



Козловский Иван Иванович

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
КАК СОЦИАЛЬНАЯ ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ
ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ**

Специальность 09.00.11 – социальная философия

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук

Москва - 2005

Работа выполнена на кафедре общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин Московского экономико-правового института

Научный руководитель: доктор философских наук, доцент
МАКАРЕНКОВ Евгений Викторович

Официальные оппоненты: доктор философских наук, доцент
РЕМАРЧУК Валерий Николаевич

кандидат философских наук
БРЕГА Александр Васильевич

Ведущая организация: Военно-инженерная академия

Защита состоится *6 мая* 2005 г. в *15* часов на заседании диссертационного совета Д 212.141.12 по философским наукам в Московском государственном техническом университете имени Н.Э.Баумана по адресу: 105005, Москва, Рубцовская наб., дом 2/18, УЛК, ауд. 720.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке МГТУ имени Н.Э.Баумана.

Автореферат разослан *5 апреля* 2005 года

Ученый секретарь
диссертационного совета



С.А.Власов



893

I. Общая характеристика работы

Изменения политической, экономической и социальной систем, имевшие место в нашей стране в 90-х годах XX века привели к значительной трансформации социальной структуры российского общества и появлению довольно значительного слоя предпринимателей. Появление бизнес-слоя явилось также результатом либерализации экономики и гарантий дальнейшего углубления реформ и развития рыночной экономики. Со временем в России стало появляться все больше финансовых средств, привлекаемых для развития крупного, среднего и мелкого бизнеса, а также значительно увеличилось количество людей, стремящихся и способных к такой профессиональной деятельности. При этом ожидалось, что при благоприятных условиях предпринимательство сможет активно способствовать либерально-демократическому преобразованию экономики и формированию в России открытого общества.

Однако в конце 90-х годов XX – начале XXI века обнаружилось, что развитие отечественного бизнеса сдерживается не только неуверенностью самих людей в стабильности и последовательности государственной экономической политики, недостатком соответствующего опыта, знаний, навыков и информации, но и сохраняющимися бюрократическими механизмами, недостаточной поддержкой государственной властью, ненадежностью правовой защиты частной собственности и свободы экономической деятельности. По мнению некоторых исследователей и политиков, неправовой характер образования большинства крупных и средних капиталов, коррупция органов власти, распространение рэкета, террористические акты привели к тому, что российское предпринимательство стало характеризоваться довольно уродливыми чертами, а в общественном мнении оно стало восприниматься не только как одна из преступных сфер жизни, но и как источник криминализации всего общества.

Актуальность обращения автора к исследованию социальных проблем функционирования предпринимательства и связанных с этим трудностей формирования в нашей стране гражданского общества обусловлено целым рядом обстоятельств, среди которых целесообразно выделить следующие.

1. Значимостью влияния, которое оказывала и продолжает оказывать на российское общество деятельность отечественных бизнес-структур. Именно бизнес способен наиболее эффективно обеспечить занятость населения, повысить отдачу от реализации многочисленных социальных правительственных программ, активно участвовать в демонополизации российской экономики. Как показывает анализ мирового опыта, в решении экономических и социальных проблем современных социумов решающая роль в демократических странах принадлежит среднему и малому бизнесу. По всей видимости, данная тенденция в исторической перспективе в **много** мере будет характерна и для Российской Федерации.

ИМ. Н. Э. БАУМАНА
БИБЛИОТЕКА

2. Усиливающейся борьбой между государственной бюрократией и бизнесом за политическое влияние на государственную власть и на российское общество в целом. В начале XXI века ряд государственных структур старались преодолеть олигархический характер государственной власти, но при этом действовали в ряде случаев субъективно. С одной стороны, решительные действия государством были предприняты против ряда крупных отечественных финансово-промышленных компаний с целью заставить их действовать в рамках законодательства и полностью выплачивать положенные налоги. Одновременно с этим, руководство государства показывало бизнесу, в первую очередь крупному, что заинтересовано в аполитичности и более активном его участии не в политике, а в реализации социально-экономических программ. С другой стороны, российское законодательство продолжает оставаться запутанным и пока не создает благоприятных условий для развития бизнеса, а деятельность фискальных органов остается выборочной и относительно закрытой для общественного контроля.

3. Противоречивым отношением общества к современной бизнес-деятельности. Ставшие достоянием общественности некоторые факты поддержки рядом бизнесменов и предпринимательских структур террористических организаций и экстремистов, их желание активно вмешиваться в политическую борьбу показывают, что неконтролируемый со стороны государства и не ограниченный законом бизнес может играть в современных российских условиях негативную социальную роль.

4. Необходимостью осмысления последствий изменений, происходящих в политической системе российского общества, предпринятых руководством страны осенью 2004 года. Определенное ужесточение политического режима демонстрирует стране, что с одной стороны, государственные структуры занялись наведением порядка, а с другой стороны показывает, что государство старается структурировать сформировавшийся предпринимательский слой и приступить к «формированию сверху» элементов гражданского общества.

5. Важностью понимания факта, что само гражданское общество как система неполитических, независимых от государства общественных институтов нуждается в финансовой, моральной, информационной и иной поддержке не только государства, но и бизнеса. Без всесторонней помощи предпринимателей, как показывает зарубежный и отечественный опыт, государству оказывается довольно затруднительно активизировать инициативу граждан и направить ее в конструктивное русло. Особенно трудно это сделать в условиях металитета россиян, сформировавшегося под влиянием практически неограниченной государственной власти.

Степень научной разработанности проблемы

Проблемам формирования и развития предпринимательства в нашей стране посвящено относительно большое количество научных работ, в том

числе и диссертационных исследований¹. В последние годы также появилось большое количество научно-исследовательских работ, в которых уже рассматриваются внутренние противоречия самого предпринимательства как явления, а также проблемы, возникающие в отношениях между бизнесом и государством, между различными бизнес-структурами и российским обществом в целом².

Примерно с середины 90-х годов прошлого века начинает довольно регулярно проводиться большое количество международных, национальных и региональных научных конференций и семинаров по предпринимательской проблематике, публикуются их материалы, стенограммы и итоговые документы. Среди наиболее обстоятельно исследующих роль и место предпринимательства в современном научно российском сообществе отметим И.Н.Герчикову, Т.И.Заславскую, О.В.Крыштановскую, А.В.Михеева, О.Н.Муштук, Е.В.Орлову, В.И.Пантина, В.Г.Смолькова и некоторых других ученых.

