

Панкратов Сергей Анатольевич, Фокина Ольга Анатольевна

**ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС: ПУТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА (НА МАТЕРИАЛАХ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

В статье рассматриваются перспективы и противоречия взаимодействия региональной власти и бизнес-структур в условиях развития института сервиса. Бизнес не только преследует собственные цели, извлекая социально-экономические дивиденды из партнерства с государством, но способен влиять на социально-экономические параметры развития региона. В свою очередь, государство в рамках партнерства с агентами бизнеса ставит задачи эффективного перераспределения бюджетных средств в пользу решения социально значимых проблем. Анализ показателей социально-политического и экономического развития Волгоградской области свидетельствует о неэффективном взаимодействии региональной власти и бизнеса, сказывающемся на формировании новых социально-экономических структур.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2014/11-2/37.html](http://www.gramota.net/materials/3/2014/11-2/37.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 11 (49): в 2-х ч. Ч. II. С. 137-140. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2014/11-2/](http://www.gramota.net/materials/3/2014/11-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [hist@gramota.net](mailto:hist@gramota.net)

УДК 316.4

**Социологические науки**

*В статье рассматриваются перспективы и противоречия взаимодействия региональной власти и бизнес-структур в условиях развития института сервиса. Бизнес не только преследует собственные цели, извлекая социально-экономические дивиденды из партнерства с государством, но способен влиять на социально-экономические параметры развития региона. В свою очередь, государство в рамках партнерства с агентами бизнеса ставит задачи эффективного перераспределения бюджетных средств в пользу решения социально значимых проблем. Анализ показателей социально-политического и экономического развития Волгоградской области свидетельствует о неэффективном взаимодействии региональной власти и бизнеса, сказывающемся на формировании новых социально-экономических структур.*

*Ключевые слова и фразы:* социальный институт сервиса; сфера услуг; государственно-частное партнерство; социальная ответственность бизнеса; взаимодействие государства и бизнеса; социальная политика; средний и малый бизнес.

**Панкратов Сергей Анатольевич**, д. полит. н., профессор

*Волгоградский государственный университет*

*S\_pankratov@yandex.ru*

**Фокина Ольга Анатольевна**, к. пед. н.

*Волгоградская государственная академия последипломного образования*

*Olfab0@yandex.ru*

### **ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС: ПУТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА (НА МАТЕРИАЛАХ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ) ©**

Бизнес является для государства одним из важных контрагентов в вопросах формирования и реализации основных направлений социальной политики: имея широкую ресурсную базу, бизнес способен оказывать влияние на рынок труда и трудовую мобильность населения, создание условий для комфортной жизнедеятельности индивида, удовлетворения его ежедневных потребностей, принимать участие в реализации программ, направленных на повышение значимых для общества социально-экономических показателей. В свою очередь, государство через реализацию контролирующих функций, создание преференций или ограничения конкурентных преимуществ, имеет возможность конструировать экономические и социальные связи бизнеса. Взаимодействие государства и бизнеса – многоаспектная область социальных, культурных, политических, экономических отношений – оказывает влияние на вектор развития отечественного социума.

Целью нашей работы является выявление эффективности различных форм взаимодействия государства и бизнеса в условиях развития современных сервисных отношений и института сервиса на региональном уровне. В связи с поставленной целью представляется важным обоснование социальной ответственности государства и бизнес-структур в сфере предоставления социально значимых услуг, реализации социально ориентированных проектов. Задачами работы также является выявление ресурсных возможностей и ограничений Волгоградской области для развития партнерства государства и бизнеса в социально значимых сферах общественной жизни, оказывающих влияние на развитие института сервиса в регионе.

Особенно значимы результаты подобного взаимодействия государства и бизнеса в условиях развития социального института сервиса. Под институтом сервиса мы понимаем самостоятельную социальную систему сложно организованных, взаимоувязанных и согласованных действий по предоставлению услуг разного уровня с устойчивой регламентацией социальных ролей и связей, с собственными организационными формами и правилами взаимодействия людей. Социальный институт сервиса порождает в социально-экономическом пространстве две взаимосвязанные субструктуры – сферу услуг и сервисный сектор сферы производства и потребления. Сфера услуг является обособленным полем реализации сервисных отношений, которые присутствуют и в рамках производственных процессов, и в рамках потребления. Активно развивающаяся сфера услуг распространяет свою деятельность не только на традиционно «сервисные» предприятия и учреждения, но и на промышленные предприятия, осуществляющие гарантийное и послегарантийное обслуживание, информационную и маркетинговую поддержку, транспортные услуги и т.д.

