

На правах рукописи

Сергеев Александр Иванович

**Политическая институализация предпринимательства как
фактор становления гражданского общества в России**

Специальность 23.00.02 – политические институты, этнополитическая
конфликтология, национальные и политические процессы и технологии
(политические науки)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени кандидата политических
наук

Москва - 2009

Работа выполнена на кафедре прикладной политологии
Государственного университета – Высшей школы экономики

Научный руководитель: доктор политических наук, профессор
Нисневич Юлий Анатольевич

Официальные оппоненты: доктор политических наук, профессор
Шомина Елена Сергеевна

кандидат политических наук, ассистент
Кинякин Андрей Алексеевич

Ведущая организация Северо-Западная Академия
государственной службы

Защита диссертации состоится «16» июня 2009 г. в 16.00 ч. на заседании
Диссертационного совета Д 212.048.08 в Государственном университете –
Высшей школы экономики по адресу: 101990, Москва, ул. Мясницкая, 20,
аудитория 309.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Государственного
университета – Высшей школы экономики

Автореферат разослан: « ___ » _____ 2009 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор исторических наук,
профессор

И.Б. Орлов

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Глубокая трансформация экономической и политической системы России, начавшаяся в последнее десятилетие XX века, обусловила формирование и развитие нового социального слоя и такого феномена современного общества, как предпринимательство. В отличие от стран Восточной Европы, где социально-экономические корни предпринимательства были глубже, чем в России, а процесс выкорчевывания его традиций не зашел так глубоко, как в Советском Союзе, российский бизнес начал развиваться, прежде всего, на базе крупных государственных промышленных корпораций. Ядром нового класса предпринимателей в значительной мере стали представители партийной, комсомольской и хозяйственной номенклатуры – политического и управляющего класса советского общества. Параллельно в стране начал развиваться и традиционный для всего мира малый и средний бизнес в сфере производства, обслуживания и услуг.

Крупный корпоративный бизнес, связанный, в первую очередь, с сырьевыми отраслями экономики, ориентированными на экспорт, был особенно остро заинтересован в государственном протекционизме, и поэтому быстро начал экспансию в политическую сферу. Начиная с 1993 года, он активно участвовал в избирательных кампаниях, постепенно расширяя сферу своего присутствия в органах законодательной и исполнительной власти.

Политические реформы В.В. Путина, предпринятые в 2000-2008 годах, несколько ослабили влияние крупного бизнеса на политику, переместили его активность из области публичной политики в теневую, неформальную сферу. Тем не менее, бизнес продолжает оставаться одним из важнейших субъектов общественной жизни, политическим актором и участником процесса принятия политических решений.

Современный российский бизнес является также наиболее организованной и активной частью гражданского общества, способной стать

локомотивом развития последнего и обеспечить превращение гражданского общества в реальную общественную силу, способную на равных вести диалог с государством.

Одно из необходимых условий эффективного участия предпринимательства в развитии российского гражданского общества – легализация и институционализация политического участия российского предпринимательства, закрепление сферы ответственности современного бизнеса в политике.

Таким образом, актуальность темы диссертационной работы определяется как теоретической значимостью исследования различных аспектов взаимодействия власти и бизнеса в политическом пространстве, тех изменений, которые наметились в этой сфере за последние годы, так и практическими задачами определения форм и механизмов политической институционализации предпринимательства.

Степень научной разработанности проблемы. С середины XIX века предпринимательство, как явление экономической и общественной жизни, традиционно находится в сфере интересов экономической и политической наук. Такие ученые, как К. Маркс, М. Вебер, Р. Кантильон, В. Зомбарт, Жан Палевский, Й. Шумпетер, Л. Мизес, Ф. Хайек, П. Самуэльсон, П. Верхан и др. рассматривали бизнес не только как экономический, но и как социально-политический феномен.

Для научного осмысления политической роли бизнеса большое значение имело появление неинституциональной теории. Неинституционализм предложил единую парадигму для описания различных элементов социально-политической реальности и тем самым позволил продвинуться в понимании макрополитического процесса¹, органично связать такие концепции, как

¹ См.: *March J.G., Olsen J.P.* The New Institutionalism: Organizational Factors in Political Life // *American Political Science Review*. 1984. Vol. 78. No. 3. *Гудин Р., Клингеманн Х.* Политическая наука как дисциплина // *Политическая наука: новые направления*. - М., 1999. *Алисова Л.* Взаимодействие политических партий как фактор реформирования общества. - М: МГСУ. 1996. *Кирдина С.* Институциональные матрицы: макросоциологическая объяснительная гипотеза // *Социс*, 2001, № 2. *Путере Б.* Политические институты: вчера и сегодня // *Политическая наука: новые направления* - М., 1999. *Попов Э.* Институционализм российской

политический институт, политическая институционализация, политические интересы², политические отношения, политическое управление и пр.

С начала 1990-х годов возрождающееся российское предпринимательство становится предметом исследований политологов, экономистов, социологов. Большое внимание уделяется реанимации и реабилитации самой категории «предпринимательство», условиям его формирования и развития, взаимодействию бизнеса с властными структурами³.

