

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТОЛОГИЯ

Под редакцией А. Д. Богатурова

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ БАКАЛАВРОВ

Московский государственный институт
международных отношений (Университет) МИД России
Кафедра прикладного анализа международных проблем
Кафедра экономической политики
и государственно-частного партнерства

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТОЛОГИЯ

Отношения бизнеса с государством и обществом

Под редакцией профессора
А. Д. Богатурова

*Допущено Учебно-методическим объединением вузов
Российской Федерации по образованию в области
международных отношений в качестве учебного пособия
для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по направлениям подготовки
«Реклама и связи с общественностью»*


АСПЕКТ ПРЕСС
Москва
2012

УДК 32.001
ББК 66.0
Э40

*При поддержке Некоммерческого партнерства
«Центр развития государственно-частного партнерства»*

Редакционная коллегия

*д. пол. н. А. Д. Богатуров, д. пол. н. А. Д. Воскресенский,
к. э. н. Е. Б. Завьялова, д. пол. н. Т. А. Шаклеина*

*Ответственный редактор
профессор А. Д. Богатуров*

Редактор В. Ю. Фокин

Авторский коллектив

*к. пол. н. А. А. Байков (гл. 7, 9), А. Д. Богатуров (предисловие, гл. 1, заключение),
к. пол. н. И. В. Данилин (гл. 11), к. ю. н. В. В. Жигулин (гл. 3),
П. А. Кирюшин (гл. 8, 12), к. э. н. А. Г. Олейнов (гл. 2),
к. пол. н. А. А. Сушенцов (гл. 9), к. э. н. Р. И. Томберг (гл. 13),
В. Ю. Фокин (гл. 3, 4), к. и. н. А. М. Фомин (гл. 5, 6, 10)*

Экономическая политология: Отношения бизнеса с государством и обществом / Отв. ред.
Э40 А. Д. Богатуров. — М.: Аспект Пресс, 2012. — 240 с.

ISBN 978–5–7567–0627–7

Экономическая политология — новая и быстро развивающаяся ветвь общественно-научного знания, связанная с анализом практических аспектов отношения бизнеса с властью и обществом. В работе впервые определены ее базовые понятия и очерчено проблемное поле. Особое внимание уделено особенностям отношений власти и бизнеса в России, специфике политического поведения делового сообщества, трудностям и перспективам государственно-частного партнерства, международному опыту выстраивания конструктивных отношений между обществом, бизнесом и государством.

Издание адресовано российским и зарубежным специалистам по политическим и экономическим процессам в России, консультантам-практикам, сотрудникам корпораций и государственных учреждений, преподавателям, научным сотрудникам, аспирантам, магистрантам и студентам университетов по направлениям «Политология», «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «История», «Экономика и управление», а также всем, кто интересуется отношениями бизнеса и государства

УДК 32.001
ББК 66.0

ISBN 978–5–7567–0627–7

© Коллектив авторов, 2012
© МГИМО (У) МИД России, 2012
© Оформление. ЗАО Издательство
«Аспект Пресс», 2012

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	6
Глава 1. Понятие экономической политологии и особенности ее проблемного поля в России.....	11
Основные определения	12
Предметное поле дисциплины	14
Предпосылки страновой специфики отношений бизнеса с государством и обществом	15
Политические условия деловой активности в России.....	18
Экономическая безопасность как инструмент воздействия на бизнес ...	22
Коррупция в отношениях бизнеса с государством и перспектива гражданского общества	23
Глава 2. Экономический анализ политических процессов	27
Экономическая модель человека	28
Механизм формирования субъективных интересов	30
Экономическая модель общества	33
Экономические и политические социальные процессы.....	34
Политика как согласование интересов	36
Политика как процесс институциональных изменений	39
Факторы эффективной политики: демократия	41
Политическая эффективность и федерализм.....	44
Глава 3. Правовые аспекты отношений бизнеса и власти в России	49
Законодательная основа деловой активности.....	49
Возможности правового влияния государства на бизнес-процесс.....	55
Механизмы влияния бизнеса на нормотворческую деятельность.....	57
Защита прав бизнеса в России	61
Рекомендуемая литература	64
Глава 4. Политическая практика государственно-частного партнерства в России	65
Необходимость комплексного анализа отношений бизнеса с властью... ..	65
Профессионализация сферы анализа государственно-частного партнерства	66
Квалификация специалиста в области государственно-частных отношений	69
Период «регионализации и децентрализации» в отношениях власти и бизнеса.....	71
Феномен «доверенных олигархов» в российской политике конца 1990-х годов	73
Период «вертикального подчинения» бизнеса государству.....	77
Вопрос о легализации лоббизма в России	83
Основные черты практики отношений государства с бизнесом.....	85
Формирование предпринимательских организаций	86

