

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА

О.Е.ЯНИН

Московский энергетический институт

Ключевые слова: общественная организация, некоммерческое партнерство, объединение работодателей, бизнес и власть, лоббирование, социально-экономическое развитие
Адрес для корреспонденции: taurus18@inbox.ru

За годы реформ в Российской Федерации и становления предпринимательства в качестве важнейшей социальной группы формы, методы и направления взаимодействия бизнеса с государством претерпели значительные изменения.

Общественные организации предпринимателей, их объединения как субъекты регулирования экономики, помимо решения ими проблем достижения собственных целей, могут выполнять функции по содействию государству в создании благоприятных условий на рынке, которые к тому же улучшат и среду деятельности самих участников этих организаций. Вместе с тем общественные организации предпринимателей могут стать существенным противовесом регулирующей деятельности государства, ограждающим свободу экономической деятельности.

Существенной тенденцией развития институционального механизма отношений бизнеса и государства является активизация следующих структур:

- Общественная палата РФ;
- экспертные группы на различных уровнях управления;
- предпринимательские ассоциации;
- совещательные структуры при органах государственной власти.

Однако следует отметить, что, несмотря на признание роли объединений предпринимателей в современной рыночной экономике, в Российской Федерации пока еще отсутствует адекватная организационная основа их взаимодействия с государством, надлежащие гарантии прав таких объединений при осуществлении стоящих перед ними задач.

К сожалению, по мнению автора, в Российской Федерации еще пока слабо развит такой способ осуществления взаимодействия между предпринимательством и государством, как лоббирование. В каждом из секторов экономики складывается собственная конфигурация лоббистских сил, которые различаются по потенциалу и степени активности.

В нашем обществе лоббирование рассматривается большей частью как отрицательное явление, которое связано с негативными моментами в сфере экономики и политики. В действительности же лоббирование следует рассматривать как необходимый инструмент информирования власти об интересах отдельных групп предпринимателей в тех или иных областях предпринимательской деятельности с целью выработки решений, отвечающих потребностям социально-экономического развития страны.

В свою очередь, устранение негативных моментов лоббирования интересов возможно путем принятия соответствующих нормативных актов в виде законов, устанавливающих препятствия на пути недобросовестных действий. При этом особого внимания заслуживает изучение форм и методов лоббистской деятельности.

При этом институциональные формы лоббирования следует отнести к числу их наиболее перспективных. Институциональные формы предполагают присутствие в органах государственного управления представителей предпринимательских объединений, ответственность сторон, закрепление форм участия предпринимательских объединений в процессе согласования интересов бизнеса и власти.

Участие предпринимателей в законотворческой работе через лоббирование своих интересов с использованием субъектов, которые осуществляют лоббистскую деятельность, является одной из важнейших форм взаимодействия бизнеса и власти. Результаты сотрудничества

ЯНИН Олег Евгеньевич

Кандидат экономических наук. Доцент кафедры экономики и антикризисного управления Института менеджмента и экономики в энергетике и промышленности Московского энергетического института. Начальник отдела нормативно-правового обеспечения ЗАО «Институт региональных экономических исследований».

и конструктивного диалога вполне могут быть закреплены с помощью такой правовой формы, как договор, соглашение.

Значительную роль во взаимодействии предпринимателей и государства играют также ассоциации экономического взаимодействия субъектов РФ (правовой статус определен законом [1]). Они, по мнению автора, служат как бы промежуточным элементом в системе взаимодействия предпринимателей в конкретных регионах страны с органами власти субъектов РФ и федеральными структурами управления.

Стоит также отметить, что направления и формы взаимодействия государства и бизнеса во многом зависят от того типа организации, которая представляет интересы конкретных предпринимателей. В связи с этим уделим особое внимание вопросам определения классификационных признаков типов организаций предпринимателей.

Итак, в соответствии со ст. 11 Федерального закона «О некоммерческих организациях» [2] организации представителей бизнес-сообщества (объединения предпринимателей) могут быть зарегистрированы как некоммерческие организации в следующих формах; 1) общественная организация; 2) некоммерческое партнерство; 3) ассоциация (союз).

В свою очередь, отдельные **организационно-правовые формы** таких объединений создаются в соответствии с рядом специальных законов:

- объединения работодателей [3, 4];
- торгово-промышленная палата [5].

В настоящее время в Российской Федерации существует большое количество предпринимательских организаций (гильдий, ассоциаций, союзов), которые осуществляют свою деятельность в соответствии с уставом. В основу типологии предпринимательских объединений автор предлагает положить наиболее характерные признаки, которые существенным образом влияют на основные аспекты деятельности того или иного объединения. Анализ фактического изучения материалов по данному вопросу, а также работ отдельных специалистов [6-8], позволил автору выявить следующие, наиболее характерные, классификационные признаки:

1. Степень охвата территориальной деятельности организации предпринимателей. По данному признаку организации предпринимателей делятся на общероссийские, межрегиональные, региональные и местные.