Многие российские исследователи посвятили свои работы политической активности бизнеса в складывающейся политической системе, проблемам, тенденциям и перспективам взаимовлияния политики и бизнеса: А.И. Агеев, С. Барсукова, А.Э. Бинецкий, А.В. Дахин, В. Звягинцев, А.Ю. Зудин, В.С. Комаровский, А. Кустарев, О.В. Крыштановская, Н.Ю. Лапина, В.А. Лепехин, И.К. Пантин, Я.Ш. Паппэ, С.П. Перегудов, В.В. Радаев, Г.Ю. Семигин, Ф.И. Шахматов, Т.П. Черников, Д.А. Черникова, О.Ф. Шабров, и др.⁴

демократии // Социс, 2001, № 5. *Тарасов Е.* Государство как институт политической системы. // Социально-политический журнал, 1994, № 2.

² Среди современных отечественных авторов, разрабатывающих проблемы интереса, следует отметить работы А.Г. Здравомыслова, В.А. Кулинченко, Г.Л. Купряшина, Г.П. Лесникова, С.В. Рогачева, О.Ю. Свиридова, А.И. Соловьева и др. См., например: *Здравомыслов А.Г.* О соотношении экономической и политической власти в переходный период / Куда идет Россия? Альтернативы общественного развития - М., 1994. *Кулинченко В. А.* Проблемы гражданского общества в России // Политическое управление - М.: РАГС, 1998; *Купряшин Г.Л., Соловьев А.И.* Государственный менеджмент - М., 2004. *Лесников Г.П.* Система диалектических отношений экономики и политики. - М., 1995. *Рогачев С.В.* Экономические отношения между государством и сельскохозяйственными предприятиями - М., 1969.

³ См.: *Андреевкова Н.* Предпринимательство в России // Власть, 1995, № 1. *Афанасьев Г.* Новый предпринимательский риск: чиновный произвол и противодействие ему // Власть, 1994, № 12. *Бабаева Л.* Образ предпринимателя на страницах газет // Деловой мир, 1992, № 48. *Бусыгин А.В.* Предпринимательство. - М.: Интерпракс, 1994; *Быков В.* Объединения предпринимателей и Торгово-промышленная палата Российской Федерации в 1994 году // Власть, 1995, № 3. *Вьюницкий В.* Человек в цилиндре, или каким видится народу предпринимательский класс // Бизнес и политика, 1995, №5. *Рогачев С.В.* Политический механизм регионального управления и предпринимательство // Предпринимательство и власть: проблемы взаимодействия - М., 1994. *Шамхалов Ф.* Новое российское предпринимательство. - М.: Экономика, 1994. *Семенов И.* Корпоративное гражданство и перспективы глобальной управляемости // Неприкосновенный запас, 2006, № 4-5. *Иноземцев В.* Корпорация «Россия»: Желательна ли такая перспектива и насколько она возможна? // Неприкосновенный запас, 2006, № 4-5.

⁴ См. *Агеев А.И.* Предпринимательство: проблемы собственности и культуры - М., 1991. *Барсукова С.* Власть и бизнес: новые правила игры // Полис, 2006, №6. *Барсукова С., Звягинцев В.* «Теневая» экономика и «теневая» политика: взаимные интересы. // Свободная мысль, 2006, №7-8. *Бинецкий А.Э.* Лоббизм в современном мире.- М.: ТЕИС, 2004. *Дахин А.В.* Система государственной власти в России: феноменологический транзит // Полис, 2006, № 3. *Зудин А.Ю.* Бизнес и политика в посткоммунистической России. – М.: ЦПТ, 1995. *Комаровский В.С.* Государственная служба и СМИ - Воронеж, 2003. *Крыштановская О.В.* Анатомия российской элиты. – М.: Захаров, 2005. *Кустарев А.* Нация - корпорация - корпорация. // Неприкосновенный запас, 2006, № 4-5. *Лапина Н.Ю.* Бизнес и политика в современной России - М., 1998. *Лепехин В.А.* Лоббизм - М.: Агентство IQ, 1995; Предпринимательство и предприниматели России. От истоков до начала XX века - М., 1997. *Пантин И.К.* Выбор России: характер перемен и дилеммы будущего // Политические исследования, 2007, № 6; *Паппэ Я.Ш.*

Особую группу источников составляют работы отечественных авторов, посвященные лоббизму и другим технологиям взаимодействия бизнеса с политическими институтами⁵.

В период предвыборных кампаний 1999 - 2008 гг. в различных периодических изданиях много места уделялось вопросам слияния крупного капитала с властью, попыткам предпринимателей стать членами Государственной Думы, финансированию предвыборных кампаний партий и отдельных кандидатов. В этих работах на фактическом материале показана степень слияния политической и бизнес-элит, их взаимовлияние и взаимозависимость⁶.

Несмотря на обилие работ, посвященных взаимодействию российского бизнеса и власти, роль российского предпринимательства в развитии гражданского общества нашей страны остается все еще недостаточно исследованной как в теоретическом, так и в практическом отношении. Не нашли достойного отражения в научной литературе и новые, наметившиеся в последние годы тенденции во взаимоотношениях бизнеса и власти, влияющие

«Олигархи». Экономическая хроника 1992-2000. – М.:ГУ-ВШЭ, 2000; *Перегудов С.П.* Политическое представительство интересов: опыт Запада и проблемы России // Политические исследования, 1993, № 4; Корпорации, общество, государство: эволюция отношений - М.: Наука, 2003. *Радаев В.В.* На изломе социальных структур // Рубеж. Альманах социальных исследований, 1995, № 6-7. *Семизин Г.Ю.* Социальное партнерство - М., 1995; Социальная политика и предпринимательство. -М.: ИСПИРАН, 1996; Финансово-промышленные группы и конгломераты в экономике и политике современной России. - М., 1997. *Шахматов Ф.И.* Предпринимательство в России: становление и проблемы развития. - М., 1996. *Черников Т.П., Черникова Д.А.* Кто владеет Россией? - М., 1998; Предпринимательство и предприниматели России. От истоков до начала XX века. - М.: «Российская энциклопедия» (РОССПЭН), 1997. *Шабров О.Ф.* Политические отношения // Политическое управление: проблемы стабильности и развития. - М., 1997.

