Korkmazov Artur Ruslanovich, candidate of political Sciences, research fellow, Institute of sociology and regional studies; Southern Federal University (160, Pushkinskaya str., Rostov-on-Don, 344006, Russian Federation). E-mail: korkmazov87@mail.ru
Aroyan Ashkhen Sergeevna, candidate of political Sciences, associate Professor of political science and ethnic policy; South-Russian Institute of Management – Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (70/54, Pushkinskaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation). E-mail: ashkhen-aroyan@yandex.ru

**INTER-ETHNIC CONFLICTS IN SOUTHERN RUSSIA:
THE MOST INTENSE REGIONS**

Abstract
The article analyzes the direction changes of the identity of ethnic groups in the South of Russia, studied the process of revival of ethnic identity in Russia, discusses the ethnic tension rating of Russian regions, explored the causes of ethnic conflicts and clashes, is considered the ethnic structure of the region. Conclusions about possible directions and prospects of development of interethnic tension in the regions of the Russian Federation. Article is executed within an internal grant of SFU № ВнГр-07/2017-22 "Transconflict regions as a phenomenon of the geopolitical competition: social risks and resources of adaptation to humanitarian calls".
Keywords: *region, ethnic tensions, diaspora, ethnic clashes and escalation, identity, russification and ethnic consciousness.*

УДК 329 DOI: 10.22394/2079-1690-2017-1-2-137-140

РОЛЬ ПАРТИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Островский Сергей Викторович кандидат философских наук, профессор кафедры философии и методологии науки, Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54). E-mail: lora.lobova2009@yandex.ru

Лобова Лариса Александровна аспирант кафедры политологии и этнополитики, Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 70/54). E-mail: lora.lobova2009@yandex.ru

Аннотация
В статье освещены проблемы формирования малого бизнеса в Российской Федерации. Внимание акцентируется на одноплановом характере помощи малому бизнесу со стороны государственной власти. Приведены данные социологических исследований проблем малого предпринимательства выявленных в Ростовской области. Анализируется работа «партии малого бизнеса», результаты ее деятельности, проблемы функционирования, а также опыт работы данной организации в субъектах Российской Федерации.
Ключевые слова: *политическое партнерство, политические партии, малый бизнес, политический процесс, государственная власть, политическое управление.*

В государственной политике в области развития малого бизнеса сложилась ситуация когда с одной стороны, государственная власть признает важную роль малого предпринимательства, как гаранта стабильного социально-экономического развития страны. С другой, проблемы, с которыми сталкивается малый бизнес, не находят должного понимания со стороны государственных структур и продолжают вяло эволюционировать из года в год, меняя интенсивность и отраслевую направленность.

Даная дихотомия политического курса подтверждается данными социологического опроса, проведенными в Ростовской области. На вопрос какие основные трудности мешают заниматься предпринимательской деятельностью 49,5 % респондентов видят множество

контролирующих органов, 47,34% большие налоги, 24, 25% - изъяны нормативно-правовой основы, 30,56%-бюрократизм, 24,25% необоснованные проверки прокуратуры, МВД, налоговых органов [1, с. 26], что выглядит достаточно парадоксальным в императиве Президентского послания Федеральному собранию от 4 декабря 2014 года. В.В. Путин указал на необходимость «надзорных каникул» для малого и среднего бизнеса (отсутствие плановых проверок в рамках государственного и муниципального контроля) на три года, но только для тех, кто в течение трех лет не имел существенных нареканий.

На невыполнение данных мер указал Президент в послании Федеральному собранию уже 2016 года [2]. «Опросы показывают, что предприниматели пока не видят качественных подвижек в деятельности контрольных и надзорных ведомств. Все поручения на этот счёт давно и не единожды даны. Уж сколько мы говорим на этот счёт, всё сокращаем и сокращаем эти полномочия. Где-то сокращаем, они где-то опять вырастают» [3].

Подобные «качели» наблюдаются и в других институциональных сферах. Введенные налоговые каникулы для некоторых форм деятельности предпринимателей сопровождаются повышением налогов на других. Также, вопреки заявлению президента В.В. Путина в 2014 году в послании федеральному собранию о введении моратория на повышение налогов, общая нагрузка на бизнес растет, и она связана, прежде всего, с новыми неналоговыми платежами, изменениями методики определения налогооблагаемой базы, этому способствующие [4].

Комплекс проблем малого бизнеса дополняется и осложняется отсутствием должной поддержки со стороны государства, непониманием реальных проблем бизнеса, отсутствием налоговых, кредитных и иных преференций.