В этот период в России начинают активно проводиться парламентские слушания, изучается обширный зарубежный опыт взаимоотношений государства, общества и бизнеса, разрабатываются теоретические и практические модели этих отношений в условиях различных политических режимов и общественных систем³. К проблемам экономической политики постоянно об-

¹ См., например: *Абубакиров Р.Ф.* Предпринимательская деятельность в трансформационной экономике: Дис. ...канд. экон. наук. – Казань, 2003; *Безgodов А.В.* Современные российские предприниматели как социально-политическая общность: Дис. ...канд. полит. наук. – М., 1999; *Васильков А.Л.* Предпринимательство в современной России: социально-политические аспекты: Дис. ...канд. полит. наук. – М., 1997; *Куприянов С.П.* Социально-политические проблемы становления и развития малого предпринимательства в современной России: Дис. ...канд. полит. наук. – М., 2000; *Молибог Ю.И.* Формирование системы малого бизнеса как основы создания конкурентной среды: Дис. ...канд. экон. наук. – Тамбов, 2003; *Парухин С.Н.* Институциональная структура малого бизнеса: Дис. ...канд. экон. наук. – Кострома, 2002; Современные проблемы предпринимательства: тезисы докладов научно-теоретической конференции (22 апреля 1997 г.). – Саратов: СГУ, 1997 и др.

² См.: *Бурханова И.Н.* Политическая роль предпринимательства и ее проявление в электоральном процессе: Дис. ...канд. полит. наук. – М., 2000; *Ерошин М.М.* Политика государства по поддержке малого и среднего бизнеса в условиях реформирования российского общества (на примере Московского региона): Дис. ...канд. полит. наук. – М., 2004; *Раков Л.Е.* Политическая институализация современного российского предпринимательства: Дис. ...канд. полит. наук. – М., 2002; *Темижева З.Э.* Корпоративизм как форма взаимодействия государства и групп интересов бизнеса в современной России: особенности и тенденции развития: Дис. канд. ...полит. наук. – М., 2003; *Хамидуллин Ф.Ф.* Малый бизнес в условиях институциональных преобразований: Дис. ...канд. экон. наук. – Казань, 2002; *Чой Ву Ик.* Становление предпринимательства как субъекта социально-политической жизни России: Дис. ...канд. социол. наук. – М., 1997 и др.

³ См., например: *Радаев Р.* Российский бизнес? На пути к легализации // Вопросы экономики. – 2002. - № 1. – С. 68-87; *Шулус А.А., Деревянченко А.А.* Съезд надежд (По материалам Всероссийского съезда представителей малых предприятий) // Российский экономический журнал. – 2000. - № 1. – С. 57-66; *Якутин Ю.* Бизнес и власть: диалог рождает

ращаются руководители Российского государства, политические деятели, вырабатываются новые нормативно-правовые документы¹. В 90-е годы прошлого века появляется все больше научных работ, в которых деполитизация российского общества, взаимоотношения государства и личности, процесс формирования гражданского общества рассматриваются в качестве объекта исследования².

Практически все проведенные исследования рассматривают либо проблемы становления предпринимательства как субъекта политической или общественной жизни, либо взаимоотношения бизнеса, с одной стороны, и общества и государства – с другой. Но пока нет ни одной исследовательской работы на уровне диссертационного исследования, в которой влияние предпринимательства на трансформацию социальной структуры российского общества и формирование в связи с этим полноценного и эффективного гражданского общества была бы рассмотрена в качестве самостоятельного объекта научного исследования.

Исходя из этого, автором сформулированы объект, предмет, цели и задачи исследования.

Объект исследования – предпринимательство как относительно новая развивающаяся структура современного российского социума.

Предмет исследования – социально значимая деятельность отечественного предпринимательства и участие в формировании в Российской Федерации гражданского общества.

Цель исследования – осуществить системный анализ социально значимой деятельности отечественного предпринимательства по формированию гражданского общества в российских условиях для выработки оптимальной модели взаимоотношений государства, бизнеса и общественных организаций.

Задачи исследования:

ответственность // Экономика и жизнь. – 2004. – Январь. - № 1. – С. 1-3 и др.

¹ См., например: Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию. – М.: Известия, 2003; Городская целевая программа «Подготовка кадров для рыночной экономики в городе Москве на 2004-2006 годы». – М.: МФПК, 2003; Материалы парламентских слушаний «Концепция развития малого и среднего предпринимательства в России» (стенограмма). – М.: Издательство Государственной Думы РФ, 2002; Межотраслевая программа подготовки кадров для рыночной экономики на 2001-2003 гг. (нормативно-распорядительные документы). – М.: МФПК, 2001; Нормативные акты города Москвы по поддержке малого предпринимательства. Часть 1, 2. – М.: МФПК, 2002 и др.

² См.: Личность, общество и государство в современной России: коллективная монография. – М.: Мегалир. 2004; Нилус Н.Г. Гражданское общество в России: социально-философский анализ: Автореф. дис. ...канд. филос. наук. – М., 2003; Повестка дня для России. – М.: Единство во имя России. 2004; Региональные выборы и проблемы гражданского общества на юге России (Рабочие материалы). Ростов-на-Дону, 3-4 марта 2002 г. – М.: МЦК, 2002; Родичев Л.Г. Гражданское общество в России: предпосылки, перспективы развития: Автореф. дис. ...канд. филос. наук. – М., 2001 и др.

1. Системно рассмотреть теоретические проблемы места и социальной роли предпринимательства в современном российском обществе.

2. Проанализировать имеющиеся подходы и выработать авторское понимание корпоративных интересов и институциональной структуры отечественного предпринимательства как социального слоя российского общества.

3. Изучить социально-политические механизмы участия предпринимателей в жизни российского гражданского общества.

4. Изучить и систематизировать опыт социального взаимодействия предпринимательства с государственными и общественными структурами в Российской Федерации.

5. В теоретическом и прикладном аспекте определить основные направления развития предпринимательства как социальной основы гражданского общества в России, а также разработать конкретные научно-практические рекомендации для повышения эффективности деятельности органов государственной власти, политических партий и общественных организаций, научно-исследовательских центров и подразделений, бизнес-структур, многочисленных средств массовой информации и формирующего-ся в России гражданского общества.

Теоретическую основу диссертации составили работы отечественных и зарубежных исследователей – философов, политологов, правоведов, государственных деятелей, а также материалы дискуссий, научно-практических конференций международного и национального масштабов, многочисленные теоретические труды, авторефераты и материалы диссертаций, публицистические материалы и информация нескольких сайтов Интернет. Исследование опирается на методологические положения и выводы, категориальный аппарат философии, юриспруденции, политологии, экономической теории, социологии и конфликтологии. Особое внимание было уделено научному анализу соответствующих положений Конституции Российской Федерации, российского законодательства, посвященных проблемам функционирования бизнеса.

Методологической основой рассмотрения проблем в диссертации явились методы системного, структурно-функционального и институционального анализа. Для решения поставленных задач использовались социологические методы, а также методы прогнозирования и моделирования.

