Сибирская Академия Государственной

Службы

кафедра политических наук

### КУРСОВАЯ РАБОТА ПО ПОЛИТИКИ

**ТЕМА:** Политические аспекты деятельности предпринимательских

структур: система взаимоотношений с органами власти,

пути решений возникающих проблем;

пути лоббирования.

|  |  |
| --- | --- |
| ВЫПОЛНИЛ:НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ: | студент группы 308ПОЖАРСКИЙ СЕРГЕЙ НИКОЛАЕВИЧЛИФАНОВ АЛЕКСАНДРВЛАДИМИРОВИЧ |

Н О В О С И Б И Р С К

1995

.

**ПЛАН:**

**Введение**

**Предпринимательство - новый социальный слой**

**Взаимоотношение с органами власти и проблемы взаимоотношения**

**Участие предпринимательства в политической жизни**

## Заключение

При Иване Силаеве одну из дверей российского Совмина украшала роскошная табличка " Михаил Ходорковский ". 27-летний президент мощнейшей уже тогда финансовой группы "Менатеп" не был, пожалуй, первым, кто начал лоббировать в правительстве интересы предпринимателей. Но он до сих пор остается одним из немногих, кому было позволено делать это открыто. Общепризнанно, что лоббизм присутствует при рождении практически всех политически и экономически значимых решений, как на уровне правительства, президентского окружения, так и на уровне законодательной власти. Но в России, в отличие от многих других стран, где группы давления могут отстаивать свои интересы на основании законов, прямо или косвенно оговаривающих их права и обязанности, лобби остаются до сих пор вне закона, точнее в тени. Отсутствие гласности налагает на эту деятельность особый отпечаток - полукриминальный, связанный преимущественно с нарушениями, взятками; лоббизм чаще всего воспринимается, как один из синонимов коррупции. Но не исключено, что вскоре в России впервые за всю ее долгую историю появится люди и организации, официально за деньги (или бескорыстно) предлагающие свои профессиональные услуги по защите интересов предпринимательских и общественных групп. Это революционная для нашей страны идея заложена в законопроекте "О регулировании лоббистской деятельности в федеральных органах государственной власти". Официально признанными методами лоббистской деятельности признается: предоставление в федеральные органы исполнитель ной власти проектов законов, указов, распоряжений , нормативных актов и информационных материалов, касающихся полномочий органов госвласти; участие в обсуждении этих документов комитетами и комиссиями. Федеральное собрание, органами исполни тельной власти; устные и письменные контакты с депутатами и должностными лицами по поводу физического лица или организации, в пользу которых осуществляется лоббистская деятельность; экспертиза по собственной инициативе проектов законов и иных нормативных актов с предоставлением органам госвласти результатов этой экспертизы. Противоправными и преследуемые в соответствии с законодательством являются такие методы лоббистской деятельности, как организация пропагандистских компаний, порочащих депутатов и должностных лиц: подкуп, запугивание, шантаж, распространение заведомо ложной и искаженной информации.

По мнению привлеченных комитетом по делам общественных объединений специалистов экспертного института РСПП, к настоящему времени сформировался уже целый перечень отраслевых группировок: нефтяная, газовая, металлургическая, " автомобильный альянс ", аграрная, банковско-финансовая, " бронетанковый ВПК ". Однако, как отмечают привлеченные Комитетом специалисты, сейчас никто не может сказать, что представляют собой лобби этих и других групп, каков механизм их воздействия на власть, какова их сила и какие средства они используют для достижения своих целей.

Считается, что довольно отчетливое представление о потенциале таких " групп влияния " может дать, например, анализ результатов выборов в представительные органы власти и работы в этих структурах. Итак, кто сильнее? Вот вкратце анализ такого представительства отраслевых групп, проведенным экспертным институтом РСПП и Фондом развития парламентаризма в России.

Аграрии - только четвертая по численности фракция Думы, но по сплоченности и умению лоббировать она стоит на первом месте. Аграрная группировка заинтересована в перераспределении в свою пользу прежде всего бюджетных дотаций и до сих пор вполне успешно действовала в этом направлении. Бюджет-95 стал, похоже, первым поражением этой фракции, когда они не смогли выторговать для сектора каких-либо ощутимых привилегий при распределении крайне ограниченных ресурсов. Впрочем, усиливается сейчас в правительстве компания " в защиту внутреннего производителя, в основном сельскохозяйственного, может говорить о том, что предел еще не закончен и АПК по прежнему в силе.