⁵ См.: *Автономов А.С.* Лоббизм и политические партии // Представительная власть: мониторинг, анализ, информация. -1995, № 3. *Анохин М.Г.* Политический лоббизм: сущность, формы, методы. // Политическое управление. - М.: РАГС, 1996; *Бойко С.С.* Политический капитал российской корпорации и его влияние на региональный политический процесс. Дисс. канд.полит.наук, М., 2005. *Зяблюк Н.Г.* Лоббизм в политической системе США : Автореферат дисс. на соиск. учен. степени д-ра полит. наук. - М., 1997. *Лепехин В.А.* Лоббизм. М.: Российский Юридический Издательский Дом, 1995. *Любимов А.П.* Лоббизм как конституционно-правовой институт. - М., 1998. *Малютин М.* Кто такие лоббисты? Сама власть // Деловые люди, 1995, июнь. *Перегудов С., Семенов И.* Лоббизм в политической системе России // МЭ и МО, 1996, № 9. *Радаев В.В.* Понятие капитала, форма капиталов и их конвертация // Экономическая социология - М, 2002. *Смирнов В.В., Зотов С.В.* Лоббизм в России и за рубежом: политико-правовые проблемы // Государство и право, 1996, № 1.

⁶ *Вислогузов В.* Депутат барреля // Власть, 2003, № 48. *Геворкян Н.* Сезон олигархов // Коммерсант - Власть, 1999, № 7. *Головков А., Шахуняц А.* Правители и магнаты России на переломном этапе постперестроечной эпохи // Президент. Парламент. Правительство, 1998, № 1. *Зудин А.Ю.* Олигархия как политическая победа российского посткоммунизма // Общественные науки и современность, 1999, № 1. *Механик А.* Финансовая олигархия или бюрократия? Мифы и реалии российской политической власти // Общественные науки и современность, 1999, № 1. *Туровский Р.Ф.* Губернаторы начинают и выигрывают? Выборы законодательных собраний в 1997 г. // Политические процессы в регионах России, М., 1998.; Новые губернаторы России: один год у власти // Политические процессы в регионах России, М., 1998. *Чекалкин В.* Региональный праймериз третьих парламентских выборов // Власть 1998, № 2.

на перспективы политической институализации предпринимательства.

Целью исследования является определение влияния институализации предпринимательства, как субъекта политики в современной России, на процесс становления гражданского общества.

Для достижения поставленной цели диссертантом решаются следующие задачи.

- Рассмотрение эволюции теоретических концепций предпринимательства и его политических функций.
- Исследование особенностей формирования гражданского общества и его институтов в современной России как механизма реализации политических интересов.
- Изучение специфики политического управления как способа взаимодействия предпринимательства и государства.
- Исследование корпоратизма и политической составляющей его развития.
- Анализ особенностей и роли лоббизма в политическом процессе России.
- Изучение механизмов и форм институализации российского предпринимательства в политическом процессе.

Объектом исследования данной диссертационной работы являются социально-политические аспекты взаимодействия государства и предпринимательства как части гражданского общества и субъекта политического процесса.

Предметом исследования выступают институциональные формы взаимодействия предпринимательства и государства в контексте возможностей и перспектив влияния предпринимательства на становление гражданского общества в России.

Методология исследования. Методологической и теоретической основой диссертационного исследования является комплексный анализ совокупности

разработанных в политической и экономической теории концепций политических интересов и политических институтов, субъектов гражданского общества, включая предпринимательство; взаимодействия предпринимательства и государства в рамках процесса политического управления, а также анализ формальной и неформальной институализации предпринимательства в политической системе постсоветской России.

Автор использовал в работе результаты политологических и социологических исследований, опубликованные в индивидуальных и коллективных монографиях и периодических изданиях, включая: «Общественные науки и современность», «Pro et contra», «Журнал социологии и социальной антропологии», «Вопросы философии», «Полис», «Политические исследования», «Социологические исследования», «Социология власти», «Вестник РГНФ», «Российская федерация сегодня», «Социс», «Бизнес и политика», в периодической печати и в сети Интернет.

Научная новизна работы заключается в следующем.

– Модифицирован традиционный политологический подход к развитию гражданского общества в России: к ключевым факторам этого процесса предложено отнести политическую институализацию предпринимательства.

– Выявлены наиболее перспективные тенденции развития институтов политического представительства предпринимательства в современной России: правовая легитимация лоббистской деятельности, организация системы трипартистских консультаций и т.д.

– Предложен механизм активизации политического участия малого бизнеса - прямое стимулирование государством институализации многообразных форм взаимодействия власти с малым предпринимательством в рамках государственной «Стратегии развития России до 2020 года».

Основные положения, выносимые на защиту:

1. В условиях продолжающейся в России жесткой централизации власти и ослабления политической конкуренции, единственной силой, способной

активизировать процессы становления гражданского общества и повысить авторитет его институтов, может быть предпринимательство, нуждающееся в демократизации политической системы и общественных отношений.

2. Одной из ключевых задач современного этапа развития России является поиск оптимальных взаимоотношений власти, общества и предпринимательства. К числу необходимых условий решения этой задачи относится политическая институализация предпринимательства.