Эмпирическую базу диссертации составили результаты философско-социологических и политологических исследований, проведенных как государственными органами и учреждениями, так и профессиональными социологическими центрами (ВЦИОМ, РОМИР, Фонд «Общественное мнение», Левада-центр) и средствами массовой информации. Автор активно использовал собственные аналитические разработки, посвященные проблемам развития малого и среднего бизнеса в Московском регионе, осуществленные во время работы в Московском фонде подготовки кадров и обобщенные в течение нескольких лет.

Временные рамки работы ограничены 90-ми годами XX и началом XXI столетия. Пространственные границы исследования позволяют также анализировать позитивный отечественный и зарубежный опыт отношений бизнеса, государства и общества, начиная со второй половины XX века и до настоящего времени.

Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографии и приложения.

Во введении дается обоснование актуальности темы исследования, характеризуются состояние ее разработанности в научной литературе, формулируются объект, предмет, цель, задачи, научная новизна и положения, выносимые на защиту.

В первой главе – «**Сущность и социальная роль современного предпринимательства**» рассматриваются теоретико-методологические основы социально-философского анализа предпринимательства, анализируется институциональная структура и корпоративные интересы предпринимательства как социального слоя.

Во второй главе - «**Социальная роль предпринимательства в формировании гражданского общества в современной России**» в теоретическом ключе и прикладном аспекте анализируются социально-политические механизмы участия предпринимателей в жизни российского гражданского общества, рассматривается опыт социального взаимодействия предпринимательства с государственными и общественными структурами России, предлагаются основные направления развития предпринимательства как социальной основы гражданского общества в России.

В заключении формулируются теоретические выводы и практические рекомендации, предназначенные для дальнейшего совершенствования деятельности государственных органов, политических партий и общественных организаций по развитию малого и среднего бизнеса, его политической и общественной поддержке.

II. Научная новизна исследования и обоснование положений, выносимых на защиту

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- В комплексном рассмотрении теоретических проблем места и социальной роли предпринимательства в современном российском обществе.
- В анализе имеющихся подходов и выработке авторского понимания корпоративных интересов и модели институциональной структуры отечественного предпринимательства как социального слоя российского общества.
- В творческом изучении социально-политических механизмов участия предпринимателей в деятельности формирующегося российского гражданского общества.
- В изучении и систематизации опыта социального взаимодействия

предпринимательства с государственными и общественными структурами в Российской Федерации.

- В выработке системы предложений и мер по развитию предпринимательства как социальной основы гражданского общества в России.

Положения и выводы, выносимые на защиту

1. Результаты анализа теоретических проблем места и социальной роли предпринимательства в современном российском обществе.

Повышенный интерес к проблемам предпринимательства связан с особым характером базовых функций предпринимательства в постсоветском обществе, совершающем постепенный переход к рыночной экономике. Ни приватизация, ни переход от планово-распорядительной системы к рыночной невозможны без функционирования достаточного количества производительных, финансовых и коммерческих капиталов. В советском обществе подобные капиталы либо отсутствовали, либо носили теневой характер.

В современной России идет активный процесс их накопления, неразрывно связанный с развитием предпринимательства. Появление в современном обществе слоя предпринимателей – это и результат либерализации экономики, и гарантия дальнейшего углубления реформ и развития рыночных отношений. Ожидается, что при благоприятных условиях предпринимательство сможет активно и эффективно способствовать либерально-демократическому преобразованию экономики, формированию в России современного открытого общества. Российская Федерация в настоящее время обладает достаточным количеством капиталов для развития малого, среднего и крупного бизнеса. Достаточно и людей, стремящихся и способных к такой деятельности. Если ранее предпринимательская деятельность сдерживалась неуверенностью людей в стабильности государственной экономической политики, недостатком соответствующего опыта, навыков, знания и информации, то сейчас этот этап в основном уже пройден.

Обычно выделяют довольно схематично и весьма условно три базовых вида предпринимательства: крупное, среднее и малое (мелкое). Если рассматривать дифференциацию российского предпринимательства в численном отношении, то крупные предприниматели составляют примерно 5%, средний бизнес – примерно 10-15%, а на долю малого предпринимательства приходится до 80% от общего числа предпринимателей нашей страны¹. В мировой практике пока еще не выработано единых критериев и показателей для определения размеров предприятий, однако практика применения Федерального Закона Российской Федерации «О государственной поддержке малого пред-

¹ См.: Смольков В.Г. Предпринимательство и власть // Социально-гуманитарные знания. – 2002. - № 5. – С. 117.

принимательства» (1995 года) дает возможность классифицировать бизнес по численности работников, занятых на нем. Так, к малому бизнесу относятся: в промышленности, в строительстве и на транспорте - предприятия, на которых работают менее 100 человек; в сельском хозяйстве – менее 60 человек; в оптовой торговле и бытовом обслуживании – менее 30 человек; в остальных отраслях – менее 50 человек.

С точки зрения доходов отечественное предпринимательство классифицируется следующим образом. Доходы отечественных бизнесменов в 90-х годах прошлого века были в 2,5-3 раза выше, чем наемных работников, не участвующих в бизнесе. В составе бизнес-слоя в 2 раза меньше бедных и в 4 раза больше зажиточных людей, чем среди тех, кто получает только зарплату. Бизнес-слой, составляя 1/9 часть экономически активного населения нашей страны, концентрирует 1/3 живущих зажиточно и самостоятельно, но лишь 1/17 бедных и обнищавших. Доходы верхнего слоя предпринимателей превышают доход среднего наемного работника в 5 раз, а среднего бизнесмена – почти в 2 раза. Доходы этой группы сильно поляризованы, и это естественно, ведь предпринимательству присуща резкая дифференциация доходов: часть выбравших это занятие добивается экономического успеха, в то время как другая часть разоряется¹.

Критериев классификации предпринимателей и предпринимательства можно выделить достаточно много. Основной характеристикой предпринимательства можно назвать творческий подход к хозяйственной деятельности и что организационно-правовая форма еще не дает представления о размахе (или полном отсутствии) его инновационной или предпринимательской деятельности. По всей видимости, главное требование заключается в том, что основные критерии систематизации предпринимательства не должны быть формальными. Классическая систематизация предпринимательской деятельности Й.Шумпетера предполагает следующие основные формы: производство товаров с новыми свойствами, использование новых видов сырья, применение новых технологий производства, освоение новых рынков сбыта, применение новых управленческих технологий. Используя такую систематизацию, автор выделяет группу предприятий, производящих товары с новыми свойствами; группу, применяющих новые производственные технологии и т.д. Выделяется еще один критерий, позволяющий провести систематизацию предпринимательства: это критерий индивидуального и корпоративного предпринимательства.

Таким образом, в диссертации выделяются три базовых формы предпринимательства: индивидуальное предпринимательство; административное предпринимательство; корпоративное предпринимательство.