Государственные шаги носят скорее фрагментарный, одноплановый характер помощи МБ, но не системный, а порой и противоречивый, создавая впечатление двух и более центров власти политического управления. Сложилась система государственного управления, которая не позволяет определить, сформулировать критически значимые направления (малый бизнес, теневая экономика, борьба с коррупцией, антимонопольная политика). Существующие группы, встроенные в политическую систему раскачивают маятник политических интересов. Очевидно отсутствие целеполагающего фактора в системе государственного управления, и как следствие не проработанность концептуальной основы поддержки малого предприятия и приводят к имеющимся часто неблагоприятным результатам.

Современные отечественные условия становления капитализма, пронизанные элементами непотизма, стремлением к монополизму, демонстрируют свою неспособность создать точек роста для экономической основы существования среднего класса.

В формате либерально-монетаристской модели становления новой суверенной России «российские реформаторы рассматривали в качестве главного системообразующего объекта преобразований крупное производство, а в качестве главной арены политической борьбы выделяли верхние эшелоны власти без образования широкого демократического движения, ориентированного на создание социального рыночного хозяйства» [5, с.330]. В этих условиях отсутствуют устойчивые институциональные формы взаимодействия малого бизнеса с властью, определяя его политическое «сиротство», а значит незащищённость, как социально-экономического слоя.

Партия малого бизнеса России (ПМБР), созданная в Великом Новгороде, предприняла попытку совместно с «партией роста» побороться за интересы малого бизнеса на парламентских выборах осенью 2016 года.

В предвыборной программе партия малого бизнеса обозначила приоритеты в областях, которые, по их мнению, нуждаются в трансформационных процессах:

Изменения банковской системы кредитования бизнеса в сторону смягчения условий для МБ; налогового законодательства и пенсионной системы; в лесной, таможенной политике, транспортной отрасли, миграционной политике, в области ЖКХ также предлагаются изменения. Развитие и процветание малого бизнеса связано с коренными изменениями в судебной системе, где видится необходимость пересмотреть кадровую политику в сфере судопроизводства.

Главным тезисом партии, является процесс поддержки и защиты малого бизнеса на всех уровнях: становления, обучения, развития. В силу отсутствия достаточных знаний в области ведения малого бизнеса, нормативно-правовой базы, отсутствия навыков ведения диалога с политико-административной элитой, со стороны бизнеса ответной реакцией в условиях неопределенности часто и является общественная безынициативность и отсутствие динамичного развития малого сектора экономики, уход в тень.

Что касается «партии роста», которую возглавил уполномоченный по правам предпринимателей РФ Борис Титов, то, здесь предвыборная программа отличалась разнообразием в определении целевой аудитории, не ограничиваясь электоратом в лице предпринимателей.

Результат коалиции двух партий, партии роста и партии малого бизнеса на парламентских выборах определился в 1,11% голосов [6], не дотянув даже до 3% барьера. Ведущие политтехнологи отмечали предсказуемость такого провального результата и апеллировали тем, что партия совершила целый ряд ошибок еще на начальном этапе, отказав ведущим политтехнолагам страны в технологической конкретизации своих предвыборных программах. Как указано в одном из авторитетных изданий «за два месяца до дня выборов в Госдуму партийный проект Бориса Титова известен только журналистам и политологам», что явилось основанием для некоторых политтехнологов считать партию роста спойлером для демократических партий.

На наш взгляд низкий результат на выборах мог быть получен из-за низкой узнаваемости партии, что связано со слабостью пиар компании партии. Что касается содержательной стороны предвыборной программы, то она походит, скорее на лозунги социального популизма, нежели на конкретные концептуальные предложения, способные привлечь «неопределившегося избирателя», которого не удовлетворяют достаточно известные парламентские партии. Которые, кстати, в своем большинстве в предвыборных программах содержат похожие предложения.

Очевидно, что одним из социально-политических эффектов глобализации является то, что в современной социально-политической системе партиям, в том числе и партии малого бизнеса, приходится работать с различными группами влияния на политические процессы, где большинство, входящих в эти группы «национальных элит» переходит от управления в интересах наций-государств, созданных Вестфальским миром, к управлению этими же нациями в интересах глобальных сетей, объединяющих представителей финансовых, политических и технологических структур и не связывающих себя с тем или иным государством. Естественно, такое управление осуществляется в пренебрежении к интересам обычных обществ, сложившихся в рамках государств, и за счет этих интересов (а порой и за счет их прямого подавления) и, строго говоря, носит характер жесткой эксплуатации» [7, с. 745-746]. Тенденциозно устанавливается политический порядок, выражающий своекорыстную волю новых властителей и тех, кто контролирует их извне. Когда в стране имеется 5-10% представителей политической элиты, которые работают на вышеизложенные интересы, то дальнейшие события в стране будут развиваться в нужном направлении в силу действия режима автосинхронизации [8].