3. Процесс институализации бизнеса в российской политической и общественной жизни осложняется глубоко укоренившимся в массовом сознании негативным отношением к предпринимательству. Одним из инструментов формирования позитивного имиджа бизнеса и бизнесменов может стать такая форма политического управления, как система трипартистских консультаций.

4. Основой российского бизнеса в настоящее время являются крупные корпорации, традиционно использующие неформальные механизмы взаимодействия с властью. Политическая институализация предпринимательства (включая принятие законодательных актов, регламентирующих лоббистскую деятельность) способна в определенной мере (а) препятствовать сращиванию государства и крупного бизнеса, (б) противодействовать коррупции; (в) помочь не только крупному, но и среднему и малому бизнесу занять в политической системе нишу, отвечающую общественным интересам.

5. Сформулированная в конце 2007 года руководством России стратегия активной поддержки малого бизнеса и цивилизованного диалога с ним, в случае ее реализации позволит - через политическую институализацию новых форм взаимодействия бизнеса и государства - укрепить российскую политическую систему и обеспечить эволюционное развитие страны.

Апробация результатов исследования. Изложенные в диссертации подходы к анализу политической институализации российского предпринимательства апробировались и совершенствовались автором в течение

более чем двадцатилетней практики представления и защиты интересов российских предпринимателей и их коммерческих и некоммерческих организаций. Диссертационная работа обсуждалась на кафедре политологии Северо-западной академии государственной службы. Работа прошла обсуждение и рекомендована к защите кафедрой прикладной политологии Государственного университета - Высшей школы экономики.

Результаты исследований могут быть использованы в работе органов законодательной и исполнительной власти, при разработке программ и избирательных стратегий политических партий, организациями представительства интересов бизнеса, институтами гражданского общества, а также при проведении социологических и политологических исследований и при подготовке учебных курсов для студентов: политологов, историков, социологов, PR- и GR-менеджеров.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность исследования, формулируются его цели и задачи, выявляются научная новизна и практическая значимость исследования, раскрывается степень изученности темы, указываются методологическая и эмпирическая основы исследования.

Первая глава посвящена рассмотрению эволюции теоретических концепций гражданского общества и политических интересов (§ 1); предпринимательства, как экономического и общественно-политического феномена современного гражданского общества (§ 2); и политического управления, как способа взаимодействия предпринимательства и государства (§ 3).

Феномен гражданского общества в современной политической мысли воспринимается сквозь призму его становления на протяжении всей истории

европейской цивилизации. Начиная с XVII века, гражданское общество рассматривается как ключевое понятие в сфере политики. Вместе с тем, современная эпоха имеет свои характерные черты, связанные с итогами промышленной революции, сделавшей свободный рынок основной формой экономического общения, а экономическую сферу – важнейшей частью общественно-политической жизни. Интерес к концепции гражданского общества особенно усилился в конце XX века, когда крушение тоталитарных режимов в бывших социалистических странах поставило на повестку дня вопрос о формировании в этих государствах эффективной демократии. Становление гражданского общества было признано необходимым условием создания демократических институтов в процессе посткоммунистического транзита. В этот период появилось большое количество научных трудов, посвященных разработке теории и практики функционирования гражданского общества и его взаимодействия с властью и бизнесом.

Поскольку гражданское общество в России находится еще только в стадии становления, интересы отдельных групп лишь формируются, а организационные формы их выражения пока складываются. В сочетании с незавершенным характером модернизации, обусловившим параллельное существование современных и традиционных форм и практик организации политической деятельности, можно говорить о том, что в современной России, в условиях низкого уровня институализации функционального представительства их интересов, группы интересов предпочитают использовать традиционные механизмы неформального влияния на аппарат государственной власти, нежели содействовать формированию формальных институтов политического влияния.

Особенностями российской политической культуры, отсутствием в ней традиций добровольной и активной общественной деятельности, политического участия, большинство авторов объясняют слабость влияния гражданского общества в России на общественную жизнь и политический процесс, невысокий уровень институализации его структур и организаций. Для

изменения сложившейся ситуации, обеспечения развития и укрепления структур гражданского общества и его влияния на власть, по мнению Е. Г. Ясина необходим поиск взаимопонимания между бизнесом и гражданским обществом, их более тесная связь, поскольку бизнес не только наиболее активная и мобильная часть российского населения, но и «наиболее четко представляющая приоритеты развития страны». Он утверждает, что «без буржуазии, без капитала гражданское общество в России не разовьется».⁷

Политическое развитие государственности, нуждающееся в экономической эффективности, требует сохранения и укрепления предпринимательства, как экономического и социального феномена, пользующегося определенной самостоятельностью и способного обеспечивать развитие современной экономики. Но, содействуя развитию предпринимательства, государство порождает и одну из ключевых проблем современной эпохи, которая заключается в противоречиях между бизнесом и государством с одной стороны, и между бизнесом и гражданским обществом – с другой.

Предпринимательство существует в условиях перманентного обновления форм своей деятельности, определяемого как техническим прогрессом, так и развитием в обществе ценностных установок, стереотипов потребительского и производственного поведения граждан и хозяйственных субъектов. Очевидно, что направленность таких изменений должна сопрягаться со сдвигами в институциональной структуре хозяйственной деятельности, а в более широком плане - и общества в целом. Главное требование к институциональной структуре - это ее полнота, то есть способность обслуживать все потребности социально-экономической деятельности.