Становление российского предпринимательства сталкивается в совре-

¹ Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества. – М.: Дело, 2002. – С. 355.

менных условиях с двумя базовыми тенденциями. С одной стороны, сложность задач, стоящих перед менеджерами российских фирм и высокая степень неопределенности внешней среды приводит к объективной необходимости применения предпринимательских форм управления. С другой стороны, возникновение и развитие предпринимательства невозможно вне рыночных хозяйственных отношений. Такие отношения возникают в обществе как результат социального процесса, на основании социально-психологических и социально-экономических предпосылок и условий.

1. Для возникновения в современном обществе системы свободных рыночных отношений важен определенный уровень взаимного доверия и взаимной симпатии между людьми в качестве экономических субъектов. Однако для России характерны традиционная опора на властные отношения и преобладание инверсионного типа культуры, что в итоге препятствует развитию доверительного поведения в экономическом пространстве, свидетельствует о «закрытости» общества и преобладании традиционализма.

2. Хозяйственные отношения между людьми в системе рынка основаны на преобладании целерациональной и ценностнорациональной моделей поведения над действиями аффективными и традиционными. Для рыночных отношений также важно развитие утилитаризма, то есть не только оценка явлений с точки зрения их полезности, но и вера в возможность достижения цели с помощью собственных усилий.

3. Становление российского менеджмента в современных условиях сталкивается не только с социально-психологическими особенностями членов социума, но и особенностями социально-экономического пространства.

4. Возникновение любой организации – это социальный процесс. Структурообразующим элементом в нем является элемент внешней цели, называемой обычно миссией организации. Социальная (в том числе социально-экономическая) миссия организации обуславливает ее интеграцию в социум, общественное одобрение ее деятельности, конкурентоспособность. У большинства хозяйственных организаций, созданных в нашей стране в процессе приватизации, отсутствует система внешних связей, что объективно приводит к невозможности стратегического управления и принятию основной программы деятельности «стратегии выживания».

5. Основным препятствием формированию института менеджмента и, особенно, его предпринимательских форм, является дисбаланс формальных и неформальных принципов и взаимоотношений. Он проявляется в функционировании, прежде всего, института частной собственности. В решении вопроса о собственности в ходе реформ наглядно проявился инверсионный тип мышления, характерный для российского менталитета.

6. Корпоративные формы хозяйственной деятельности в России традиционно ориентируются не на получение конечного результата, а на создание и поддержание определенного типа межличностных отношений, чаще всего – на создание властных отношений. Власть в нашей стране традицион-

но являлась и является в современных условиях определенного рода мощным экономическим ресурсом, так как позволяет оптимальным образом и по самой низкой цене мобилизовывать другие ресурсы: финансовые, кадровые, информационные и сырьевые.

Легитимация частного предпринимательства в нашей стране еще не завершена. В современной России сформировались две конкурирующие модели общественной легитимации частного предпринимательства: «традиционная» и «современная». «Традиционная» в большой степени связана с устоявшейся системой базовых ценностей, унаследованной от позднесоветской культуры. Для этой модели приоритет имеют в основном ценности социальной иерархии, центральное место занимает фигура руководителя, личное богатство которого легитимируется иерархически – привилегированным местом в социальной иерархии. Такое богатство легитимно, прежде всего, потому, что связывается с одобряемой населением деятельностью – руководством и производством одновременно. При этом однозначно пока не связываются предпринимательская работа и предпринимательское вознаграждение, поэтому формируется подозрительное отношение к «частным» деньгам.

Современная модель легитимации пока еще слабо представлена в российском обществе. Она вырастает из модернизированного слоя культуры, где сосредоточены совсем другие ценности. Носители этой культуры обнаруживают восприимчивость к ценностям динамичного предпринимательства (положительная оценка активной жизненной ориентации, ценностей «успеха»). При этом в современном российском обществе произошел глубинный мировоззренческий перелом: уже невозможно представить нормальную жизнь без бизнеса. Этот перелом в значительной степени был обеспечен негативным социальным опытом и коллективной памятью, в которой закрепились отрицательные оценки государственной экономики и планового хозяйства; и в незначительной степени – новым позитивным опытом (исчезновение товарного дефицита, появление множества новых товаров и услуг, новых жизненных возможностей). Таким образом, произошло психологическое привыкание к бизнесу, а частное предпринимательство приобрело определенную социальную совместимость с постсоветским обществом. При относительной слабости культурных ресурсов в нашем обществе это сделало возможным начало легитимации частного предпринимательства в России.

Еще одной характерной особенностью частного предпринимательства в современном трансформирующемся обществе является дефицит права. В российской науке по-прежнему превалирует подход, объясняющий сохранение дефицита права высокой ценой подчинения закону и низкой вероятностью санкций за его неисполнение. Поэтому большинство рекомендаций ученых сводится в основном лишь к освобождению экономики от излишнего бюрократического регулирования и к ужесточению санкций по отношению к тем предпринимателям, которые отказываются работать в «правовом поле». Однако импортируемые формальные нормы (рыночные законы) не могут ра-

ботать только на основе принуждения, что наиболее заметно в налоговой политике и в распределении прав собственности на основе гипотезы полезности, согласно которой поведение экономических субъектов изменяется вслед за изменением ожидаемых выгод и издержек.

Современное предпринимательство оказывает значительное влияние на важнейшие социальные и политические процессы в стране.

Во-первых, предпринимательство может выступать своеобразным эффективным амортизатором социальной напряженности, поскольку, например, малое предпринимательство является фундаментальной основой формирования «среднего класса» и, следовательно, ослабления тенденции (присущей рыночной динамике) к социально-экономической дифференциации социума.

Во-вторых, предпринимательство за счет своей массовости и динамизма является источником и резервом обученных кадров, охватывающим подавляющее большинство мест производственного обучения.

В-третьих, видимо, можно предположить, что в перспективе бизнесмены и предприниматели сформируют свои относительно устойчивые политические, социально-политические и общественные объединения, которые целенаправленно будут отстаивать социальные, политические и иные интересы бизнеса в целом и различных его корпоративных структур.

В четвертых, структуры, например, малого предпринимательства, по всей видимости, могут смягчать возможные конфликтные отношения между государством и крупным бизнесом, а со временем и успешно интегрироваться с крупным бизнесом.

В-пятых, современное предпринимательство не может эффективно существовать в условиях только одной формы собственности (по сути государственной, как это было в СССР), поэтому бизнес активно способствует развитию различных видов частной собственности как экономической основы трансформации государства, политической системы, общественных отношений и формированию гражданского общества.

В-шестых, отечественный бизнес активно способствует реформированию экономической системы нашей страны, все больше проникая в различные отрасли народного хозяйства: в промышленность, в торговлю и общественное питание, строительство, науку, транспорт и другие отрасли и сферы.