ТЭК, как отмечают аналитики, провел довольно удачную компанию, поставив на Шахрая, ГС и " Новые имена ". Это лобби не слишком активно в " позитивном либбировании ", но, как отмечают специалисты, способно блокировать любые враждебные себе поползновения. В немалой степени благодаря тому, что ему удалось сформировать " правительство экспертов сырья ". Попытки думских либералов организовать атаки на правительство и на частные интересы ТЭКа провалились. Как, вероятно, провалится и новая идея - регистрировать в Думе уставы крупнейших А/О, что в нынешней ситуации однозначно воспринимается как попытка вмешаться в дела " Газпрома ".

А вот, например, финансово-торговое лобби, оплатившее осенью 1993 года избирательную компанию целого ряда либеральных блоков, на выборах потерпела сокрушительное фиаско ("Московская группа " во главе с "Мостом" ставила на Явлинского, "Олби" совместна с рядам банковских структур вложили " в Гайдара" только официально два миллиарда рублей - представители этих блоков так и не смогли получить постов в правительстве). В самой Думе до скандального избрания Сергея Мавроди крупных финансистов не было вообще. А те два десятка предпринимателей, что все-таки прошли в Думу, а не были как представители " Гермеса " отсеяны еще на стадии сбора подписей, так и не смогли создать вокруг себя хоть сколько-нибудь влиятельной парламентской группы и, соответственно, проводить необходимые для себя законопроекты.

Законодательная власть именно этих лоббистов интересует в намного меньше степени, чем исполнительная. Поскольку экономическая ситуация неустойчива, очень немногие предпринимательские структуры могут позволить себе "работать на перспективу" - проводить своих представителей в Думу, чтобы те продавливали через махину парламента законопроект, оказывающийся чаще всего неконкретным. Куда проще им обращаться к исполнительной власти, принимающей оперативные решения. А здесь предпринимательские лобби вроде бы уже представлены достаточно широко - в предпринимательских советах при министерствах и Президенте, в коллегиях, экспертных советах.

Деформация бывших классов, маргинализация населения как результат распада общественных отношений, порождают новые социальные силы. К ним относится достаточно устойчивый, автономный слой предпринимателей. Впервые понятие "предприниматель" ввел в экономическую теорию Р. Котильон. По его мнению, предприниматель - это чело век с непостоянными доходами: крестьянин, ремесленник, торговец, разбойник, нищий и т.д. Ж. Б. Сэй уже определял предпринимателя как "лицо", которое берется за свой счет и риск и в свою пользу произвести какой-либо продукт. Й. Шумпетер называл предпринимателями хозяйственных субъектов, которые способны на новые комбинации с основными факторами производства. Авторы учебника "Основы менеджмента" определяют "предпринимателя" как личность, которая "осуществляет бизнес, затевая новое дело, реализуя некоторое нововведение, вкладывая собственные средства в новое предприятие и принимая на себя личный риск. Предпринимательство, по их мнению, это частный случай бизнеса, т.е. деятельности, направленной на получение прибыли путем создания и реализации определенной продукции или услуг.

Предпринимательство, однако, не просто некоторый частный случай бизнеса. Оно исторически и логически является начальной исходной точкой любого бизнеса и в целом рыночного хозяйства. Предпринимательство, поставленное историей в центр капиталистического производства, заметно влияет на динамику общественного развития. Кто же у нас войдет в этот слой? Достанет ли у него трудолюбия, чувства социальной ответственности?

Статистические данные о численности предпринимателей нет, и представление о них можно составить лишь по косвенным данным. Так, в конце 1992 г. в России было зарегистрировано около 950 тыс. новых хозяйственных формирований. В этих структурах было занято около 16 млн. человек. В промышленности на условиях аренды работало 3,5 тыс. предприятий. В частной собственности находилось около 6% промышленных предприятий.

Кто же у нас вышел в предприниматели?

Во-первых, теневики всех мастей. Перестроечный курс позволил легализоваться тем, кто делал "бизнес в подполье" и обеспечил условия выхода из тени на свет "протобизнесменов" брежневской эпохи. В одних случаях это была простая регистрация собственности с уплатой налогов, в других - "отмывание" денег, полученных криминальными путями.