Сегодня в России формируются важнейшие направления институциональных преобразований:

- идет совершенствование нормативно-законодательной базы и механизма правоприменения;

⁷ Власть, бизнес и гражданское общество.//Общественные науки и современность, №6, 2002, с.34, 51

- продолжается реструктуризация органов государственной власти, призванная обеспечить их единство в проведении общегосударственной экономической стратегии;

- упорядочивается государственный контроль над хозяйственной деятельностью, активизируется борьба с использованием властных полномочий в корыстных интересах;

- предпринимаются попытки стимулирования малого предпринимательства, создания институтов его финансовой и технической поддержки и включение в более крупные корпоративные и территориальные формы хозяйства;

- осуществляется целенаправленное совершенствование формальных и неформальных институциональных структур и отношений, непосредственным образом влияющих на экономическую и политическую обстановку в стране.

Развитие и модернизация существующих в России институциональных политических структур, динамика этого процесса, будут определяться рядом факторов, не последнее место в ряду которых принадлежит активности предпринимательского сообщества, его самоорганизации, характеру и возможностям влияния бизнеса на власть. В свою очередь, развитость и универсальность институциональной структуры общества, ее трансформация с изменением функций существующих институтов и созданием новых, их роли и места в общественной жизни - будет определять основные тренды развития общества и его стабильность.

Проблема политической институализации предпринимательства требует осмысления таких понятий как «предприниматель», «предпринимательство» и «предпринимательская деятельность».

Со времен античности широкое распространение имела идея о негативных последствиях, вносимых в общественную жизнь крупной частной собственностью, которая затем получила сильную аргументацию в трудах теологов эпохи раннего средневековья, которые фокусировались, преимущественно, на этической стороне хозяйственных проблем. В

европейской истории чрезвычайно важным периодом в эволюции оценки предпринимательства стало время Реформации. Макс Вебер, исследовавший влияние протестантизма на хозяйственный перелом в Европе XV-XVI вв., в своей знаменитой работе «Протестантская этика и дух капитализма», показал процесс формирования общественного мнения, способствовавшего изменению отношения к предпринимательству.

Первые упоминания термина предпринимательство в науке не связывали однозначно предпринимателя и собственника. Теорию производства и распределения французского экономиста Жана-Батиста Сэя определила функцию предпринимателя как координатора производства, немецкие ученые XVIII века Г. Мангольдт и И. Тюнен развивали идеи о несении риска как основной функции предпринимателя.

Новое направление исследования предпринимательства, в работах Вернера Зомбарта и Жана Палевского, отличалось акцентированием внимания на особых свойствах личности предпринимателя. Предприниматель и предпринимательство рассматривались в исторической перспективе, а наличие в обществе людей с предпринимательскими способностями представлялось в качестве особого преимущества. Выделение инновационного как отличительной черты предпринимательства связано с именем австрийского экономиста Йозефа А. Шумпетера.

Целостная полифункциональная теория предпринимательства была сформулирована в работах австрийских ученых Л. Мизеса и Ф. Хайека. Ярким развитием проблематики предпринимательства во второй половине XX столетия стали труды Питера Друкера, рассматривавшего как сущностные, так и управленческие вопросы деятельности предпринимателей.

В общем виде, предпринимательскую деятельность можно определить как самостоятельную систематическую инновационную деятельность в условиях риска и неопределенности, направленную на получение прибыли и включающую в себя различные формы организационной и производственной деятельности.

Современные подходы, которые мы связываем с именами Ф. Хайека, П. Самуэльсона, П. Верхана, Л. Мизеса, П. Друкера и др., отличаются пониманием предпринимательства не только как экономического, но и как социально-политического феномена. Соответственно многие авторы выделяют целый спектр функций предпринимательства — от чисто организационных до функций социализации или воспроизводства культурных образцов.⁸ В процессе развития предпринимательства у него появляются функции, которые носят политический характер. На наш взгляд они являются основой политической институализации предпринимательства.

Речь идет о следующих аспектах предпринимательского процесса:

- разрушение авторитарных и тоталитарных основ общества, содействие созданию инновационного общества, создание динамики социально-политической системы;

- вертикальная социальная мобильность, динамичное рекрутирование элиты, создание возможностей для конверсии экономического капитала в политический;

- трансформация социальной структуры общества, перераспределение общественного богатства, доходов и политической власти экономически и политически приемлемым путем;

- канализирование социальных траекторий потенциально гиперактивных и агрессивных социальных субъектов, вывод их из сферы неконвенционального политического действия.

Перечисленные функции предпринимательства позволяют говорить о том, что для нашей страны в настоящее время оно выступает в качестве одного из важнейших явлений. В зависимости от того, какое место займет предпринимательство в реальной жизни общества, как оно будет сбалансировано с его фундаментальными структурами, с системой государственных отношений и государственными структурами, насколько и в каком качестве будет способствовать им, как оно будет представлено в самой

⁸ Радаев В.В. На изломе социальных структур // Рубеж. Альманах социальных исследований. 1995. №6-7.

экономике, в зависимости от этого будут находиться направленность и темпы развития нашего общества.