Подход предпринимателей к организации работы с государственными органами	88
Рекомендуемая литература	90
Глава 5. Экономическая безопасность и интересы бизнеса	91
Трактовки экономической безопасности в зарубежной литературе	91
Японские и китайские концепции	98
Информационные аспекты экономической безопасности	100
Понимание экономической безопасности в России	102
Российская практика обеспечения национальных экономических интересов	104
Рекомендуемая литература	107
Глава 6. Фактор СМИ в отношениях власти и бизнеса	108
СМИ в отношении общества, государства и бизнеса	108
Специфика и динамика развития ситуации в российских СМИ	110
Интересы бизнеса в новостном поле	116
Рекомендуемая литература	120
Глава 7. Понятие и подходы к оценке политических рисков для бизнеса	121
Политические и страновые риски	121
Классификации рисков	122
Оценка политических рисков как наука и бизнес	125
Основные методы оценки рисков	129
Управление рисками	133
Политические риски для бизнеса и Россия	135
Рекомендуемая литература	137
Глава 8. Малый и средний бизнес в России	138
Особенности российского малого и среднего предпринимательства ...	139
Развитие МСБ в 2000–2010-х годах	142
Поиск эффективных государственных стратегий развития МСБ	145
Рекомендуемая литература	151
Глава 9. Страновые особенности зарубежного экономического лоббизма	153
Основные принципы процесса экономического лоббирования в США	153
Субъекты лоббистской активности	155
Правовая основа лоббизма в США	156
Основные цели лоббистской активности	159
Особенности японского лоббизма	160
Формирование лоббистских практик в России в контексте зарубежного опыта	163
Глава 10. Особенности поведения иностранного бизнеса в стране пребывания	168
Стратегии поведения иностранных компаний в России	169

Особенности поведения российского бизнеса за рубежом.....	170
Зарубежные и российские компании в отношениях с филиалами	172
Подходы российского бизнеса к проникновению в зарубежные страны	174
Этика кадровой работы за рубежом	176
Фактор «экономического национализма».....	178
Политико-психологические аспекты зарубежной активности российского бизнеса	181
Деловая активность российских компаний в СНГ	183
Рекомендуемая литература	186
Глава 11. Инновационный бизнес и государственные приоритеты России	187
Государственно-частное партнерство в инновационной сфере	188
Формы поддержки инновационного бизнеса государством	190
Международное сотрудничество в сфере технологий	193
Усиление роли государства в инновационной сфере	195
База и трудности современной инновационной политики	196
Особенности диалога власти и бизнеса в инновационной сфере	199
Рекомендуемая литература	201
Глава 12. Экологические инструменты проведения государственной политики	203
Конфликт вокруг проекта «Сахалин-2»	204
Интересы государства и общества в сфере экологии	206
Позиция бизнеса в экологических спорах с государством	207
Рекомендуемая литература	209
Глава 13. Конфликты государства с бизнесом в нефтегазовой сфере	211
Затопление нефтяных платформ	215
Трубопровод «Восточная Сибирь—Тихий океан»	216
Строительство спортивных сооружений в Сочи	217
Конфликты с нефтяными корпорациями в Латинской Америке	217
Усилия бизнеса для минимизации конфликтов	219
Рекомендуемая литература	221
Заключение	222
Примечания	224
Сведения об авторах	239