К. Лавлок связывал развитие сферы услуг с влиянием ряда факторов, среди которых: политика государства, тенденции бизнеса, совершенствование информационных технологий, социальные изменения, интернационализация [3]. Политика государства и тенденции развития бизнеса, несомненно, оказывают решающее влияние на развитие института сервиса, поэтому взаимодействие государства и бизнеса в условиях развития сервисных отношений являются стратегическими ориентирами в социально-экономическом пространстве социума. Значимость подобного взаимодействия обусловлена необходимостью развития и обновления социально значимых сфер жизни общества: образования, здравоохранения, жилищно-коммунального хозяйства,

транспортных перевозок и содержания транспортных магистралей и пр. – той сферы, за которую государство несет ответственность и в которой присутствие государства необходимо.

Со стороны государства инструментами регулирования развития сферы услуг могут выступать, с одной стороны, ужесточение законодательства в сфере защиты прав потребителей, соблюдения сервисными предприятиями социальной защищенности исполнителей услуг, охраны окружающей среды, культурных и нравственных традиций общества. С другой стороны, государство способно стимулировать развитие сферы услуг через создание прочной законодательной базы для осуществления предпринимательской деятельности, предоставление налоговых преференций для бизнеса в сфере производства социально значимых товаров и услуг, акционирование и участие в совместных сервисных предприятиях, социально ориентированных программах, направленных на повышение качества жизни, обеспечивающих защиту населения от угрозы увольнения, а также на повышение квалификации и переобучение специалистов и т.д.

В то же время бизнес, инвестируя экономический капитал в социально значимые сферы жизни общества, преследует свои цели: получение прибыли (за счет расширения производства в социально значимом секторе экономики) и социального капитала, как совокупности актуальных и потенциальных ресурсов, которые обеспечивают институционализацию признания, «членства в группе», «репутации», по определению П. Бурдьё, что впоследствии позволяет получать «кредиты во всех смыслах этого слова» [1, с. 60-74]. Одной из форм взаимодействия государства и бизнеса является государственно-частное партнерство (ГЧП).

ГЧП – это не только универсальный механизм развития экономики (создание конкурентной институциональной среды, обеспечение инвестиций в перспективные экономические проекты, привлечение капитала в реальные сектора экономики и пр.), но и один из механизмов развития социальной сферы – вложение в человеческий капитал, развитие комплексного и непрерывного образования и трудовой мобильности граждан, стимулирование инновационного поведения граждан и предприятий в сфере предпринимательства, обеспечение устойчивого развития регионов. ГЧП создает условия для развития институциональной среды социума, появления новых социальных структур и процессов, направленных на повышение качества и уровня жизни общества.

В условиях постиндустриального развития общества ГЧП становится одним из ресурсов развития социального института сервиса, привлекательного для частных инвестиций. Как правило, проекты в области ГЧП ориентированы на решение проблем в сфере образования, здравоохранения, оказания различных услуг населению, развития государственной и муниципальной собственности. Чаще всего ГЧП возникает в тех условиях, когда у государства недостаточно бюджетных средств для решения каких-либо социально значимых проблем или есть возможность сократить бюджетные вложения в производство общественных услуг; в свою очередь, бизнес готов вкладывать деньги в социально привлекательные проекты как для получения прибыли, сокращая, в том числе, затраты на разработку проектов, так и для развития своего социального капитала. Именно поэтому подобное партнерство взаимно выгодно для обеих сторон.