Во-вторых, те, кто использовал служебное положение для дополнительных заработков, проявляя завидную энергию в недрах социалистической экономики.

В-третьих, директора и руководители госпредприятий и учреждений. Постоянные неувязки в народном хозяйстве заставляли их поддерживать производство подчас с истинно предпринимательскими усилиями и бешенной энергией. Хозяйственная элита заняла ныне очень выгодные позиции. На их стороне ряд преимуществ: практический опыт управление производством, разветвленные социальные связи и фактическая близость к приватизируемому имуществу. Конечно, директорский корпус неоднороден и предпринимателем не может стать каждый, но в основном это люди не исчерпали себя и набирают темпы деловой активности.

В-четвертых, предприниматели новой волны. Типичные представители ее - грамотные специалисты, которым смертельно надоела косная государственная система научно-исследовательских институтов, государственных предприятий и министерств. Эти люди хотели и умели думать своей головой и делать дело своими руками. Особенно много их оказалось среди физиков, математиков, инженеров высокой квалификации: средний возраст 30-40 лет, многие имеют ученые степени. На этот источник предпринимательства уже обратили свое внимание исследователи.

Настоящей кузницей кадров нового Российского предпринимательства стали военно-промышленный комплекс, обладавший колоссальным человеческим потенциалом, и Академия наук. Умение логически мыслить, отсутствие идеологических шор, хорошее образование, общая эрудиция и готовность к разумному риску позволили им быстро добиться успеха. От составления компьютерных программ через торговлю компьютерами к созданию банков, бирж, холдингов - таков типичный путь многих предпринимателей этого потока.

В-пятых, партийно-государственная номенклатура. Старт в предпринимательство этим потоком был взят в 1989-1990 гг. Переход власти из одних рук в другие, никем не контролируемый, новые формы собственности и доступ к ресурсам обусловили их появления. Начался активный переход номенклатуры в бизнес с прихваченными партийными, комсомольскими и государственными ресурсами. Целый ряд банков, холдингов, концернов, ассоциаций, занимающих ключевые позиции, создан именно номенклатурой. Это стало возможным потому, что на начальном этапе партийно-комсомольские органы и министерства имели наибольшую свободу в создании новых коммерческих организаций: они принимали решения о новых формах собственности. Часть представителей этого потока позднее была отнесена, но многие хорошо укоренились.

В-шестых, люди, пришедшие из специфического советского предпринимательства - сезонных, строительных бригад, старательских артелей, комсомольских центров технического творчества молодежи, студенческих стройотрядов и др. Все эти объединения быстро переросли в посреднические коммерческие структуры.

При всей разнородности социальных источников, стартовых позиций и используемых ресурсов представители перечисленных потоков имеют немало общего. Прежде всего, это разрыв со старой системой. Общими были и высокий потенциал активности, и склонности к действию, и наличие возможностей для действия. Далее. Все они в той или иной степени и форме действовали и прежде, находя для себя ниши в социалистическом хозяйстве, что требовало от них известной изворотливости. Сейчас же появился законный канал для реализации накопленного потенциала в открытые предпринимательские действия. Их объединяет отличительная особенность Российского предпринимательства. В сложившемся рыночном обществе предприниматель, как бы ни были его действия новыми, воспроизводит доминирующие социальные отношения. В России собственно-производственная функция предпринимателя сопровождается социальными действиями, которые направлены на изменение социальных отношений, на создание новых (приватизация, формирование независимых субъектов гражданского общества и др.).

Итак, появилась новая социальная сила. Предпринимательский слой только начинается формироваться и его влияние на политику пока невелико. Вместе с тем, с момента своего зарождения представители бизнеса оказались вовлеченными в политику, но сами они занимают по крайней мере две позиции. Первая, наиболее распространенная, - это их нежелания участвовать в политических действиях. Но жизнь такова, что они втягиваются в закулисную политическую игру. Другая позиция - прямое участие в политической жизни. Уже сегодня в России можно назвать целый ряд заметных политических фигур, для которых успешно предпринимательство стало прологом политической карьеры.