Это тем более важно, учитывая тот факт, что в России, в отличие от протестантских стран Западной Европы не было глубоко укорененных в массовом сознании этических норм, поднимавших престиж предпринимателя. В социалистический период в массовом сознании закрепилось стойкое отрицательное отношение к частной собственности, постоянно подкрепляемое идеологически. Не просто проникает сегодня в общественное сознание понимание того, что демократическое государство в первую очередь обеспечивает свободу деятельности граждан, что оно предполагает усиление творческой энергии населения, его предприимчивости, как основы для повышения качества жизни. Объективно общество нуждается в предпринимательской деятельности, особенно на уровне малого и среднего бизнеса, но большое количество факторов, затрудняющих предпринимательство, уменьшает число людей, которые могли бы включиться в эту работу. Становление предпринимательства в современной России сопряжено со множеством проблем, но если принять во внимание сформулированные в «Стратегии развития России до 2020 года» задачи модернизации российской экономики, то альтернативы широкому развитию предпринимательства нет.

Предпринимательство нуждается в интенсивном диалоге с государством, но уже не приемлет старые формы взаимодействия, которые исторически сложились в России, где управление социально-экономическими процессами было сосредоточено в административном (государственном) управлении. Последнее отождествлялось с политическим, поскольку власть была сосредоточена в едином центре, целью которого было создание единства общества, в котором регионы выступали инструментами централизованной политики, трансляторами ценностей и норм, создаваемых центром.

Подобная организационная система без обратной связи предполагала наличие жестких административных структур - типа машинной бюрократии,

как определяет ее Г. Минцберг. Проблемы, связанные с машинной бюрократией, традиционны: рутинность деятельности, отчужденность работников, одержимость контролем над исполнителями, неадаптивность. На смену машинной бюрократии формируется тип организации, называемой профессиональной бюрократией. В этом случае высококвалифицированный персонал нижнего уровня наделяется значительной долей контроля над результатами собственной деятельности. Однако, как и машинная бюрократия, этот тип управления вряд ли можно считать результативным для эффективного внедрения инноваций.

Специфика современной отечественной управленческой ситуации заключается в том, что на фоне значительных структурных изменений субъекты управления продолжают использовать традиционные для административно-командной системы управленческие методы: организационно-распорядительные, ориентированные на приказ, директиву. Вне всякого сомнения, подобная ситуация приводит к ощутимому снижению управляемости. И если в прошлом командно-административная система обеспечивала осуществление функции гомеостаза, то теперь прежний гомеостатический механизм уже не работает.

Демократические преобразования в нашей стране выявили тот факт, что общество не может быть объединено на едином организационном принципе. Современное общество представляет собой пространство свободы, инновации, предпринимательства, и потому не может быть заключено в жесткие рамки одной организации. Следовательно, государственно-административное управление, в лучшем случае, оказывается неэффективным.

Демократический режим - это то условие, в рамках которого только и могут быть сформированы субъекты политического управления. Политическое управление, в отличие от административного, предполагает не передачу волевого импульса, управленческого решения объекту управления, а разделение власти, т.е. ответственности, между субъектами деятельности.

Примером эффективного политического управления является

трипартистский механизм взаимодействия между бизнесом, трудом и государством, получивший в конце XX века широкое распространение во многих регионах мира. Опыт развитых демократических стран показал, что систематические консультации в треугольнике бизнес – труд – государство стабилизируют политическую систему поверх структуры межпартийной конкуренции. В этих странах трипартистские институты показали свою эффективность в решении задачи смягчения и деидеологизации конфликта между трудом и капиталом. С другой стороны, государство, участвуя в трехсторонних консультациях, выступало в роли гаранта интересов слабой стороны, в качестве которой в разных странах могут выступать профсоюзы или бизнес.

В основании политического управления лежат договорные отношения, их целью является консенсус разнородных политических сил для обеспечения согласия в обществе по отношению к конкретной политике. По мнению автора, политическое управление можно определить как процесс самоорганизации политических субъектов (в ситуации конфликта интересов), разделяющих базовые ценности демократического режима, и направленный на превращение разнородных политических сил в целенаправленное организованное единство по отношению к конкретной политической программе.

Особенностью современной России является не только наследие правления коммунистической партии, но также сохранение неразвитости автономии государства, в результате чего в политической жизни выражаются не интересы партий, а лишь интересы социально-экономических групп, имеющих непосредственный доступ к политической власти. В конце XX века в стране сложилась система, в которой президентство стало доминирующей силой слабо структурированного общества, с отсутствием разделения между экономическими и политическими иерархиями.

Если в странах развитой демократии основным направляющим механизмом является закон, то в современной России - это борьба и взаимодействие внутри элит и между различными элитами, включая

федеральный и региональный уровни.

Вторая глава содержит анализ процессов институализации взаимоотношений бизнеса и власти, эволюции форм и методов воздействия бизнеса на политический процесс: корпоратизма и политической составляющей его развития (§ 1); лоббизма как политической функции предпринимательства (§ 2); путей институализации предпринимательства, как субъекта политического процесса в современной России (§ 3).

Становление корпораций, как главных носителей крупных форм собственности, явилось одним из важнейших факторов постсоветской трансформации российской экономики и общественно-политической системы. Обладая разнообразным арсеналом ресурсов, современными политическими технологиями, они не в меньшей, а порой даже в большей степени, влияют на политические процессы современной России, чем партии, общественно-политические движения, союзы, ассоциации и т.п. Изучение особенностей политизации деятельности корпоративных образований, их взаимоотношений с властными структурами, позволяет более точно и объективно осмыслить предпринимательские структуры в качестве новых субъектов политического процесса.

