

Содержание:

image not found or type unknown



1. Введение

Бизнес и политика находятся в тесных взаимоотношениях. Эта тема весьма широка, имеет обширную историю. Ее рассматривают с разных точек зрения, каждая из которых верна (или НЕ верна) по-своему. Государство заинтересовано в том, чтобы у граждан, проживающих на территории страны, неуклонно росло благосостояние. Государство обязано заботиться о безопасности и надежности предпринимательской деятельности и следить за соблюдением таких принципов, как «право собственности», «гарантия выполнения договоров» и «прозрачность правоотношений».

Ранее считалось, что политика не должна вмешиваться в дела частных компаний, а государство обязано играть роль защитника прав бизнесменов. Но с развитием и укреплением капитализма этот вопрос потерял свою однозначность, стал острым и злободневным. Сейчас существуют предпринимательские объединения, негласно считающиеся монополистами. Они захватывают рынки, поднимают цены и тем самым наносят ущерб государству и обществу (народу) в целом.

Возможности рыночного механизма, увы, не безграничны, хоть и наделены массой достоинств. Можно выделить множество областей, где не действует свободная конкуренция, вернее, она должна действовать, но вследствие коррупции или чего бы то ни было еще она не срабатывает. Когда такие рынки терпят фиаско, в игру вмешивается государство. Саморегулирующая рыночная система рождает монополию, а она значительно уменьшает конкуренцию.

Во многих странах мира отношения между властью, бизнесом и обществом являются мощным источником развития экономических систем и решения социальных проблем.

Несмотря на свою актуальность, проблема до сих пор остаётся в стороне от магистральных исследований экономической науки. Рассматриваемой теме

посвящены как отечественные, так и зарубежные публикации.

Актуальность работы заключается в том, что взаимодействие бизнеса и политики отражающее интересы общества, является важнейшим фактором устойчивого развития страны. Современный этап социально-экономического развития России характеризуется недостаточной эффективностью системы связей бизнеса и политики, который пока не позволяет эффективно реализовывать свои функции субъектам взаимодействия и негативно сказывается на решении экономических проблем общества.

2. Физическая и политическая среда бизнеса

Физическая или так называемая географическая среда бизнеса оказывает непосредственное влияние на возможности предпринимателей в вопросе организации бизнеса. К примеру, если в земле есть природные ископаемые, то совершенно естественно, что на этом участке будет организован бизнес по их добыче. На красивых природных ландшафтах, как грибы после дождя вырастают туристические зоны: санатории, отели, виллы. Но тут в игру вступает другая среда бизнеса – политическая.

Политика является важнейшей составной частью любой бизнес-среды. Отметим, что политика чрезвычайно сильно влияет на функционирования бизнес-субъектов. Но есть и обратная сторона. Многим группам субъектов бизнеса (к ним относятся предпринимательские фирмы) важно спонсировать и привести к власти определенных политических деятелей, партий и прочих представителей. Политический курс страны во многом поддерживают наемные работники, которые участвуют в качестве избирателей депутатов. Иными словами, депутаты покупают свои должности у населения за какие-то 500 рублей. Эта сумма – цена одного голоса за того или иного депутата.

Связь политики и бизнеса обуславливается двусторонним характером. Одна сторона монеты – политика – продолжение деловых интересов, деловых отношений в среде внешней экономики. Обратная сторона – реальный бизнес в наши дни целиком и полностью зависим от политической ориентации партий, руководителей. Такое вот продолжение экономической политики...

Наличие административной власти дает отдельным людям, приступившим к политической деятельности, возможность обеспечить успешное развитие своего бизнеса. Все потому, что сейчас политика – это не более чем разновидность профессиональной деятельности. Ранее же политика считалась чем-то высшим, сродни призванию, в наши же дни она «скатилась» до профессии.

Политика активно формирует новые модели развития экономики. Самой глобальной попыткой перейти от старой экономической модели к новой, которую мы видим сегодня, была политика президента Советского Союза, Михаила Горбачева. Сейчас же правительство все больше делает ставку на приватизацию предприятий, а не на их национализацию, как это было ранее.

3. Группы интересов в бизнесе и политике

Люди и организации, заинтересованные в обладании ключевыми ресурсами влияния, образуют замкнутые группы лиц, реально участвующих в определении политической стратегии. Данный обзор анализирует их сферы интересов, структуры и ресурсы влияния.

В настоящее время в Европе на каждого чиновника Европейской комиссии (за исключением лингвистов и секретарей) приходится один человек, работающий в сфере представительства интересов. В наиболее развитых странах число институтов представительства интересов, с которыми имеют дело органы общественного управления, достигло непропорциональных размеров.