Однако, независимо от его позиции, предприниматель втянут в политические процессы, как собственник и работодатель. В условиях, когда государство уходит из сферы социальной защиты народа, вырастает ответственность работодателя. Система их отношений с рабочим и служащим, с обществом в целом заставляет обратить внимание на этику предпринимательства. Это особенно актуально для России, если мы вспомним источники формирования слоя предпринимателей.

На Западе постоянно обсуждаются проблемы этики предпринимательства, причем она принимается не просто, как этика деловых отношений, а как явление, влияющее на социальный климат, психологию и ценностные ориентации общества. Нам эти исследования полезны не только, как отражение особенностей Западного бизнеса, но и как богатый и ценный опыт. Нам в этом опыте важнее всего следующее:

1. предпринимательская культура и этика;
2. международные измерения предпринимательства;
3. роль потребителей и их влияние на формирование предпринимательской этики;
4. необходимые качества предпринимателя.

Считается, в частности, что на Западе такие качества, как склонность к повседневному целеустремленному труду, независимость, гибкость, личная ответственность, поддаются формированию и развитию. Поэтому в систему образования закладываются гуманитарные науки, влияющие на развитие характера. Стимулировать деловой дух, готовность к риску нужно через систему производственного обучения и широкого образования, делая упор на мотивации, творческие устремления личности. Это формирует предпринимателей политически активных и социально ответственных. Удастся ли нам этого добиться, покажет время.

В механизме взаимодействия предпринимателей и властных структур обязательно есть еще один субъект - население, которое выступает решающим тогда, когда формируется власть. Население в момент выборов само есть власть. Вместе с предприниматели тоже участвуют в выборах, а главное - имеют деньги, особую силу, способную оказать формирования власти не меньше влияния, чем все население. Поэтому предприниматели, как совокупное целое, также есть власть и в тот момент, когда формируется госвласть, и тогда, когда госвласть создана и функционирует госвласть в интересах собственников.

Население и предприниматели, сформировав власть и оказывая затем на нее в меру сил давление, попадают под регулирующее воздействие госструктур. Последние устанавливают налогообложение, ведут политику приватизации, плохо или хорошо охраняют собственность, свою и частных лиц. Недовольство или удовлетворение политикой государства скажутся затем на новом витке борьбы за госвласть.

Хищнический характер предпринимательства происходит не от субъективных намерений, желание предпринимателей, а от общей экономической ситуации. В России в этих условиях особо прибыльны торгово-купеческий и ростовщический капитал. Промышленный капитал малоприбылен, идет бегство капитала из производственной сферы в торговлю и кредит. При общей политической и экономической нестабильности выгодны только краткосрочные деловые операции. Над всем витает дух быстрой наживы.

На другом полюсе (власти) дело обстоит не лучше. В "Известиях" от 1 февраля 1994 г. о всеобщей коррупции госвласти свидетельствует Е. Гайдар. Следовательно, два полюса рассматриваемого взаимодействия определяются ныне так: хищническое предпринимательство и коррумпированная власть. Таково единство друг без друга не существующих противоположностей, способных к "взаимообогащению".

Дискутируемая ныне в программах экономического реформирования России проблема степени государственного вмешательства в экономику не может быть решена по принципу: "или-или". Если исходить из факта всеобщей коррупции госвласти, то регулирование ведет к развалу экономики. Но то и другое существует одновременно, и, поэтому, объективно правы и не правы оба.

Это исторический тупик: регулировать надо, но нельзя.

Власть кровно заинтересована в развитии предпринимательства не только с точки зрения прямого удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах, но и с точки зрения его занятости, обеспечения работой, а значит, и его жизнеобеспечения. Проблема комплексная, тут и пособия по безработице, и система подготовки и переподготовки кадров, сохранение и создание новых рабочих мест, тут проблемы социальной защиты на селения, и весь клубок вопросов, связанных с преступностью и необходимостью борьбы с нею. Эта работа ведется властями через муниципальные и государственные структуры. Вошедшие в рынок акционерные общества - бывшие госпредприятия и оставшиеся госпредприятия, как налогоплательщик, так товаропроизводители, и как самый объемный рынок труда, и как крупнейшие владельцы объектов соцкультбыта волнуют городскую власть чрезвычайно.