2. Авторское понимание корпоративных интересов и институциональной структуры отечественного предпринимательства как социального слоя.

Большинство исследователей под термином «предпринимательство» понимают не только самих предпринимателей, но еще и самые разнообразные социальные группы, имеющие прямое или опосредованное отношение к предпринимательству в нашей стране. За годы реформ в российском общест-

ве сформировался не вполне развитый, социально гетерогенный, слабо идентифицирующийся со своим статусом, но достаточно массовый (10-12% работников) социальный слой, занятый инициативной самостоятельной экономической деятельностью, базирующейся на частной собственности. Для обозначения всего предпринимательского слоя, включая и пограничные, более периферийные группы лиц, занятых тем или иным видом предпринимательства и существенно различающихся своим положением и содержанием деятельности, обычно употребляется такое общее понятие как «бизнес-слой».

Этот термин обозначает родовое понятие, объединяющее всех россиян, принимающих то или иное участие в бизнесе, начиная с собственных крупных заводов, банков, бирж и, заканчивая наемными работниками, в свободное время пытающихся организовать свое дело на собственный страх и риск. Бизнес-слой – это совокупность субъектов производительной, коммерческой и финансовой деятельности, осуществляемой с целью получения прибыли на базе автономно принимаемых решений и под свою личную ответственность.

Состав этого слоя довольно разнороден. С одной стороны, он стратифицирован «по вертикали», в зависимости от масштабов деятельности бизнесменов, от имеющихся в их распоряжении собственных и привлеченных ресурсов, а также от экономического и политического влияния. С другой – бизнес-слой состоит из групп, различающихся своим генезисом, социально-экономическим положением, содержанием деятельности и т.д.

Бизнес-слой уже социально отделился от остальной части общества. Страта предпринимателей имеет возможность вести образ жизни, недоступный подавляющему большинству россиян. Бизнесмены-менеджеры и обладающие высокой квалификацией «индивидуальные предприниматели» лишь немного отстают от них. Менеджеры приватизированных предприятий и рядовые предприниматели пока лишь борются за такую возможность, рассчитывая со временем перейти в более высокие статусные группы. Пока ни один вид работы по найму, включая самый квалифицированный, не обеспечивает в современной России доходов, сравнимых с доходами предпринимательства.

Ядро бизнес-слоя составляют предприниматели-собственники, которые обычно делятся на крупных, средних и мелких (соответственно этому принято выделять крупный, средний и малый бизнес). Полный его состав определяется путем анализа положения и выделения социально-экономических особенностей тех групп, принадлежность которых к данному слою не столь очевидна. Таковы, например, лица, занятые индивидуальной трудовой деятельностью (иногда используется такой термин, как «самозанятые»), наемные менеджеры хозяйственной сферы, руководители бюджетных организаций, а также работники, совмещающие бизнес с трудом по найму.

Первую подгруппу бизнес-слоя составляют *собственники и владельцы бизнеса*, лично руководящие принадлежащим им бизнесом и обладающие всеми базовыми признаками предпринимательства. Они профессионально заняты получением прибыли, самостоятельно распоряжаются своим капита-

лом и автономно принимают решения. Это дает основания рассматривать их в качестве «классических предпринимателей» или эталонной группы всего бизнес-слоя.

Вторую подгруппу бизнес-слоя составляют *полупредприниматели*. По данным мониторинга 7% россиян, работающих «за зарплату», одновременно занимаются еще и собственным бизнесом. В то же время 71% занятых бизнесом работают и по найму (около 6 миллионов человек в масштабе страны¹). Это люди, уже отошедшие исполнительный работы по найму, имеющие собственное дело, но еще окончательно не ставшие представителями частного бизнеса. Сама массовость данной группы свидетельствует о том, что большинство начинающих бизнесменов предпочитают не отрываться от прежней работы до тех пор, пока без этого нельзя будет уже обойтись. Многочисленную группу полупредпринимателей с ее несколько расплывчатым статусом нельзя однозначно отнести к предпринимателям, в бизнес-слое полупредприниматели составляют социальную базу и «питательную среду» для формирования и развития все более зрелых социальных групп.

Третья подгруппа бизнес-слоя – это *менеджеры*. Главное отличие менеджеров от предпринимателей состоит в том, что они управляют чужими капиталами (фирмами, предприятиями, делами) и принимают самостоятельные решения в более ограниченной сфере. В рыночной экономике положение менеджера ближе к статусу предпринимателя. Всеобщая коммерциализация государственных предприятий, крайняя нестабильность условий хозяйствования, разрушение традиционных экономических связей, инфляция, прекращение финансовой помощи государства ставят перед предприятиями, и, прежде всего их менеджерами, задачу экономического выживания, недопущения банкротства и повышения эффективности производства. Эта задача требует принятия инновационных решений, перестройки организационно-управленческих программ, рационального использования профессиональных знаний, мобилизации всех творческих сил и способностей.

Современная российская практика показывает, что предприниматели, составляющие наиболее экономически активную часть российского общества, несмотря на свой динамизм, пока еще не достаточно востребованы и не слишком эффективно используются в интересах государства. Отсюда вытекает субъективная и объективная потребность в объединении усилий предпринимателей, функционирующих в различных сферах деятельности. Эта тенденция находит отражение в заявлениях представителей различных ассоциаций, союзов, объединений, гильдий о необходимости координации деятельности для выработки своих требований, разработки законодательных актов, поддержки отечественных товаропроизводителей и выдвижения авторитетных предпринимателей в различные федеральные и региональные органы

¹ Данные федеральных социологических опросов 2003-2004 годов. См., подробнее: www.fom.ru, www.romir.ru, www.vciom.ru.

власти.

Предприниматели-производители, видимо, должны объединяться не по политическим, а по социально-экономическим основаниям. Для этого необходимо создавать в нашей стране общедофедеральные организации с филиалами в регионах России, которые бы охватывали все сферы деятельности предпринимателей. Цели таких организаций могут быть следующие:

- содействовать созданию нормальных условий для их деятельности во всех сферах, отраслях и регионах страны;
- способствовать формированию единого информационного пространства для предпринимателей;
- лоббировать законопроекты, поддерживающие малый и средний бизнес, в том числе и в налоговой сфере;
- организовать единое рекламно-информационное агентство, обслуживающее интересы членов организации;
- наладить стабильные межрегиональные связи;
- оказывать консалтинговую помощь;
- представлять и защищать интересы своих членов в государственных и общественных организациях, в том числе в средствах массовой информации;
- содействовать заключению договоров с отечественными и международными организациями, предпринимателями и частными лицами;
- осуществлять поиск партнеров для делового сотрудничества членов организации;
- оказывать содействие в сбыте продукции и обмене услугами;
- использовать материальные и духовные возможности организации для поддержки на выборах своих членов либо их представителей;
- вести свой мониторинг развития предпринимательства в нашей стране в интересах членов организации;
- вести научно-исследовательскую и издательскую деятельность в соответствии с потребностями и заказами членов организации, включая издание учебных пособий и справочной литературы для начинающих предпринимателей;
- проводить конференции, «круглые столы», семинары, по проблемам предпринимательства, обеспечения его безопасности, региональной политике, права, экологии, истории предпринимательства и т.д.