«Представители интересов, или свои люди» обладают монопольным доступом к общественной политике, в то время как в основных политических вопросах такие группы оперируют на более многоуровневых полях с другими типами интересов⁴.

Влияние представителя интересов на общественные дела зависит, прежде всего, от того, насколько необходимым ему удастся стать, предлагая те ключевые ресурсы, в которых нуждается правительство.

Использование или участие в группах интересов представляет собой один из путей, благодаря которому организации управляют своей внешней политической средой. Группы интересов можно проранжировать от частных групп организованных фирм до общественных групп, открытых для любого желающего присоединиться к ним. Другой фактор, определяющий силу влияния

представителей интересов, — это способность оказывать давление на определенные круги. В настоящее время наблюдается увеличение числа признаков, свидетельствующих о стремлении общественных властей управлять взаимодействием с носителями внешних интересов.

Проблема исследования групп интересов занимает ключевое место в сфере наук об управлении, поскольку именно группы интересов предлагают фирмам те средства, которые помогают им эффективно функционировать во внешней политической среде. Однако в течение долгого времени она оставалась прерогативой преимущественно политической науки.

Политическая деятельность фирм осуществляется ими индивидуально, в форме коллективной деятельности: либо посредством участия в формальных или неформальных временных альянсах которые вообще могут не иметь никакой сколько-нибудь четкой структуры, как, например, клуб людей, собирающихся время от времени пообедать.

Как правило, именно наименьшие из малых фирм и предприятий сталкиваются с такими основными проблемами выживания, как отсутствие ресурсов для того, чтобы либо действовать коллективно, либо самим взаимодействовать со своим внешним политическим окружением. И наоборот, ни одна крупная фирма не была бы в состоянии поддерживать свое существование в прежнем виде, если бы она игнорировала те политические условия, которые могли бы оказать влияние на перспективу ее развития в будущем.

Табачная фирма в один прекрасный момент обнаружит, что ее основной товарный рынок подорван социальным законодательством; производитель бумаги столкнется с недопустимым ограничением размеров прибыли в результате принятия нового законодательства по проблемам окружающей среды; отрасль производства, находящаяся в состоянии спада, получит время для диверсификации при поддержке со стороны общественности; новые возможности для развития может получить даже целая совокупность промышленных отраслей за счет общественных инициатив. Вот почему любое крупное предприятие инвестирует ресурсы в управление своими общественными делами, когда создавая специально предназначенные для этой цели организационные подразделения, а когда и нанимая специальную фирму, занимающуюся вопросами общественных дел, или принимая участие в той или иной форме коллективной деятельности.

Самые крупные из предприятий, действующих в наиболее значимых производственных секторах, могут придерживаться позиции, что они в состоянии решать свои проблемы самостоятельно. Но даже и в этом случае вряд ли найдется хотя бы одна крупная фирма, не заинтересованная в участии в групповом объединении какого-либо рода, даже если из-за этого произойдет ограничение основного бизнеса.

Но и при этих условиях предприятия могут приходиться к необходимости действовать коллективно в рамках секторальных объединений, чтобы угодить тем органам общественной власти, которые предпочитают вести переговоры с «одним голосом». Так, например, Европейская ассоциация потребителей электронной продукции фактически служит прикрытием интересов крупных европейских предприятий данного промышленного сектора (в частности, Philips и Tomsori) и удовлетворяет пожелания Европейской комиссии. В последнее время все чаще можно видеть, как органы общественной власти требуют от предприятий объединять свои интересы и предъявлять их как коллективный продукт, поскольку это упрощает предоставление консультаций.

Предприятия присоединяются к деятельности групп интересов с целью продвижения и защиты своих выгод, прежде всего в сфере общественной политики, т. е. в тех областях, где они могут как подвергнуться серьезной угрозе, так и получить необходимую им поддержку. Они участвуют в этом, чтобы удовлетворить требования органов общественной власти по упрощению определения и реализации общественной политики; они используют группы интересов как средство экономической разведки, средство сбора данных о политическом и экономическом окружении, а также иногда для получения доступа к товарам и услугам на льготных условиях.

Например, в марте 1994 г. французское предприятие по производству автомобилей Пежо/Ситроен пришло к выводу, что если фирма хочет и впредь оставаться прибыльной, то нельзя далее оставаться вне сотрудничества с Европейской ассоциацией производителей автомобилей (АСЕА). Аналогично действуют и некоторые американские фирмы, пользующиеся репутацией «вольных игроков»; на деле они признают необходимость коллективных действий, прежде всего в целях защиты и продвижения своих интересов в сфере общественной политики.

