства в договорных отношениях (24,2 %) и контроль над договорами и соглашениями (22,3 %). В результате такого объединения можно сказать, что наиболее значимыми для развития малого бизнеса в муниципальных образованиях принципами социального партнёрства являются взаимоуважение и ответственность сторон, равноправие субъектов социального партнёрства при соблюдении закона и соблюдение договорных отношений.

Основным фактором, препятствующим развитию социального партнёрства в малом бизнесе на местном уровне, по мнению опрошенных, является недостаточная государственная поддержка (42,4 %). Этот факт согласуется с тем, что органы власти субъектов РФ и федеральной власти не были выделены среди наиболее активных субъектов социального партнёрства. Также были выделены такие факторы как низкая культура рыночных отношений (36,6 %) и коррупция (35,4 %). К сожалению, механизмы наиболее тесно связанные с социальным партнёрством — культивирование чувства солидарности среди представителей малого бизнеса (9,9 %) и хозяйственная кооперация (11,1 %) — менее всего, по мнению опрошенных, могут способствовать развитию малого бизнеса в муниципальных образованиях.

Перспективы партнёрского сотрудничества в сфере малого бизнеса профсоюзов, работодателей и государственных и муниципальных органов власти чуть более половины (50,7 %) ответивших считают вполне хорошими и надеются на некоторые изменения к лучшему. Вместе с тем, 33,9 % респондентов предполагают, что ничего хорошего ожидать не приходится и все останется без особых изменений. Если к этим ответам прибавить мнение тех, кто затруднился ответить, доля негативно настроенных составляет 49,3 %.

Таким образом, экономически активное население в большей степени положительно оценивает роль института социального партнёрства в малом бизнесе. Достаточно предсказуемым для российского менталитета является выделение приоритетной роли государственной поддержки в его развитии. Очевидно, что государственным органам власти, как федеральным, так и региональным как субъектам социального партнёрства, проявляющим средний уровень активности, необходимо уделять больше внимания развитию малого предпринимательства.

Мнения респондентов по поводу оценки взаимодействия органов МСУ и предпринимателей на местном уровне распределились почти равномерно, с небольшим перевесом в негативную сторону. Крайних мнений по этому вопросу оказалось немного: 6,1 % респондентов дали определённо положительную оценку и 7,4 % — определённо отрицательную. Почти одинаковое количество ответов дано на скорее положительную, чем отрицательную и на скорее отрицательную, чем положительную оценки (32,5 % и 35,2 % соответственно). Хотя скорее отрицательную оценку выбрали все же больше на 2,7 %. На наш взгляд, такое мнение сложилось из-за того, что респонденты не видят равенства в их взаимодействии. Наибольшую выгоду (42,4 % выборов) от взаимодействия местной власти и предпринимателей, по мнению опрошенных, имеют органы местного самоуправления и отдельно взятые чиновники. То, что эти взаимодействия приносят пользу предпринимателям считают 14,3 % опрошенных, всем в равной степени — каждый пятый и населению — 9,9 %.

Среди наиболее значимых направлений повышения социальной эффективности взаимодействий местной власти и предпринимателей респонденты выделили создание рабочих мест (47,6 %), привлечение в муниципальное образование (город, район) инвестиций (39,2 %) и решение задач развития муниципального образования (34,3 %). Наименее значимыми были названы приватизация муниципальной собственности (4,1 %), совместное управление предприятиями (5,9 %), а также содействие обеспечению безопасности и охране порядка в муниципальном образовании (6,9 %).

При ответе на вопрос о влиянии теневых структур (в том числе и криминальных) на взаимодействие местной власти и предпринимателей малого бизнеса 33,7 % опрошенных отметили, что теневые структуры оказывают очень сильное влияние на эти взаимодействия, 26,6 % — что это влияние заметное, но не определяющее.

Наиболее существенными последствиями влияния теневых, криминальных структур на взаимодействие местной власти и предпринимательства, по мнению опрошенных, являются создание условий для коррупции и взяточничества в среде муниципальных чиновников (64,2 %), снижение авторитета местной власти в глазах населения (48,7 %) и создание препятствий добросовестной конкуренции и развитию предпринимательства (47 %). Менее всего это влияние проявляется в потере доверия населения к частному предпринимательству (18,7 %).

Рассмотрим оценку уровня социальной ответственности муниципальных служащих и предпринимателей перед населением (таблица 1).

Как видно из таблицы, уровень социальной ответственности предпринимателей большая часть опрошенных (55,5 %) оценили как низкий и 28,2 % как средний, а муниципальных служащих как низкий 40,1 % и 38,5 % как средний.

Очевидно, что подобные оценки вызваны несовпадением поведения и взаимодействий чиновников и предпринимателей с представлениями населения о том, какими они должны быть в идеале. По мнению экономически активного населения при взаимодействии местной власти и малого предпринимательства социальная ответственность в большей степени должна проявляться в исполнении законов Российской Федерации, региональных нормативно-правовых актов (58,6 %),соблюдении и защите прав и интересов населения (55,5 %) и чуть в меньшей (34,6 %) в открытости перед населением о результатах своей деятельности. Менее всего респонденты связывают социальную ответственность с согласием на контроль со стороны общественных организаций, средств массовой информации (18,6 %). Очевидно, что легитимность малого бизнеса и муниципальной власти для населения связана с уверенностью в легальности, открытости и прозрачности деятельности этих субъектов, в их способности учитывать интересы местного сообщества, являющегося главным субъектом местного самоуправления на территориях.