«Стратегия социально-экономического развития Волгоградской области до 2020 года» [10] рассматривает механизм государственно-частного партнерства как один из ресурсов устойчивого развития региона, повышения инвестиционной привлекательности области. При переходе от индустриальной структуры производства к современной экономике, в которой значительно роль будут играть пищевая промышленность, туризм, сфера услуг, возрастает значимость социально-экономического партнерства государства и бизнеса.

По данным Центра развития государственно-частного партнерства, ежегодно оценивающего уровень развития субъектов РФ для реализации проектов ГЧП, по состоянию на 01.02.2014 г. Волгоградская область занимает 30 место среди 83 регионов Российской Федерации и относится к регионам со средним потенциалом инвестиционной привлекательности [8]. Развитие ГЧП в регионе регламентируется Законом Волгоградской области от 29.11.2011 г. № 2257-ОД «Об участии Волгоградской области в государственно-частном партнерстве» и предполагает привлечение частного капитала в такие важнейшие социальные сферы, как система коммунальной инфраструктуры, объекты социально-бытового назначения, транспорт, здравоохранение, образование, туризм, объекты социально-культурного назначения (общественное питание, гостиницы, объекты спорта и культуры). Реализация закона позволит создать условия для развития института сервиса, повысить качество среды жизнедеятельности волгоградцев. Однако в настоящее время в Волгоградской области реализуется только 8 проектов ГЧП (строительство полигонов по утилизации бытовых отходов, реконструкции муниципального имущества, в дальнейшем реконструкция дорог и строительство дошкольных учреждений). Проведение Чемпионата мира по футболу в 2018 году открывает возможность привлечения частных инвестиций в строительство гостиниц, объектов культуры и спорта, общественного питания – сервисной инфраструктуры.

Низкая активность участия представителей волгоградского бизнеса в ГЧП объясняется рядом причин: несовершенство законодательная база региона (единственный документ – Закон Волгоградской области, который требует доработки и уточнения ролей агентов ГЧП, их полномочий и ответственности); снижение темпов социально-экономического развития Волгоградского региона в течение 2012-2014 гг. повлияло на платежеспособность региональной власти (бюджет области второй год дефицитный); политическая нестабильность, выразившаяся в кадровых перестановках, также не создает условия для надежного партнерства государства и бизнеса.

Социальный эффект партнерства государства и бизнеса заключается в создании дополнительных рабочих мест, повышении социальной защищенности граждан, развитии инфраструктуры жизнедеятельности индивида. Несомненно, государственно-частное партнерство предполагает социальную ответственность не только государства, но и бизнеса.

Социальная ответственность бизнеса рассматривается как «институциональная форма вынужденной адаптации корпораций к растущим требованиям гражданского общества и государственных регуляторов» [11, с. 124], как компонент маркетинговых PR-кампаний для улучшения имиджа и закрепления репутации, как вынужденное и достаточно затратное распространение норм и практик социальной ответственности за своих партнеров и потребителей. Последнее вовсе не означает, что бизнес повсеместно становится сознательным и ответственным актором в социально-экономическом пространстве. Увеличение инвестиций в предоставление общественных благ (товаров и услуг), поддержка социальных и культурных инициатив, улучшение условий труда своих работников – один из путей накопления репутационного капитала, повышение своего социального статуса, которые инвестируются, в конечном счете, в капитал экономический. По сути, как отмечают Д. П. Фролов и А. А. Шулимова, социальная ответственность бизнеса – это экономический институт *капитализма* (выделено авторами – С. П., О. Ф.), представляющий собой модель закрепления общественно значимых функций (институций), выражающихся в меценатстве, спонсорстве, корпоративной благотворительности, социальном ориентированном маркетинге, волонтерстве и пр. [11]. Это не означает, что бизнес живет в полной гармонии с обществом и его членами, однако, именно социальная ответственность способна примирить потребителей товаров и услуг и их производителей на фоне социальной стратификации.

Инвестировать свой экономический капитал в социально значимые сферы экономики может только крупный или, в крайнем случае, средний бизнес – именно представители крупного и среднего бизнеса способны взаимодействовать с государством как равноправные агенты; представители малого бизнеса и индивидуальные предприниматели могут только надеяться на адекватную социально-экономической ситуации политику государства в сфере налогообложения, создания законодательной основы поддержки малого бизнеса, ориентированного в своей деятельности на создание жизненно необходимых благ и услуг.