Отказ от принадлежности к влиятельной ассоциации может иметь опасные последствия для предприятия, подвергая его риску столкнуться с конкурентами, действующими коллективно и принимающими совместные решения, которые могут

оказаться губительными для интересов фирмы, остающейся за пределами их коллективного соглашения.

Спектр групп интересов зависит от типа предприятий и содержит множество форм, начиная с частных объединений организаций, закрытых для посторонних организаций (таких как промышленные отраслевые объединения), и заканчивая образованиями, к которым может присоединиться любой желающий.

Предприятиям проще организовать, чем отдельным индивидуумам, поскольку их ресурсы для защиты и продвижения своих интересов гораздо больше, чем у других типов носителей интересов.

Ключевым моментом в понимании влияния, оказываемого группами интересов на определение и реализацию общественной политики, является наличие / отсутствие «переговорных козырей». Предприятия и производственные отрасли, обладающие наибольшим числом таких козырей, могут сделаться незаменимыми и тем самым значительно повлиять на определение и реализацию общественной политики. И, что важно отметить, эти ресурсы обеспечивают достижение наибольшего эффекта при хорошей организации.

Общественная политика формируется на основе информации. Например, в Европейской комиссии имеется только один человек, ответственный за многомиллионную страховую индустрию Европы (ECU). Такое положение дел приводит к сильной перегрузке бюрократического аппарата, попадающего в зависимость от знания, предоставляемого представителями частных групп интересов. Один чиновник прокомментировал эту ситуацию следующим образом:

«Начнем с того, что он (чиновник Европейской комиссии) — очень одинок, смотрит на лежащий перед ним чистый лист бумаги, недоумевая, чем же его нужно заполнить. На самой ранней стадии лоббизм предлагает великолепную возможность для ясного понимания того, какой должна быть его политика, а в конечном итоге — и того, как оформить это понимание на бумаге. Как правило, разработчик нуждается в идеях и информации, качество которой имеет важное на этой стадии работы значение. Ценным поставщиком качественной информации является лоббист».

Некоторые из отчетов Европейской комиссии на деле составлены отраслевыми объединениями и предприятиями. Предпринимательские группы интересов часто обладают монополией на информацию и экспертное знание, что дает им эксклюзивный и свободный от конкуренции доступ к общественной политике. Если

она основана на технически несовершенной информации, то ее никак нельзя назвать качественной, а обладание живой и надежной информацией может гарантировать возможность влияния на определение общественной политики.

4. Представительство интересов в общественной политике

Организация обеспечения интересов посредством создания конкурирующих группировок вряд ли может быть эффективным инструментом представительства интересов, поскольку органы общественного управления либо окажутся неспособными играть роль своего рода третейского судьи между конкурирующими фракциями, либо сделают выбор в пользу одного типа интересов в ущерб другим.

Любая бюрократия сочтет, что задача взаимодействия с конкурирующими группировками слишком сложна, и в действительности многие бюрократические структуры предпочитают тратить свои усилия на сотрудничество с теми системами представительства интересов, которые организованы в едином формате, без конкуренции.

Одним из ключевых факторов обеспечения эффективной деятельности является способность обеспечить своевременное принятие решений, что, в свою очередь, требует передачи ряда полномочий секретариату, правомочному выполнять свои обязанности без постоянного обращения к выбравшим его членам. Члены организации могут иметь право на утверждение уже произведенного действия, однако их участие на стадии предварительных консультаций может привести к разногласиям и конфликтам⁵.

Бесспорно, наиболее авторитетным вкладом в наше понимание феномена коллективного действия стала знаменитая книга М. Олсона «The Logic of Collective Action» («Логика коллективного действия»). Он утверждал, что для фирмы наиболее рационально поведение отказа от всех затрат, связанных с организацией коллективного действия, в пользу выбора так называемой стратегии «свободной дороги», ведущей к тому же положительному результату, которого другие достигают в процессе коллективных действий.

В этом случае группа не нуждалась бы в обеспечении своих членов какими-либо дополнительными стимулами к участию в политической (коллективной) деятельности, как, например, предоставление товаров и услуг на льготных

условиях.

Любая группа интересов может выносить компетентные суждения от имени своих членов, может участвовать в переговорах по вопросам заключения соглашений с правительственными органами, и поэтому наличие договора между группой и теми, кто эту группу выбрал, имеет неоценимое значение для формирования общественной политики. Наиболее удачной его формой является установление группой работоспособного механизма саморегуляции в отношениях между своими членами.

Группы интересов, обладающие достаточно богатым запасом «переговорных козырей», имеют большое влияние на общественные дела. Как правило, «kozyри» должны быть подкреплены организационным обеспечением.