Проранжируем мнения респондентов о том, какие вопросы развития предпринимательства, прежде всего, должны лежать в основе взаимодействия между ним и местной властью (Таблица 2).

Как видно из таблицы, в тройку лидеров вошли вопросы, связанные с государственным регулированием отношений партнёрства в сфере малого бизнеса — финансирование и кредитование, административно-правовое регулирование и налогообложение. Актуальными также являются проблемы отчётности, безопасности и социально-политической стабильности.

Таким образом, особенностями социального взаимодействия субъектов малого бизнеса и органов местного самоуправления по оценкам экономически активного населения являются:

— скорее отрицательный, чем положительный результат и низкая социальная эффективность;

Таблица 1.
Оценка уровня социальной ответственности муниципальных служащих и предпринимателей перед населением

Уровень	Муниципальные служащие	Предприниматели
Высокий	14,2 %	5,7 %
Средний	38,5 %	28,2 %
Низкий	40,1 %	55,5 %
Затруднились ответить	7,2 %	10,6 %

Таблица 2.
Какие вопросы развития предпринимательства, прежде всего, должны лежать в основе взаимодействия между ним и местной властью

Ранг	Вопросы развития предпринимательства	%
1	Обеспечение равных возможностей для всех предпринимателей в решении финансово-кредитных вопросов	42,5
2	Совершенствование административно-правовых отношений в сфере регулирования предпринимательской деятельности	37,1
3	Оптимизация системы налогообложения	37
4	Упрощение процедур финансовой и других форм отчётности	29,8
5	Обеспечение безопасности предпринимательской деятельности	28,1
6	Обеспечение социально-политической стабильности в регионе и на местном уровне	24,4
7	Координация взаимодействия государственных и негосударственных структур поддержки предпринимательства	20
8	Повышение квалификации предпринимательских кадров	18
9	Совершенствование арендных отношений	15,6
10	Иные	1,3

— отсутствие равенства и наибольшая выгода органов местного самоуправления и отдельно взятых чиновников;

— недостаточная социальная направленность и необходимость её усиления, прежде всего, по пути создания рабочих мест, привлечения в муниципальное образование инвестиций и решения задач его развития;

— достаточно сильное влияние теневых, в том числе криминальных структур, которое создаёт условия для коррупции и взяточничества в среде муниципальных чиновников, снижает авторитет местной власти в глазах насе-

ления и создаёт препятствия для добросовестной конкуренции и развитию предпринимательства;

— скорее низкий, чем средний уровень социальной ответственности местной власти и предпринимательства, которая должна проявляться в исполнении законов РФ, региональных нормативно-правовых актов, соблюдении и защите прав и интересов населения, а также в открытости перед населением результатов их деятельности;

— необходимость государственного регулирования равноправия отношений партнёрства в вопросах финансирования и кредитования, административно-правового регулирования и налогообложения с целью создания условий для развития малого бизнеса.

В равной степени указанные особенности проявляются и во взаимодействии предпринимателей с органами федеральной и региональной государственной власти, о чем свидетельствуют результаты социологических исследований. Несмотря на декларации об исключительной заинтересованности и всемерной поддержке, чиновники всех уровней и рангов видят в бизнесе, прежде всего источник собственных доходов и выгоды. Формальные (легальные) затраты складываются из временных и материальных, а неформальные из взяток за государственные услуги. В целом по России 41 % предпринимателей заявляют, что в их регионе широко распространена практика решения проблем с государственными органами с помощью незаконных выплат чиновникам. Пятая часть владельцев бизнеса (22 %) говорит, что такая практика мало распространена, и лишь десятая часть респондентов (11 %) указывает, что эта проблема в их регионе отсутствует. В среднем предприниматели тратят на разного рода незаконные выплаты около 9,6 % от среднемесячной выручки фирмы (ошибка средней составляет +/-0,5), и этот показатель имеет устойчивую тенденцию к росту[1].

Подводя итоги, можно утверждать, что малый бизнес не стал равноправным партнёром органов государственной и муниципальной власти — федеральные, региональные, местные органы власти и чиновники имеют большую выгоду от социальных взаимодействий с предпринимателями, что нарушает принцип равноправия сторон социального партнёрства.

Список литературы

1. Условия и факторы развития малого предпринимательства в регионах России. М. : «Опора России», ВЦИОМ, 2006.

© Осипов Е. М., 2012

[1] См.: Условия и факторы развития малого предпринимательства в регионах России, М: «Опора России», ВЦИОМ, 2006. По результатам исследования, проведённого в июле 2006 года. Объем выборки в целом по России составил 5900 респондентов — представителей малого бизнеса.