Основной интерес корпоративных образований лежит в экономической сфере - это борьба за ресурсы и их перераспределение. Но реализация этого интереса в современных условиях связана с влиянием, которое корпоративные образования оказывают на органы власти и управления и процесс принятия политических решений в целом. Современная корпорация - экономический институт, обладающий сложной внутренней структурой и вступающий помимо экономических отношений в другие виды отношений (политические, социальные). Большинство корпораций кроме своих основных функций, вступают в отношения с другими группами в обществе, вовлекают их в процесс удовлетворения своего профессионального интереса, преобразуясь и трансформируясь при этом сами. Можно, поэтому, говорить о корпоратизме со сложной внутренней структурой и внешними связями, ресурсами, а также

экономической, политической, социальной, идеологической функциями.

Особенно значительный вклад в развитие теории корпоративизма внесли Филипп Шмиттер, Герхард Лембрух, Рей Пал и Джек Винклер. Корпоративное образование рассматривается как экономический, социальный и политический феномен, с присущими ему механизмами политической институализации (политическими отношениями с органами государственной власти, политическими партиями, общественно-политическими организациями, лоббистскими группами, участием в выборах, взаимодействием со СМИ и т.п.).

В России отношения между государственными органами и крупными корпоративными образованиями исторически очень развиты. Современные преобразования, нацеленные на формирование разнообразных форм собственности и хозяйствования на основе рыночных механизмов регулирования экономики, усложнили систему взаимоотношений корпоративных образований и властных органов и способствовали их многообразию. Корпоратизм и система отношений договорного характера и сегодня остаются ведущим типом отношений для России. Корпоративные образования в России существенно отличаются от корпораций, существующих в странах со сложившейся рыночной экономикой, прежде всего той значительной ролью, которую они играют в общественно-политической жизни.

С этой точки зрения, российские корпорации являются специфическим субъектом современной политической системы. Будучи явлением крупного бизнеса, они аккумулирует в себе не только интересы среднего и мелкого бизнеса, но и значительных групп населения и гражданского общества, благоденствие которых зависит от благополучия головной корпорации. Эти особенности делают корпорации ведущими субъектами политического процесса. В то же время, необеспеченность существования корпораций институциональными атрибутами, необеспеченность политической институализации, провоцирует их на борьбу за несвойственные им политические функции государственной власти, что приводит к уродливым формам симбиоза власти и бизнеса, или к борьбе между ними.

Даже отсутствие легитимности принадлежащей корпорации собственности, делает политические риски абсолютно неприемлемыми для корпораций, и вынуждает их бороться за монополию на политическую власть. Демократизация общества в этих условиях оказывается более чем проблематичной. Выходом из такой ситуации может быть только создание и укрепление механизмов политической институализации корпораций и предпринимательства в целом.

Важнейшей функцией предпринимательства в политической системе общества является лоббизм. В широком смысле слова лоббизм позиционирует предпринимательство в пространстве гражданского общества и государства. Благодаря лоббизму осуществляется обратная связь в управленческом государственном процессе, в котором гражданское общество сохраняет главенствующую роль в политической системе. Это важный институциональный, нормативный, коммуникационный, социокультурный элемент политического процесса, широко распространенный во многих странах мира.

На Западе институт лоббизма - это, прежде всего, феномен рыночной экономики и демократического общества. Он позволяет сбалансировать политические и экономические интересы, разворачивает политику в сторону господствующих в экономике интересов, синхронизируя функционирование базисных и надстроечных институтов, делает решение экономических проблем относительно более гибким.

Существующий в России достаточно открыто лоббизм также нуждается в цивилизованном отношении государства, общественности, что со всей очевидностью делает необходимым вопрос его правовой легитимации.

В отличие от западных аналогов, российский лоббизм сосредоточен, преимущественно, на правительственных структурах и других органах исполнительной власти и, в меньшей степени, влияет на парламент. В процессе его непрерывной трансформации обозначились следующие существенные явления: произошла плюрализация лоббизма; усилилось влияние

регионального лоббирования; отсутствие реальных правовых механизмов согласования групповых интересов привело к фаворитизму и усилению бюрократически-административных методов в законотворческом процессе. Некоторые группы интересов, имеющие выходы на президентские и правительственные структуры, получили возможность противопоставить свои корпоративные интересы общественным. Все сильнее проявляется тенденция использования лоббистами масс-медиа в форме рекламы и борьбы «компромагов». Средства массовой информации становятся куда более эффективной и адекватной формой продвижения и представительства групповых интересов, чем партии и профсоюзы. Новые интересы и развитие политических отношений вызывают к жизни новые механизмы лоббистской деятельности, которые ориентируются уже не только на экономические, но и на политические процессы. Политическая компонента становится все заметнее в российском лоббизме.

Вместе с тем, отношение общественного мнения к лоббизму остается отрицательным. Закулисная политика, встречные услуги, теневое влияние, «телефонное право», комплектование аппарата «своими людьми» и другие подобные явления, характерные для лоббизма, дают основание для его ассоциации со взятками, коррупцией, преступными группировками.

В условиях демократизации общества расширяются политико-правовое пространство и возможности существования открытого лоббизма. Вопреки обыденным представлениям сегодня это не только закулисный подкуп, но и система аргументации, механизмы подготовки, консультирования, содействия принятию соответствующих законов, участия в других социально-конструктивных актах.

Особенно важен процесс становления лоббизма как формального института политической жизни общества. Бесконтрольность лоббистской деятельности со стороны государства и общества сохраняет угрозу ее сращения с коррупцией, а обеспечить контроль за лоббизмом можно только через принятие соответствующих нормативных актов. Конкретные формы и методы

работы лоббистов должны быть подробно регламентированы законом «О регулировании лоббистской деятельности в федеральных органах государственной власти», а также корректироваться моральными нормами.