К сожалению, федеральные органы власти и федеральные органы не являются настоящими хозяевами предприятий, не управляют ими как предприниматели, не заботятся об извлечении прибыли. Федеральные власти - одни из самых не надежных деловых партнеров. Государство, оказавшись собственником объектов соцкультбыта приватизированных предприятий, в нарушение Закона о собственности, не содержит эти объекты надлежащим образом, а органы, представляющие федеральную власть в этом вопросе, до сих пор собственниками этой затратной сферы себя не осознали и вместе организации соответствующей работы ищут того, кто добровольно или принудительно взвалил на себя чужой груз.

Итак: предпринимательство и власть при всех различиях и противоречиях - суть две стороны одной и той же медали. Одно без другого существовать просто не может. Власть вправе ждать и требовать от предпринимателей самостоятельности, инициативы, строгого соблюдения законов, регулирующих предпринимательство, глубокого знания законов общества, в котором мы все живем, и уважения к правам каждого гражданина России, которые защищает власть.

Основа взаимоотношений предпринимателей и властей - Закон. Действующие законы разделяют интересы: у предпринимателей - это прибыль, у власти - интересы населения. Нельзя получить прибыль от бизнеса, к которому у населения нет интереса, в то же время, невозможно удовлетворить интересы населения, не имея крепкого предпринимателя и надежного налогоплательщика.

На современном этапе серьезное взаимодействие пока отсутствует. Власть обращается к предпринимателям, когда нужны деньги, в остальных случаях предприниматель держится подальше от власти. То есть связи случайные. Необходимо налаживание этого взаимодействия. Предприниматели, которые возглавляют крупные предприятия, на сегодня уже прошли стадию организации бизнеса и хорошо понимают, что без благоприятного отношения властной среды, нормальной работы не будет, не будет и серьезного нормального развития их предприятия. Нормальные условия - это, прежде всего, нормально живущие люди, которые работают на нашем предприятии. Это же нужно и власти, значит власть должна быть заинтересована во взаимодействии. Но пока этого взаимодействия не получается. И больше всего виноваты в этом властные структуры.

Сегодня государство воспринимает предпринимателей, как людей, занятых торговлей.

Серьезный бизнес - очень законопослушен, налоги платит аккуратно и власть должна повернуться к предпринимателям, чтобы с их помощью соединить и другие производственные процессы, производственные ресурсы и рабочую силу. Только в результате этого процесса и создается национальное богатство, которое используется для повышения благосостояния людей страны. Если бизнес успешен, - хорошо живет огромная масса людей, занятых в различных сферах негосударственных предприятий. Хороший бизнес платит налоги, и в бюджете достаточно средств для финансирования социальной сферы. Что конкретно нужно сделать для налаживания нормального взаимодействия? Всем главам администраций иметь список предприятий, которые больше платят налогов. Если какое-либо предприятие обращается к власти - посмотреть, какая строчка в этом списке соответствует этому предприятию и оказать соответственно помощь. Надо провести аудиторскую проверку некоторых муниципальных предприятий, которые не обеспечивают жизнь города, но могли бы быть приватизированы. Если какое-то предприятие дотируется - сделать его немуниципальным.

Налоговая политика на местах. В декабре принят указ Президента, значительная часть прав по налогам передается на места. Предприниматели не удовлетворены налоговой политикой государства и уже забыли, что такое чистая прибыль. Имеется масса примеров, когда в начале года набирают людей, а в конце года их увольняют. Для того, чтобы на местном уровне эта ошибка не повторилась, надо при главах администрации создать совет по формированию грамотной налоговой политики на местах. Проблема не в том, что не все платят. Нужно добиться, чтобы все работали в одинаковых условиях. В приватизации сейчас упускается самое главное - она проходит не в интересах широких слоев населения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Носов В. Предприятие и государство: механизм взаимодействия. // Проблемы теории и практики управления 1993, № 6;
2. Блинова А. Направления финансовой поддержки малого и среднего бизнеса. // Российский экономический журнал. 1994, № 1;
3. Андреев С. Структура власти и задачи общества. // Нева, 1989, № 1;
4. Симонян Р. Предпринимательство и власть. // Диалог, 1993, № 5-6;
5. Лапина Н. Предпринимательство в политическом пространстве. // МэиМО, 1993, № 6;
6. Гимпельсон В. Новое российское предпринимательство: Источники формирования и стратегия социального действия. // МэиМО, 1993, № 6;

 и другая литература