К *общероссийским* организациям предпринимателей относятся объединения, которые осуществляют свою деятельность и имеют свои структурные подразделения (отделения, филиалы или представительства) на территориях не менее половины субъектов РФ. Примерами таких организаций предпринимателей являются система торгово-промышленных палат, включающая Торгово-промышленную палату РФ и территориальные палаты (региональные,

межрегиональные, городские и районные); Российский союз промышленников и предпринимателей, имеющий отделения и представительства в большинстве субъектов РФ, Ассоциацию российских банков и др.

☉ По мнению автора, в Российской Федерации еще пока слабо развит такой способ осуществления взаимодействия между предпринимательством и государством, как лоббирование

К *межрегиональным объединениям* относятся объединения, которые осуществляют свою деятельность и имеют свои структурные подразделения (отделения, филиалы или представительства) на территориях менее половины субъектов РФ. Примерами таких предпринимательских объединений могут служить Ассоциация международных автомобильных перевозчиков, Южно-российская ассоциация кредитных союзов, Ассоциация рекламодателей и др.

К *региональным объединениям* относятся объединения, деятельность которых осуществляется в пределах территории одного субъекта РФ. Предпринимательские объединения данной категории присутствуют практически в каждом регионе РФ. К ним относятся, например, Союз фермеров Ленинградской области и Санкт-Петербурга, Ассоциация строителей (Приморье), Московская областная ассоциация малого бизнеса, некоммерческое партнерство «Малые предприятия Иркутской области».

К *местным предпринимательским объединениям* относятся объединения, деятельность которых осуществляется в пределах территории органа местного самоуправления (муниципального района).

2. Преимущественная принадлежность членов организации предпринимателей к какой-либо конкретной отрасли или виду предпринимательской деятельности. К таким, например, относятся Российская гильдия пекарей и кондитеров, Российская парфюмерно-косметическая ассоциация, Российская гильдия риелтеров, Российская ассоциация рекламных агентств и др.

Крупные отраслевые объединения работают преимущественно на общероссийском и межрегиональном уровнях и имеют свои отделения (представительства) в ряде субъектов РФ. В некоторых регионах действуют также самостоятельные отраслевые объединения, которые, в свою очередь, могут являться членами более крупных отраслевых объединений.

К *отраслевым объединениям предпринимателей*, соответственно, регионального и мест-

ного уровня, относятся, например, Ассоциация профессионалов рынка недвижимости г. Санкт-Петербурга, Лига предпринимателей торговли (Санкт-Петербургская общественная организация) и др. В данное время именно отраслевые союзы и ассоциации предпринимателей показывают примеры наибольшей организованности среди действующих предпринимательских объединений, а также эффективности диалога государственными органами исполнительной

ных программ поддержки и развития малого предпринимательства и т.д.

Например, Общероссийская общественная организация «Деловая Россия», которая отражает интересы представителей среднего и малого предпринимательства страны, стратегическую цель своей деятельности видит: «В партнерском диалоге с обществом и властью добиться изменений в экономической политике государства, нацелить их на создание благоприятных условий для развития предпринимательства, частной инициативы, конкуренции как средства достижения общей стратегической цели — экономического развития России и повышения уровня жизни ее граждан» [9].

К данному типу организаций можно также отнести Межрегиональное общественное движение «За правовую поддержку отечественных товаропроизводителей». Основной идеей при организации данного объединения выступала задача создания негосударственной структуры, «деятельность которой будет направлена на общественные цели: поддержку отечественных предприятий и решение социальных задач, совершенствование нормативно-законодательной базы и правоприменительной практики, разрушение межведомственных и административных барьеров, развитие рыночных экономических механизмов» [10].

В рамках осуществления законодательных актов об объединениях предпринимателей российское государство прилагает целенаправленные усилия по формированию общественных объединений представителей бизнеса. Власть приступила к выстраиванию системы «коллективного предпринимательства» интересов разных слоев бизнеса. Например, государство активно содействовало созданию объединений трех уровней бизнеса:

- Российский союз предпринимателей и промышленников (РСПП) — сверхкрупный бизнес;
- «Деловая Россия» — средне-крупный бизнес;
- организация предпринимателей «ОПОРа России» — малый и средний бизнес.

Создание «Деловой России» и Организации предпринимателей «ОПОРа России» позволило своевременно защитить представителей малого и среднего бизнеса от угрозы раствориться в РСПП, заявившей в то время свои права на представление интересов всего предпринимательского сообщества. В этой связи РСПП выступил с инициативой по координации деятельности предпринимательских организаций России, что привело к подписанию соглашения об учреждении Координационного совета трех ведущих федеральных союзов предпринимателей.

Организация предпринимателей «ОПОРа России» и «Деловая Россия», по мнению автора, по своей сути являются союзами работодателей малого и среднего и средне-крупного бизнеса соответственно, т.к. выполняют функции защиты своих членов, в том числе от государства.

Власть приступила к выстраиванию системы «коллективного предпринимательства» интересов разных слоев бизнеса



и законодательной власти. Это объясняется тем обстоятельством, что в силу своей специфики они в наибольшей степени ориентированы на выражение коренных интересов предпринимателей, объединенных общим рынком и имеющими общие проблемы.