В диссертации определены основные интересы предпринимателей – относительно пока еще молодой социальной группы российского общества.

Во-первых, предприниматели закономерно ожидают более четкой политической и идеологической определенности государства в вопросах общей и экономической политики по отношению не только к ним, но и ко всему обществу.

Во-вторых, базовым интересом бизнеса является выстраивание таких

отношений с государством, когда власть не будет его рассматривать исключительно только как средство для пополнения бюджета, а будет защищать его интересы на внутреннем рынке, обеспечивать его безопасность и, в первую очередь, от коррупции, административного произвола и криминалитета. Также предполагается выстраивать такие отношения между различными видами бизнеса, когда представители крупного капитала не будут рассматривать малый и средний бизнес как один из источников получения сверхприбыли за счет подчинения его своим интересам (ставя его при этом в прямую финансовую зависимость или интегрируя его в свои структуры).

В-третьих, предприниматели ожидают значительно большего учета их потребностей в повседневной деятельности властных органов, в законодательном процессе в центре и на местах.

В-четвертых, предприниматели ждут от российского общества коренного изменения отношения к бизнесу как виду трудовой деятельности.

В-пятых, важным интересом предпринимателей является их объединение в различные объединения, союзы, организации и институализация стремления к их дальнейшей консолидации.

В-шестых, предприниматели хотят удовлетворения самостоятельной, частной экономической инициативы, ориентированной на получение прибыли и достижение высокого качества жизни.

В-седьмых, предприниматели ожидают легализации деятельности своих предприятий.

В-восьмых, интересом бизнеса является сохранение в принципе конкуренции как необходимой рыночной среды, без которой объективно не может существовать бизнес, особенно малый и средний.

В-девятых, важным интересом малого и среднего бизнеса (в отличие от крупного бизнеса) является отделение собственности от политической власти.

3. Результаты изучения социально-политических механизмов участия предпринимателей в жизни российского гражданского общества.

Под гражданским обществом диссертантом понимается независимая от государства и существующая наряду с ним особая сфера общественной жизни, состоящая из различных социальных групп, движений, объединений, культурных, национальных, территориальных и иных общностей и служащая формой выражения и реализации многообразных интересов личности. Гражданское общество в первую очередь служит для выражения и реализации многочисленных не политических интересов граждан. Гражданское общество можно представить как своего рода социальное пространство, в котором люди взаимодействуют в качестве независимых друг от друга и от государства индивидов.

В таком контексте природа гражданского общества имеет двойствен-

ный характер: в нем сосуществуют полярные векторы развития – материальные и духовные, идеальные и реальные. Идеальное в гражданском обществе выражает его «внутреннее» содержание в форме идей, представлений, мнений, традиций, верований, норм и прочего, которых придерживаются люди в процессе совместной жизни и деятельности. Реальное же – это те институты, объединения, ассоциации и движения граждан, рынок, СМИ и т.д., которые становятся формой, механизмом проведения в жизнь идеального.

- Признаком гражданского общества являются независимые от государства и друг от друга индивиды, объединения, институты.
- Признаком гражданского общества также являются автономные от государства источники доходов (естественно, в рамках действующих законов).
- Для существования гражданского общества необходимо многообразие форм собственности при обязательном доминировании частной в рамках рыночной экономики.
- Признаком гражданского общества является сложная структурированность общества и преобладание в нем среднего класса.
- Материальной основой гражданского общества является развитое индустриальное и постиндустриальное общество.
- Для гражданского общества характерны изменчивость, незавершенность, открытость и внутренняя противоречивость.
- В гражданском обществе, как правило, должны быть укоренены демократические ценности.
- Гражданское общество неразрывно связано с правовым государством (и его высшей ступенью – социальным государством).

В диссертации рассмотрены направления влияния предпринимательства на формирование в нашей стране современного гражданского общества. Выделяются несколько важных аспектов: экономическая поддержка институтов гражданского общества со стороны предпринимательских структур различного уровня; социальная поддержка и непосредственное участие предпринимателей и корпоративных предпринимательских объединений в деятельности структур гражданского общества, информационная поддержка со стороны предпринимательских организаций формирующихся институтов гражданского общества.

В работе проанализированы социально-политические механизмы участия предпринимателей в жизни российского гражданского общества. Среди которых можно выделить следующие.

Будущее России и ее гражданского общества зависит *от предпринимательства и среднего класса*. Непременным условием развития гражданского общества выступают достаток и досуг граждан, дающие им чувство собственного достоинства и возможность свободного общения. Именно в процессе такого неформального обмена мнениями равноправных людей вы-

работаются оценки текущих событий, обсуждаются позиции политических сил, поступки государственных деятелей. Благодаря этому формируется общественное мнение, вырабатывается гражданская позиция.

Еще одним социально-политическим механизмом влияния предпринимательства на формирование гражданского общества в нашей стране является *лоббирование своих интересов в органах государственной власти и местного самоуправления*. В современном обществе невозможно полностью перекрыть каналы влияния предпринимателей и предпринимательских структур на органы власти разного уровня - бизнес все равно будет лоббировать свои интересы во власти. Причем тенденция в демократических государствах такова: чем более развито гражданское общество, тем больше различных вопросов бизнес может решать с ним, а не с государством. И наоборот, чем менее развито гражданское общество, тем по большему количеству вопросов бизнес вынужден обращаться во властные структуры.

Социально-политическим механизмом влияния предпринимательства на формирование гражданского общества в нашей стране является *вхождение представителей бизнеса в состав политической, экономической элиты страны и/либо политической оппозиции, участие в электоральных процессах*. Свободные выборы на альтернативной основе являются одним из определяющих элементов демократии, поскольку именно они придают статус легитимности действиям правителей и политиков. Однако, в последние годы властные структуры России выступают категорически против публичного участия предпринимателей в политике, против финансовой и иной поддержки ими политических структур, которые не пользуются поддержкой политической власти.