Правительства часто стремятся «заполучить» в свое распоряжение группы интересов, чтобы подчинить их своему контролю. Кроме того, существует и так называемая «серая зона», в которой располагаются группы «своих» организаций (получивших этот статус в силу обладания специальными знаниями в технических вопросах) и группы, занимающие периферийное по отношению к «своим» положение в силу определенной слабости,

Таким образом, уровень влияния группы интересов равен способности той или иной группы сделать содержание и результаты своей деятельности достоянием более широкой публики. Для тех групп интересов, чьи потребности и запросы соответствуют общественной политике, нет необходимости обращаться за поддержкой к общественному мнению, остальным же, ищущим поддержки у общества, приходится это делать, поскольку они не смогли сохранить свои деловые отношения с правительством.

Группы частных интересов взаимодействуют с общественной политикой посредством так называемых «политических сетей». На одном конце континуума находятся «политические сообщества», т. е. относительно устойчивые коалиции штатных чиновников, работающих в сфере общественной политики, вместе с представителями «инсайдеров», или «внутренних групп», носителей внутренних интересов.

Стабильность этих механизмов обеспечивает им превосходные условия для ведения переговоров по вопросам политической стратегии и разрешения конфликтов. На другом конце континуума располагаются так называемые «сегодня здесь, завтра там», или «тактические союзы» (issue networks), которые

представляют собой неустойчивые объединения групп интересов, собирающихся вместе в силу сложившихся обстоятельств.

Образование «политических сообществ» особенно вероятно в тех случаях, когда вопросы, которые они призваны решать, находятся в «низкополитизированных областях», т. е. там, где решаются относительно недискуссионные, по преимуществу технические вопросы, которые могут не выходить за рамки проблем отдельно взятой отрасли бизнеса.

С другой стороны, в «высокополитизированных областях» в центре внимания находятся «большие проблемы», имеющие собственно политический характер, к решению которых не может привлекаться только одна отдельно взятая группа интересов лишь потому, что она имеет допуск в эту сферу общественной жизни. На «игровой площадке», где решаются такие вопросы, группы бизнес-интересов гораздо больше взаимодействуют с группами, представляющими общественные интересы.

Для последних участие в решении имеющих политический характер вопросов представляет собой сознательную стратегию поведения, направленную на подрыв монопольного влияния бизнес-групп интересов. В качестве примера можно привести случай с «биопатентованием» (bio-patenting). Тогда проект директивы Европейской комиссии, предназначенной защищать авторские права в сфере биотехнологий, инспирированный представителями одной из производственных отраслей, провалился при голосовании в Европейском Парламенте после бурной общественной кампании, проведенной под управлением групп, представляющих общественные интересы. Следовательно, влияние, которое имеют группы бизнес-интересов, осуществляется отнюдь не само по себе и не как результат простой демонстрации списка «переговорных козырей», как это можно было бы предположить. Аналогично некоторые типы общественных институтов, такие, например, как US Federal Reserve (Федеральный резервный банк), Bundesbank (Бундесбанк) или Bank of England (Банк Англии), в силу своего устройства обладают большим иммунитетом, чем другие, к влиянию со стороны групп, представляющих частные интересы.

Управление представительство интересов со стороны органов общественного управления ставит перед собой три основные цели.

Первая — получение качественной информации, очищенной от «гула» многоголосья. Вторая — из числа тех вопросов, к которым бизнес-группы имеют

привилегированный доступ: суметь выделить проблемы, появляющиеся из-за несоответствия между интересами бизнеса и других групп общественных интересов. И наконец, третья цель заключается в том, чтобы своевременно предотвращать опасность злоупотреблений и укреплять стандарты общественной жизни.

Правительства по-разному подходят к решению этих задач: одни разрабатывают механизмы на основе законодательных актов, другие в целях создания института саморегуляции благоприятствуют практике «лоббизма» (осуществляемой в некоторых общепринятых рамках). Обращаясь к будущему, можно отметить, что существуют проблемы, на которые будут вынуждены обратить свое внимание группы частных интересов, чтобы удержать возможности своего влияния на общественную политику.

Список литературы

- 1 Ходов Л.Г. Основы государственной экономической политики. М., 2002, С.122.
- 2 Коновалов В.Н. Экономика и политика. Ростов н/Д, 2003, С. 78.
- 3 Бессонова О. Раздаточная экономика как российская традиция // Общественные науки и современность. 20002, С. 166.
- 4 Мау В.А. Экономика и власть. Политическая история экономической реформы в России. М., 2002, С. 213.
- 5 Коновалов В.Н. Экономика и политика. Ростов н/Д, 2003, С. 144.
- 6 Российская историческая политология. Курс лекций: Учебное пособие / Отв. ред. С.А.Кислицын. Ростов н/Д, 2004, С.88.