Видимо, можно зафиксировать образующуюся и расширяющуюся пропасть между интересами российского малого бизнеса и политических элит, которые многопланово и существенно ангажированы интересами международного транснационального капитала, от которого, кстати говоря, социально-исторически и концептуально зависят[1].

Данный разрыв может быть заполнен формированием формированием политической элиты, которая являлась бы политическим актором субъектов малого бизнеса. Хотелось бы думать, что образование партии малого бизнеса является шагом в этом направлении.

Положительный эффект имела бы программа партии концептуальная основа которой, опирается на когнитивные ресурсы, с помощью которых моделируются последствия несистемных решений по поводу бизнеса и др. форм социальной активности. При таком подходе удалось бы просчитывать наиболее действенные изменения в управленческой сфере, учитывая группы влияния и их политические проявления. Так как точечное улучшение положения малого бизнеса при существующей политической конъюнктуре будет иметь краткосрочный характер, или вовсе негативно отражаться в другой сфере деятельности предпринимательства.

Появление партии защищающей интересы малого бизнеса свидетельствует о нескольких разнонаправленных тенденциях. Во-первых, появился значительный интерес у представителей малого предпринимательства к политике, что положительно может характеризовать демократические процессы в стране. Появилось желание воздействовать на характер принимаемых решений. Во-вторых, начинает меняться отношение населения к предпринимательской деятельности, хотя до сих пор часть населения продолжает относиться с подозрением к частному предпринимательству. Электорат начинает воспринимать бизнес как нормальное явление. Ведь деятельность партии может выражаться не только в лоббировании и поддержке интересов

[1] Экономическая ангажированность политических эли – особая серьезная и специальная тема. Однако интуитивно ясно, что она существенна.

партии, но и в разработке экономически и социально значимых проектов, способных улучшить экономическую ситуацию в стране. Недоверие населения к частному бизнесу проблема не только самого бизнеса, но и власти, которая в постперестроечный период не создала условий для формирования благоприятного образа предпринимателя в общественной среде.

Литература

1. *Старостин А.М., Понеделков А.В. и др.* Власть, бизнес, гражданское общество: модели взаимодействия (отечественный и зарубежный опыт). Информационно-аналитические материалы Круглого стола с международным участием. – Ростов н/Д: Издательство ЮРИУ РАНХиГС, 2016.
2. Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 04.12.2014 "Послание Президента РФ Федеральному Собранию" // "Российская газета", N 278, 05.12.2014.
3. *Буторина Е.* В кризис бизнесу надо помогать, а не отбирать последнее. Официальный сайт журнала «Профиль» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.profile.ru.
4. Официальный Сайт информационного аналитического агентства «Партию Роста» и «Родину» уличили в провале федеральной кампании. Самые «горячие» округа в УрФО [Электронный ресурс] Режим доступа: https://ria.ru/politics/20160704/1457956673.html.
5. *Ашин Г.К., Понеделков А.В., Старостин А.М., Кислицын С.А.* Основы политической элитологии. Изд.2-е, испр. И доп. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 504 с.
6. Госдума: четыре "списка", 2 партийных одномандатника и самовыдвиженец // Официальный Сайт аналитического журнала Эксперт [Электронный ресурс] Режим доступа: http://expert.ru/2016/09/18/v-gosdumu-prohodyat-chetyire-partii/.
7. *Делягин М.* Светочи тьмы. Физиология либерального клана: от Гайдара и Березовского до Собчак и Навального. (Серия «Коллекция Изборского клуба») – М.: Институт проблем глобализации, Книжный мир, 2016. 800 с.
8. *Ефимов В.А.* «Концептуальная власть»: Общественная инициатива; СПб., 2003, [Электронный ресурс] Режим доступа: http://lit.md/files/kob-other/Efimov-Konceptualnaya_vlast.pdf.

Ostrovskiy Sergey Viktorovich, candidate of philosophical Sciences, professor department of philosophy and methodology of science; South-Russia Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. (70/54, Pushkinskaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation). E-mail: lora.lobova2009@yandex.ru

Lobova Larisa Aleksandrovna, a postgraduate student of Department of political science and ethnopolicy; South-Russia Institute of Management – branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. (70/54, Pushkinskaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation). E-mail: lora.lobova2009@yandex.ru

ROLE OF THE PARTY IN THE POLITICAL INSTITUTIONALIZATION OF THE SMALL BUSINESS

Abstract

The article considers problems of formation of small business in the Russian Federation, as well as the data of sociological research the problem of small business identified in the Rostov region. The author analyzes the work of the party of small business, the results of its operations, problems functioning, and also experience of the organization in the constituent entities of the Russian Federation.

Keywords: *political partnership, political parties, small business, political process, government, political control.*