Еще одним социально-политическим механизмом влияния предпринимательства на формирование гражданского общества в нашей стране является осуществление бизнес-слоем *благотворительности, обширных социальных программ и социального партнерства*. Основными функциями объединений работодателей, предпринимателей в системе социального партнерства являются:

- последовательное укрепление самосознания предпринимательского социального слоя, интеграция различных групп предпринимателей в крупный класс, утверждение в их сознании того, что предприниматели и работодатели являются не только частными лицами и менеджерами, но и общественными фигурами;
- представительство интересов капитала как носителя экономической и политической власти во взаимоотношениях с властными структурами и организациями работников – профсоюзами в целях достижения возможно большей прибыли на вложенный капитал;
- заинтересованное участие предпринимателей в разработке согласованной политики по вопросам повышения качества рабочей силы, совершенствования оплаты и условий труда, решения проблем занятости, обеспечения

социальных гарантий, предотвращения острых социальных конфликтов;

- предпринимателям целесообразно выделять средства для создания системы информационно-коммуникационного обеспечения процесса развития партнерских отношений, аккумулирования мирового опыта хозяйствования, освоения механизмов создания нового качества работы.

В деятельности объединений предпринимателей по решению социальных проблем выделяются три наиболее важных аспекта:

1. Производственные результаты предприятий, их прибыль являются источником прямых налогов и социальных взносов.

2. Крупные предприятия содержат учреждения социальной сферы и организации, предоставляющие социальные услуги, которыми пользуются, прежде всего, работники этих предприятий, а нередко и население близлежащих территорий.

3. Политика объединений предпринимателей оказывает непосредственное влияние на занятость и заработную плату своих работников.

Еще одним механизмом участия предпринимателей в жизни российского гражданского общества является *инвестиционная и иная поддержка формирующихся институтов гражданского общества (общественных объединений, молодежных движений), в том числе и религиозных организаций*. Имеющийся обширный зарубежный опыт свидетельствует о том, что эффективность работы региональных правительств, например, Италии прямо зависит от количества хороших кружков и футбольных клубов, как ни парадоксально это выглядит на первый взгляд. Автор нашел данные о том, что средний совершеннолетний американец является членом 3,1 добровольных ассоциаций, что 23 миллиона британцев (каждый второй житель страны) участвуют в работе какой-нибудь организации или группы¹.

4. Вариант систематизированного автором опыта социального взаимодействия предпринимательства с государственными и общественными структурами в Российской Федерации.

Наиболее устоявшимися формами участия бизнеса (в первую очередь крупного) в политической жизни российского общества являются следующие:

- Подготовка проектов и лоббирование в законодательных и исполнительных органах различных административных, законодательных и иных предложений, выражающих волю и интересы предпринимательских союзов и объединений.

- Материально-финансовое обеспечение корпорациями и другими ассоциациями избирательных кампаний, всякого рода политических мероприятий, собраний, симпозиумов, конференций.

¹ См.: www.demo.ru.

- Соучастие в создании и проведении специальных программ экономического и социального развития.

- Широкое использование средств массовой информации для поддержки правительственных акций, проводимых в интересах соответствующих фирм и объединений.

- Воздействие на различные государственные органы и организации через разветвленную систему «корпоративного лоббизма», через своих представителей, работающих в законодательных структурах власти, правительственных учреждениях, через совокупность специальных консультативных комиссий, советов и комитетов, создаваемых в системе государственного управления и местного самоуправления.

Каждая из этих форм служит своеобразным каналом взаимодействия предпринимателей и предпринимательских корпоративных объединений с политической элитой и политической системой современного общества. Вместе они формируют механизм активного целенаправленного социально-политического воздействия предпринимательских кругов на политическую сферу жизни общества, на внутреннюю и внешнюю политику современного государства. Различные уровни, направления и формы социально-политической активности бизнеса со всей очевидностью свидетельствуют о том, что не только крупный капитал в целом, его формальные и неформальные группировки и объединения, но и отдельные корпорации, компании и фирмы де-факто играют все возрастающую политическую роль, являются непосредственными участниками общественно-политического процесса.

Нельзя безоговорочно согласиться с мнением, что отечественный бизнес готов цивилизованно сотрудничать с государством, с политической властью и полностью разделять политические позиции и интересы властвующей элиты. Очевидно, что к этому готов далеко не весь отечественный бизнес, поскольку этому во многом мешает сращенность политических и экономических элит в нашей стране. Такое положение естественно для нашего государства, поскольку бизнес начал эффективно функционировать лишь чуть более десяти лет назад, а в силу того, что слой предпринимателей неоднороден, то и интересы их довольно различны. Поэтому предприниматели, стремясь себя обезопасить, входят в различные партии и организации, порой даже противоположной идейной направленности; в то же время, многие предприниматели, в силу различных причин, вообще аполитичны. Даже крупная предпринимательская структура, лишенная властной административной поддержки, теряет и свои экономические позиции. Поэтому в реальных российских условиях крупный бизнес тесно связан с политикой и диалектически взаимозависим с нею.

Российские предприниматели на федеральных выборах, как правило, поддерживают в первую очередь электорально успешные политические партии – то есть те политические структуры, которые, по мнению бизнеса, обязательно добьются успеха. И наоборот, не находят поддержки те политиче-

ские партии, которые в основном ориентированы на реализацию корпоративных интересов бизнес-структур. Это означает, что российский бизнес как социальный слой пока не слишком уверенно определяется со своим собственным политическим проектом.

Во многом похожие процессы имеют место и в регионах Российской Федерации. В диссертации рассмотрен опыт Ставропольского края, Республики Адыгея, Карачаево-Черкессии, Волгоградской области, Чукотки и Красноярского края.

Подробно рассмотрен опыт Московского фонда подготовки кадров по обучению предпринимателей для малого и среднего бизнеса и переподготовке чиновников, работающих в сфере бизнеса.

5. Основные направления развития предпринимательства как социальной основы гражданского общества в России.

В диссертации выделены и рассмотрены следующие направления развития предпринимательства в нашей стране на ближайшую перспективу.

Первое направление развития предпринимательства - *дальнейшее формирование корпоративизма и учет интересов бизнес-слоя при реализации национальных интересов Российской Федерации*. То есть, речь идет, в первую очередь, о необходимости дальнейшей социальной и политической институализации предпринимательства в России.

Политическая институализация бизнеса возможна тремя основными путями. Во-первых, бизнес может использовать для повышения своего социального и политического влияния уже существующие институты гражданского общества (партии, различные общественно-политические организации, движения и группы интересов). Во-вторых, могут создаваться принципиально новые структуры (предпринимательские объединения и профильные партии). В-третьих, представители малого и среднего бизнеса могут принимать личное непосредственное участие в государственных органах власти и управления. Если государство не создаст благоприятные условия для реализации первых двух вариантов, то третий вариант будет со временем усиливаться и в итоге примет самодовлеющий характер.

