

Без региональных брендов не будет децентрализации

Президент России Дмитрий Медведев недавно снова обратился к весьма животрепещущему вопросу о том, как обустроить регионы России. Он собрал на совещание нескольких губернаторов, поставив перед ними вопрос о децентрализации и передаче на региональный уровень части полномочий, ныне закрепленных за федеральным центром.

Конечно, в своей вступительной речи президент не предлагал особенно радикальных идей и высказался за некий баланс сил между федеральным центром и регионами: «Сразу могу сказать: я не уверен, что мы найдём идеальную схему, но самое главное – пробовать и стремиться к тому, чтобы достичь баланса сил, баланса полномочий... чтобы вам каждый раз не бегать по московским кабинетам для того, чтобы решить какие-то элементарные вопросы», — заявил Дмитрий Медведев на заседании 24 июня 2011 года.

Но буквально на первом же выступающем эта тема свернула на межбюджетные отношения. Президент Республики Башкортостан Рустэм Хамитов, сказав несколько слов о нужности и важности децентрализации полномочий, тут же перевел разговор на другую тему, предложив организовать лоббирование интересов регионов через Совет Федерации, и дальше весь разговор свелся к обсуждению роли Совета Федерации и кандидатуры на пост спикера губернатора Санкт-Петербурга Валентины Матвиенко.

При чтении опубликованной на сайте президента России стенограммы встречи складывается полное впечатление, что совещание проводилось не сколько ради решения вопроса о децентрализации, сколько для обсуждения кандидатуры на замещение поста спикера Совета Федерации. Все остальные главы регионов высказывались только по кандидатуре Матвиенко, тогда как по самому вопросу децентрализации полномочий ничего существенного сказано не было.

Единственное, что можно признать за некое предложение – это высказывание Дмитрия Медведева о роли Совета Федерации: «Вы знаете, если говорить вообще о власти, мы же с вами сегодня действительно говорим о децентрализации власти, о том, какие поручения дать, то роль палаты регионов, конечно, должна укрепляться». Но это «укрепление» в конечном итоге свелось к тому, чтобы предложить спикером СФ Валентину Матвиенко.



В общем и целом совещание не только не решило вопроса о децентрализации полномочий, но и даже не

рассмотрело хоть в каком-то приближении весь тот клубок вопросов, связанных с этой темой.

То единственное предложение, которое высказал Дмитрий Медведев об укреплении роли Совета Федерации, на деле не имеет отношения к децентрализации полномочий. Децентрализация в самом общем виде — это передача полномочий принимать окончательные решения по определенному кругу вопросов в нижестоящие органы власти. К примеру, если децентрализованы полномочия о строительстве местных дорог и они (вместе с финансированием) переданы региональному правительству, то это означает, что регион может самостоятельно принять решение о том, строить ли ему местную дорогу, где и как, без какого-либо предварительного утверждения, согласования или разрешения федерального центра. Но ничего подобного на совещании даже близко не обсуждалось.

Согласно статье 106 Конституции России, Совет Федерации обязательно должен рассматривать и утверждать федеральные законы по вопросам федерального бюджета, федеральных налогов и сборов. В последние годы в налоговое законодательство принимались поправки, которые передавали один налог за другим на федеральный уровень. Это и привело к тому, о чем говорил Рустэм Хамитов, что у муниципалитетов и поселений просто не стало денег на какие-либо проекты. Они стали зависимы от бюджетных дотаций. Для примера, если в 2002 году в городском бюджете Междуреченска Кемеровской области оставалось около 25% налогов, то в 2008 году в результате бюджетных реформ — только 5,6%. За это же время доля собственных доходов сократилась с 85,5% до 46,9%.

Все эти законы, которые в конце концов иссушили бюджеты регионов, муниципалитетов и поселений, прошли через Совет Федерации и были сенаторами утверждены. Иными словами, образно выражаясь, сенаторы сами себе затягивали петлю на шею. Непонятно, почему Хамитов обращается к президенту по поводу зависимости от дотаций. Ему надо было бы спросить своего предшественника Муртазу Рахимова, почему он голосовал за такие законы, которые оставили всю Республику Башкортостан без денег. Все это позволяет сказать, что «усиление роли» Совета Федерации ничего для регионов не даст.