Значительная часть сферы услуг в системе социально-экономического пространства представлена предприятиями и учреждениями среднего и малого бизнеса, общая доля которого в ВВП России невелика – порядка 21-22% [4]. В Волгограде более 40 тыс. предприятий малого и среднего бизнеса, на которых занято около трети трудоспособного населения [2]. Развитие сферы услуг обеспечивается разнообразием сервисной деятельности, реализуемой в сфере малого и среднего бизнеса: образовательные, финансово-кредитные, медицинские, информационно-телекоммуникационные, медицинские, туристские, услуги бытового обслуживания, транспортные и т.д. В то же время значительная доля платных услуг населению приходится на индивидуальных предпринимателей: в 2013 году 44,8% от общей доли реализуемых услуг по Волгоградской области были оказаны индивидуальными предпринимателями [9, с. 53].

Приоритетными видами предпринимательской деятельности в Волгограде являются сфера торговли и сфера услуг, при этом по численности преобладают индивидуальные предприниматели и микропредприятия [7] (данные по 2013 году). Политика власти Волгограда направлена на поддержку и развитие малого и среднего предпринимательства: в 2010 году администрацией Волгограда Постановлением № 2877 была утверждена муниципальная целевая программа «Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в Волгограде» на 2011-2013 гг., а Постановлением администрации Волгограда от 17.12.2013 г. № 2034 она была продлена на 2014-2016 гг. Цель программы – создание условий для устойчивого развития малого и среднего предпринимательства в Волгограде. Общий объем финансирования Программы 9 млн руб., источник финансирования – бюджет Волгограда и областной бюджет [5].

С целью устранения асимметричности развития сервисной деятельности (в Волгограде и Волгоградской области преобладают торгово-посреднические услуги) Программа предусматривает информационную, организационно-методическую, финансовую поддержку, в первую очередь, субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере коммунального хозяйства и обслуживании жилищного фонда, въездного, внутреннего туризма и гостиничного бизнеса, бытового обслуживания населения. Для решения задач Программы предусматривается привлечение общественных объединений предпринимателей и некоммерческих организаций (Волгоградская Торгово-промышленная палата, Некоммерческое партнерство «Волгоградский актив предпринимателей» и его районные представительства, Волгоградское областное отделение общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», Волгоградское областное региональное отделение общероссийской общественной организации «Деловая Россия» и пр.), которые призваны реализовать задачу организации взаимодействия между агентами предпринимательства, государством и обществом. Таким образом, создается инфраструктура поддержки среднего и малого предпринимательства в сфере реализации социально значимых товаров и услуг.

Однако практическая реализация Программы выявляет ряд противоречий. По мнению О. Ф. Мещерякова, президента общественной организации «Ассоциация предпринимателей города Волгограда», бизнес в регионе находится в крайне тяжелой ситуации: повышение страхования муниципальной собственности и арендной платы, кадастровой стоимости земли, предпринятое правительством региона в 2012-2013 гг., привело к сокращению численности субъектов среднего и малого предпринимательства – с 97,7 тыс. в 2012 г. до 87,4 тыс. в 2013 г., а с начала 2014 г. их количество сократилось еще на 4%. Предприниматели отмечают, что тормозят развитие бизнеса в социально значимых сферах производства противоречия между законодательством на федеральном, региональном и местном уровнях, высокая степень инспектирования и контроля, слабая поддержка местных властей, неравные условия хозяйствования, когда для одних создаются конкурентные преимущества, а для других – административные барьеры [6].

Таким образом, развитие института сервиса в регионе связано, в том числе, с уровнем взаимодействия между государством и бизнесом. Значительное влияние на развитие сервиса, по нашему мнению, оказывает партнерство государство и бизнес-структур в рамках государственно-частного партнерства, т.к. формирует новые социально-экономические структуры в социально значимых сферах общественной жизни, создает условия для инвестирования экономического капитала в человеческий капитал, повышение уровня и качества жизни индивида и социума в целом. Недостаточная развитость государственно-частного партнерства в регионе тормозит и развитие сферы предоставления социально значимых услуг, а непоследовательная политика региональных властей в вопросах поддержки развития предпринимательства не создает условий для взаимовыгодного диалога государства и бизнеса.