Для придания российскому лоббизму цивилизованных форм необходимо укрепление всей государственной системы, формирование гражданского общества, что позволит создать институты, ограничивающие деятельность корпоративных монопольных структур рамками закона, сформировать системы социального партнерства, наладить современные и цивилизованные взаимоотношения бизнеса, государства и общества.

Анализ политического управления в современной России свидетельствует о том, что созданные в стране институты представительной демократии работают в традиционном для советской бюрократии административно-командном режиме, следствием чего, в частности, является низкий уровень легитимности государственных институтов в массовом сознании. Приходится говорить о том, что институциональный дизайн российской демократии далек от совершенства, а необходимым условием ее модернизации, на наш взгляд, могло бы стать формирование среднего класса, как основы гражданского общества и электоральной опоры продолжения курса демократических преобразований. В свою очередь, ядром среднего класса, его наиболее активной и организованной когортой видится предпринимательство, которое не только имеет достаточно четко очерченные групповые политические интересы, но и кровно заинтересовано в стабильности политической системы.

Предпринимательская активность в сфере взаимодействия государства и гражданского общества не исчерпывается лоббизмом. По сравнению с другими социальными группами российского общества, бизнес-сообщество характеризуется сравнительно высоким уровнем самоорганизации. Институты представительства его интересов начали формироваться еще в 90-х годах прошлого века и продолжают развиваться и расширяться. Политическая институализация предпринимательства осуществляется также в форме признания финансирования политических партий и отдельных кандидатов,

создания своих общественно-политических организаций, финансирования и владения средствами массовой информации, личного участия в избирательном процессе на все выборные должности до президента включительно и т.д. С другой стороны, государство в лице президента формирует устойчивую тенденцию диалога с предпринимательскими кругами в сфере социального партнерства, социальной ответственности.

Государственная власть в настоящее время не имеет ни объективных возможностей, ни значимых ресурсов, чтобы отказаться от тесного взаимодействия с крупными корпоративными структурами. Но сегодня власть больше не приемлет безграничной и бесконтрольной экспансии бизнеса в политическую сферу. Современная модель взаимоотношений предпринимательства и власти должна быть основана на политической институализации предпринимательского сообщества.

На Западе класс предпринимателей имеет традиционные институциональные механизмы, призванные не только аккумулировать и выражать интересы отдельных групп бизнесменов, но и обеспечивать поддержку государственного курса, позволяющего эффективно развивать экономику и гражданское общество. В России пока нет сколько-нибудь значительных групп буржуазии, способных выполнять эту функцию: крупный «олигархический» капитал, прежде всего, отстаивает систему получаемых от государства экономических привилегий, а малый и средний бизнес практически не имеют политического влияния. Основными факторами сдерживания политических амбиций крупного бизнеса являются политическая воля В. В. Путина и высокий рейтинг доверия к нему российских граждан. В этих условиях обеспечить необратимость реформаторского курса и снизить вероятность деструктивных социальных процессов в дальнейшем можно только дав российской демократии надежную опору в лице малого и среднего бизнеса, составляющего основу среднего класса в развитых странах Европы и Америки.

Процесс политической институализации предпринимательства в России осложняется рядом факторов. Прежде всего, тем, что власть не воспринимает

бизнес в качестве равноправного партнера и самостоятельные попытки политического участия со стороны бизнес-сообщества оцениваются ею негативно. Предпринимательство, во многом зависимое от государственных институтов и отдельных чиновников, и вынужденное постоянно сталкиваться с бюрократическими препонами, воспринимает власть с известной долей скепсиса. Наконец, общество относится к предпринимательству настороженно и, в духе устойчивых патерналистских традиций российского общественного сознания, скорее готово поддержать государство в его борьбе с бизнесом, нежели объединиться с предпринимателями для ограничения государственного давления на демократические институты.

Противоречивая картина становления в постсоветской России предпринимательства в качестве активного субъекта политической деятельности демонстрирует и негативные черты, выразившиеся в стремлении бизнеса абсорбировать политические функции, несвойственные его природе: создание им квазипартийных структур, попытки трансформировать электоральную систему, подменить собой элементы государственного управления.

В то же время, политическая институализация предпринимательства - это неизбежный и закономерный процесс формирования демократической политической системы, в которой гражданское общество играет ведущую роль.

В заключении обобщены результаты диссертационной работы и предложены направления повышения эффективности усилий государства и бизнеса по политической институализации предпринимательства в процессе становления гражданского общества в России.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Работы, опубликованные автором в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАКом Министерства образования и науки Российской Федерации:

1. Сергеев А. И., Российский бизнес и власть: взаимоотношения в поисках баланса // Вестник Санкт-Петербургского университета, серия 6, выпуск 4, декабрь 2008, С. 295-302. 0,5 п.л.
2. Сергеев А. И., Своеобразие российского трипартизма // Известия РГПУ им. А. И. Герцена, №99: научный журнал. – Спб, 2009. С. 313-319. 0,4 п.л.

Другие работы, опубликованные автором по теме диссертации:

3. Сергеев А. И., Политическое признание предпринимательства в России: Монография. – СПб.: Изд-во СЗАГС, 2007, 128 с. 8 п.л.

Лицензия ЛР № 020832 от 15 октября 1993 г.

Подписано в печать « » мая 2009 г. Формат 60x84/16

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Усл. 1 печ. Л.

Тираж 100 экз. Заказ №

Типография издательства Государственного Университета – Высшей школы экономики, 125319, г. Москва, Кочновский пр-д, д. 3