На совещании все приглашенные главы регионов расхваливали Валентину Матвиенко. «И опыт губернаторский уже колоссальный», — заявил губернатор Рязанской области Олег Ковалев.

Между тем приглашенные Медведевым губернаторы то ли не знали, то ли не захотели признавать, что огромную и определяющую роль в деятельности Валентины Матвиенко играл сам Санкт-Петербург — город с мощной промышленностью и транспортом, с крупным населением, а самое главное, с отточенным за 300 лет существования имиджем и хорошо узнаваемым брендом, над которым больше 200 лет трудились самые выдающиеся люди России. Это типичный случай, когда место красит человека. Если бы Валентина Матвиенко руководила бы каким-нибудь отсталым и депрессивным регионом, серым и невыразительным, то вряд ли бы ее сейчас двигали в спикеры Совета Федерации. Если мысленно поменять Ковалева и Матвиенко местами, то вполне представимо, что Матвиенко могла бы сказать о Ковалеве: «И опыт губернаторский уже колоссальный».

Имидж и бренд Санкт-Петербурга имеет и экономическую оценку. Скажем, в 2010 году доходы от туризма составили колоссальную сумму в 215 млрд рублей, примерно 11% от регионального продукта. Это в два раза больше, чем весь бюджет Красноярского края (115,5 млрд рублей) и в 9,7 раза больше бюджета Рязанской области (22 млрд рублей). Нетрудно себе представить, какой был бы экономический рост в этих регионах, если бы им удавалось заработать на туризме хотя бы десятую часть того, что зарабатывает Санкт-Петербург.

Туризм — это наиболее простой для регионов способ добиться у себя экономического роста и заработать деньги на исполнение самых разнообразных полномочий, которых и так у регионов достаточно. Туризм может развиваться даже в самых депрессивных регионах, он не требует грандиозных капиталовложений, инвестиции в него достаточно быстро окупаются. Но туризм невозможен без бренда и имиджа, яркого, запоминающегося и интересного. Туристы не поедут в «The Middle of Nowhere» (такой слоган предложили для своего города некоторые новосибирские горе-дизайнеры; этот пример — просто апофеоз серости и убожества логотипов, которые во многих регионах пытаются сделать «на коленке»), или в «Край металлургов и хлеборобов». Нужен оригинальный бренд для каждого региона, наполненный содержанием и смыслом.

К счастью, в России культурное разнообразие очень велико, и для этого есть все возможности. Некоторые регионы вполне могут завести себе по 2-3 бренда мирового уровня и развить на этой основе мощную туристическую отрасль. Если только им не мешать, требуя по любым поводам федеральных «согласований». А то ведь иногда попытки вырастить яркий региональный бренд воспринимаются иными рьяными «имперцами» как «сепаратизм», и против тех, кто этот бренд пытается создать, начинается кампания клеветы. К примеру, сколько «патриотических» обвинений выплеснуто на тех калининградцев, которые пытаются

воссоздать исторический бренд Кёнигсберга. Между прочим, по своему потенциалу этот бренд едва ли слабее петербургского, и если инициативы местных краеведов найдут поддержку бизнеса, Калининград легко может обеспечить к себе немалый приток европейских туристов и инвесторов. Но город, цепляющийся за свое советское прошлое, вряд ли будет настолько же привлекателен... Это чем-то похоже и на нынешнюю ситуацию в Карелии, где вместо туристического развития приграничных районов, которым могли бы заняться местные предприниматели, федеральные власти превратили их в мертвую «погранзону»...

Так что, если и поднимать тему о децентрализации полномочий, то в числе самых первых и необходимых мероприятий должно быть создание и развитие оригинальных региональных брендов. Во многих местах властям даже не нужно прикладывать для этого усилий, а просто не мешать своим гражданам.

Источник: rk.karelia.ru

Автор: Дмитрий Верхотуров © Babr24.com ПРИБАЙКАЛЬЕ, МИР 👁 6930 04.07.2011, 16:15

URL: <https://babr24.com/?ADE=94587> Bytes: 8208 / 8143 [Версия для печати](#) [Скачать PDF](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Дмитрий
Верхотуров.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](https://t.me/babr24_link_bot)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](https://t.me/bur24_link_bot)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](https://t.me/irk24_link_bot)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](https://t.me/kras24_link_bot)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](https://t.me/nsk24_link_bot)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](https://t.me/tomsk24_link_bot)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)