#### *Список литературы*

1. **Бурдые П.** Формы капитала // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / пер. М. С. Добряковой. М.: РОССПЭН, 2004. 519 с.
2. **Департамент предпринимательства и потребительского рынка администрации Волгограда** [Электронный ресурс]. URL: <http://dppr.volgadmin.ru/Business/SupportProgramm.aspx> (дата обращения: 02.10.2014).
3. **Лавлок К.** Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегии. М. – СПб. – Киев: Издательский дом «Вильямс», 2005. 982 с.
4. **Медведев: Доля малого и среднего бизнеса в экономике РФ «не слишком велика»** [Электронный ресурс] // РосБалт/Бизнес. URL: <http://www.rosbalt.ru/business/2014/02/03/1228690.html> (дата обращения: 28.07.2014).
5. **Об утверждении муниципальной программы «Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в Волгограде» на 2014-2016 годы** [Электронный ресурс]: Постановление администрации г. Волгограда от 17.12.2013 г. № 2034 (ред. от 23.06.2014 г.). URL: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc; base=RLAW180;n=103569; from=96087-0;rnd=0.08515232180502163> (дата обращения: 29.07.2014).
6. **Предприниматели Волгограда о поддержке бизнеса властью – на словах и на деле** [Электронный ресурс] // Информационное агентство «Высота 102.0». URL: <http://v102.ru/econom/45779.html> (дата обращения: 29.07.2014).
7. **Предпринимательский потенциал муниципальных преобразований Волгоградской области** [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал Волгоградской области. URL: [http://www.investvolga.com/small\\_and\\_medium\\_business/%D0%B5ntrepreneurial\\_potential/](http://www.investvolga.com/small_and_medium_business/%D0%B5ntrepreneurial_potential/) (дата обращения: 29.07.2014).
8. **Рейтинг регионов ГЧП-2014. Развитие государственно-частного партнерства в субъектах РФ.** М.: Центр развития государственно-частного партнерства, 2014. 19 с.
9. **Социально-экономическое положение Волгоградской области в январе-сентябре 2013 года: доклад** / Терр. орган Фед. службы гос. статистики по Волгоград. обл. Волгоград: Волгоградстат, 2013. 192 с.
10. **Стратегия социально-экономического развития Волгоградской области до 2020 года** [Электронный ресурс]. URL: [http://economics.volganet.ru/folder\\_3-N/folder\\_2/](http://economics.volganet.ru/folder_3-N/folder_2/) (дата обращения: 28.07.2014).
11. **Фролов Д. П., Шулимова А. А.** Институциональная системность социальной ответственности бизнеса (природа, институции, механизм) // Журнал институциональных исследований. 2013. Т. 5. № 1. С. 124-141.

#### **STATE AND BUSINESS: WAYS OF INTERACTION UNDER CONDITIONS OF SERVICE DEVELOPMENT (BY THE MATERIAL OF VOLGOGRAD REGION)**

**Pankratov Sergei Anatol'evich**, Doctor in Political Sciences, Professor  
*Volgograd State University*  
*C\_pankratov@yandex.ru*

**Fokina Ol'ga Anatol'evna**, Ph. D. in Pedagogy  
*Volgograd State Academy of Postgraduate Education*  
*Olfa60@yandex.ru*

The article considers the prospects and contradictions of the interaction of regional authority and business organizations under the conditions of developing the institution of service. Business is not only pursuing its own goals deriving social-economic benefits from partnership with the state, but is able to influence the social-economic parameters of the region development. In its turn, the state within the framework of partnership with business agents sets a task of effective fiscal redistribution in favor of the solution of socially significant problems. The analysis of the social-political and economic development of Volgograd region proves ineffective interaction between the regional authority and business that affects the formation of new social and economic structures.

*Key words and phrases:* social institution of service; sphere of service; public-private partnership; social responsibility of business; interaction between state and business; social policy; small and medium business.