Межотраслевые объединения включают в свой состав предпринимателей, которые заняты в различных отраслях и сферах деятельности. Межотраслевые объединения работают как на общероссийском и межрегиональном, так и на региональном и местном уровнях.

3. Ориентация организаций на защиту интересов граждан, которые принадлежат к *представителям определенной социальной группы* (женщины, молодежь, инвалиды и пр.). К таким социально-направленным объединениям относятся Ассоциация женщин-предпринимателей России, Российская организация предпринимателей-христиан, Социально-деловой центр женских инициатив, Молодежная ассоциация предпринимателей-инвалидов и др. Главными целевыми установками таких объединений являются защита прав, реализация интересов и содействие развитию бизнеса представителей той социальной группы, в интересах которой они созданы. Практически все предпринимательские объединения данной группы являются межотраслевыми, а их отдельные представители действуют на различных уровнях территориального управления (общероссийском, межрегиональном, региональном, местном).

4. *Целевая установка организаций предпринимателей на защиту интересов своих участников путем активного участия в общественно-политической жизни общества.* Основной задачей своей деятельности такие объединения указывают развитие предпринимательства в качестве важного общественно-политического явления, а также представления интересов предпринимателей в органах структурах государственной власти, участия в разработке федеральных и региональ-

К *особой группе* организаций предпринимателей следует отнести торгово-промышленные палаты, создание и деятельность которых регламентируются специальным законом [5], закрепляющим за ними ряд специфических функций.

Таким образом, по итогам рассмотрения деятельности предпринимательских организаций в Российской Федерации можно сделать следующие выводы:

1. Объединения предпринимателей представляют собой неотъемлемый элемент рыночной экономики и важнейший инструмент для обратной связи между бизнесом и государством, предпринимателями и обществом. Осознавая, что только совместные усилия с органами власти могут эффективно влиять на формирование и осуществление государственной политики, все большее количество предпринимательских объединений видят в качестве приоритетных задач представление и отстаивание интересов предпринимателей в органах государственного управления.

2. В данное время в Российской Федерации количество всевозможных ассоциаций, гильдий, союзов и прочих форм предпринимательских организаций чрезвычайно велико. Объединяя достаточно незначительное число предпринимателей, данные организации дублируют многие функции друг друга.

3. В настоящее время в Российской Федерации возникли различные модели взаимодействия бизнес-сообщества и власти, среди которых, по мнению автора, можно выделить следующие:

- модель патронажа, которая предполагает опеку власти над бизнесом;
- модель «приватизации власти», когда власть сосредотачивалась в руках одной группы экономических субъектов;
- модель сдерживания, когда власть применяла в отношениях с бизнесом репрессивный аппарат;
- модель партнерства, в рамках которой представители бизнеса и власти приходили к компромиссу.

4. В отношении вопроса о выстраивании отношений с малым предпринимательством стоит отметить, что здесь государство на протяжении всего периода становления рыночных отношений декларировало необходимость развития общественных объединений малых предпринимателей, получившее законодательное оформление еще на первой стадии рыночных реформ.

5. Российские бизнесмены постепенно осознают общность своих интересов и понимают свое отличие от других социальных групп. Постепенно складывается институциональный механизм взаимоотношений бизнеса и власти. Конечно, это не снимает полностью противоречий между бизнесом и властью, но переводит конфликтные отношения в институциональную



форму, где в качестве средств их разрешения выступают дискуссии, консультации и переговоры. Данное направление развитие, по мнению автора, и будет являться преобладающей тенденцией развития отношений представителей бизнеса и государства в Российской Федерации на ближайшую перспективу.

1. Федеральный закон от 17.12.1999 № 211-ФЗ «Об общих принципах организации и деятельности ассоциаций экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации» (в ред. от 08.12.2003). www.consultant.ru.
2. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (в ред. от 28.07.2012).
3. Статья 33 Трудового кодекса РФ.
4. Федеральный закон от 27.11.2002 № 156-ФЗ «Об объединениях работодателей» (в ред. от 01.12.2007).
5. Закон РФ от 07.07.1993 № 5340-1 «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» (в ред. от 23.07.2008).
6. Панина Е.В. Союзы промышленников и предпринимателей в системе регулирования социально-экономического развития регионов. М., 2003.
7. Ковалев А.М. Взаимодействие государства и предпринимательского сообщества в развитии экономики регионов. М., 2010.
8. Буров М.П. Общественные структуры регулирования и координации межрегионального экономического сотрудничества. М., 2005.
9. Официальный веб-сайт Общероссийской общественной организации «Деловая Россия». www.deloros.ru.
10. Официальный сайт Межрегионального общественного движения «За правовую поддержку отечественных товаропроизводителей». dpr.ru/index.htm.

Socio-economic problems of interaction between the state and business community

O.E. Yanin, PhD in Economics, Moscow Power Engineering Institute

The article discusses the interaction of the state and organizations, representatives of the business community in the Russian Federation, taking into account their typing and socio-economic profile.

Key Words: public organization, non-commercial partnership, employers' association, business and power, lobbying, socio-economic development

Corresponding address: taurus18@inbox.ru