Например, по итогам выборов в региональные законодательные органы власти Российской Федерации представители промышленной и финансовой элиты, директорского корпуса получили 80% депутатских мест в Пермской области, около 70% - в Смоленской, свыше 60% - в Пензенской, Тамбовской и Томской областях. Видимо, последние инициативы Президента страны, направленные на изменение характера выдвижения и избрания глав регионов не всеобщим голосованием, а законодательным органом власти, в том числе направлены и на то, чтобы воспрепятствовать дальнейшему приходу во власть крупного бизнеса или, хотя бы частично, ограничить его влияние на органы и деятельность Российского государства.

Очевидно, что процесс интеграции союзов и ассоциаций малого и среднего предпринимательства с передачей им ряда государственных функций может носить длительный, сложный и многоступенчатый характер. Главное при этом заключается в том, чтобы не происходило сращивания предпринимательства с органами власти, не расширялись так называемые инвестиции «в своего чиновника». По существу, в большинстве случаев положительная практика имеет место в настоящее время пока только в Москве, поскольку в столичном мегаполисе уже реально созданы, опробованы и успешно функционируют разнообразные механизмы привлечения различных общественных объединений предпринимателей к решению актуальных проблем поддержки и развития малого и среднего бизнеса.

Любая структура объединений предпринимателей должна быть в то же время и максимально независимой от государственной власти. Для этого она должна формироваться преимущественно снизу, уравнивая таким образом интересы и инициативы как государства, так и бизнес-сообщества. В современных условиях уже объективно необходим понятный всем и прозрачный механизм для последовательного отстаивания предпринимателями своих законных прав и передачи союзам предпринимателей функций государственного контроля и регулирования. Постепенно этот механизм в нашей стране формируется и в первую очередь, в сфере социальных отношений. В 2002 году в республиках, краях и областях Российской Федерации действовали 4187 соглашений, заключенных на принципах социального партнерства, в том числе – 78 соглашений региональных, 2981 – отраслевое, тарифное, 961 – территориальное (город, район), 178,4 тыс. коллективных договоров, охвативших на предприятиях и в организациях свыше 28,1 млн человек¹.

Второе направление развития предпринимательства в нашей стране – это активное *продолжение процесса формирования среднего класса*. С формированием среднего класса одновременно появляются эффективные институты гражданского общества. В перспективе эти институты гражданского общества будут способствовать развитию предпринимательства, а значит и дальнейшему экономическому росту Российского государства.

Третье направление развития предпринимательства в Российской Федерации – это *преодоление олигархического характера политической власти и крупного бизнеса в современной России*. Автор считает, что государство должно вести борьбу с негативным политическим влиянием олигархов, но при этом хотел бы обратить внимание на два существенных момента. Во-первых, олигархия подразумевает двухстороннюю связь между властью и крупными предпринимателями, поэтому преодоление олигархического характера власти следует осуществлять не только в сфере бизнеса, но и во властных структурах. И, во-вторых, надо помнить, что в результате борьбы с

¹ См.: Гриценко Н.Н. Важнейший механизм построения социального государства // Солидарность. – 2002. - № 36. - С. 18.

олигархами не должны исчезнуть предприниматели вообще в нашей стране как социальный слой.

Четвертое направление развития предпринимательства - *конструктивное использование позитивного зарубежного опыта развития бизнеса*. В диссертации рассмотрен опыт США, Венгрии, Австралии и стран постсоветского пространства.

Пятое направление развития предпринимательства в нашей стране – это *совершенствование нормативно-правовой базы предпринимательской деятельности*. Это направление органично вытекает из требования статьи 34 Конституции Российской Федерации¹, в которой записано, что каждый гражданин имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом, экономической деятельности. При этом органы государственной власти обязаны соблюдать права предпринимателей, обеспечивать свободу предпринимательской деятельности.

Среди наиболее важных реальных действий в этой области следует выделить принятые в 2001-2002 годах Закон о земле, новое законодательство о наследовании, изменения в законе об ипотеке, правовые акты, уменьшающие вмешательство государства и упрощающие правила лицензирования и регистрации предприятий, новый Налоговый кодекс, всеобъемлющая реформа юстиции и новый Трудовой кодекс, которые оказали и оказывают в целом положительное влияние на развитие бизнеса в нашей стране.

III. Практическая значимость исследования и его апробация

Практическая значимость исследования заключается в том, что ожидаемые теоретические выводы и практические рекомендации могут быть:

- Использованы государственными органами законодательной и исполнительной власти, субъектов Федерации и местного самоуправления, политическими партиями и общественными организациями в практическом налаживании и регулировании отношений государства и общественных организаций, с одной стороны, и многочисленных бизнес-структур нашей страны – с другой.
- Использованы при подготовке аналитических и научно-исследовательских разработок, проведении научно-практических семинаров и конференций, парламентских слушаний по экономической, социальной и политико-правовой проблематике.
- Применены в учебном процессе в высших учебных заведениях при проведении занятий по философии, политологии и социологии.

Апробация работы. Основные теоретические положения и выводы

¹ См.: Конституция Российской Федерации (пункты 1, 2 статьи 34). – М.: Эконикс, 1998. – С. 8.

диссертации апробированы в выступлениях диссертанта на нескольких научных конференциях и семинарах в Москве, Саратове, Смоленске, Екатеринбурге и Орле. Основные положения и идеи диссертационного исследования излагались автором в выступлениях перед служащими Правительства Москвы и Московского фонда подготовки кадров, профессорско-преподавательским составом ряда учебных заведений Москвы, преподавательским составом кафедры общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин Московского экономико-правового института.

По теме диссертации имеются следующие публикации автора общим объемом более 5 печатных листов.

1. *Козловский И.И.* Может ли бизнес стать связующим звеном между местным самоуправлением и гражданским обществом в России? // Проблемы местного самоуправления. – 2004. – № 4 (12). – С. 30-40.

2. *Козловский И.И.* Социальная роль бизнес-структур в современной России // Сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава № 32. – Екатеринбург: ЕКАИ, 2004. – С. 44-49.

3. *Козловский И.И.* Социальная роль, структура и интересы современного российского бизнеса. – М.: РИЦ, 2004. – 52 с.

4. *Козловский И.И.* Предпринимательство в современном российском обществе // Сборник научных статей ППС. - Саратов: СГУ, 2005. – С. 102-110.

5. *Козловский И.И.* Сущность и социальная роль современного предпринимательства // Социальное обеспечение. Спецвыпуск № 1. - 2005. – С. 7-18.

6. *Козловский И.И.* Институциональная структура российского предпринимательства // Социальное обеспечение. Спецвыпуск № 2. - 2005. – С. 21-29.





Подписано в печать: 05.04.2005г.

Бумага офсетная. Гарнитура «Times New Roman».

Печать офсетная. Формат бумаги 60/84 ^{1/16} Усл. п.л. 1,75.

Тираж 100 экз. Заказ № 442.

Изготовлено с готового оригинал-макета в Издательстве МГОУ.
105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10-а, тел.: 265-41-63, факс: 265-41-62.