

# Социодинамика взаимодействия власти и бизнеса: анализ российских практик

Ю.М. Большакова

Становление информационного общества и стремительный рост фактора знаний как источника конкурентоспособности поставили вопрос об адаптации бизнеса, корпоративного сектора к новым реалиям. Это касается как бизнес-среды в целом как субъекта новой экономики, так и ее взаимодействия с другими субъектами социальных отношений. Ведь экономика знаний, сетевая экономика — это «еще и экономика партнерских отношений», которые обеспечивают возможность трансформировать знания в капитал.

Концептуализация деятельности крупного бизнеса как субъекта экономического развития, как участника политического процесса и как социального актора возможна при условии, что бизнес позиционирует себя в системе общественных отношений и в культурном поле современного общества, а не рассматривает их как «внешнюю для себя среду»<sup>1</sup>. В этом случае компания может сама предоставлять и обеспечивать ряд социальных прав, гарантировать соблюдение гражданских прав и выступать одним из каналов реализации политических прав.

На повестке дня стоит вопрос и о пересмотре минималистских подходов к организации взаимодействия крупного бизнеса, систем корпоративного управления и органов государственной власти<sup>2</sup>. Если руководствоваться общественными настроениями, то управляющие органы должны стать более репрезентативными и включать представителей наемного труда, а их решения — носить более открытый характер. Хотя на этом пути есть «правовые, идеологические и политические преграды», связанные с традицией использования преимущественно налоговых инструментов регулирования, однако этот подход необходимо пересмотреть, чтобы «принципы представительного управления и демократии, которыми дорожит западное общество, распространились на такой ключевой институт, как корпорация, оказывающий влияние на жизнь миллионов людей»<sup>3</sup>. Тем более что именно органы крупного бизнеса,

---

<sup>1</sup> Birch D. Corporate Citizenship – Rethinking Business beyond Corporate Social Responsibility // M. McIntosh, ed. Perspectives on Corporate Citizenship Sheffield, 2001. P. 53–65.

<sup>2</sup> Wilson Graham K. Business and Politics (A Comparative Introduction. Third Edition). PALGRAVE MACMILLAN. 2004.

<sup>3</sup> Ray D. Corporate Boards and Corporate Democracy // Journal of Corporate Citizenship, 2005, № 20. P. 93.

корпоративного управления определяют приоритеты стратегии и выстраивают механизмы продвижения одних интересов либо в ущерб, либо во взаимодействии с другими.

В современной экономике действуют две принципиально отличные друг от друга модели взаимодействия бизнеса и государства: плюралистическая и неокорпоративистская. Для плюралистической модели характерна деятельность государства в интересах всего капиталистического класса. Благодаря фактической равноудаленности от основных финансово-экономических групп государство может действовать в интересах системы в целом, обеспечивая ее стабильность, возможность пребывать в относительном равновесии. В плюралистической модели государство традиционно рассматривается как внешняя сила. Его роль в этом случае заключается в выработке совместно с бизнесом правил регулирования, в разрешении конфликтов, с которыми не может справиться само деловое сообщество (объективно сильнее тенденции к саморегулированию бизнеса), и поддержке национального бизнеса на глобальных рынках<sup>4</sup>. Власть бизнес-ассоциаций в плюралистической системе ограничивается тем условием, что фактор единожды игнорированного мнения хотя бы одного участника ассоциации или принятая руководством по тому или иному вопросу позиция меньшинства институционально ослабляет потенциал ассоциации в лице государственных органов<sup>5</sup>. В рамках плюралистического подхода бизнес рассматривается как одна из групп интересов или групп давления. Взаимоотношения между отдельными корпорациями и бизнес-ассоциациями являются отношениями «клиент-клиент».

Существует широко принятое разделение на неокорпоративистские страны на основе концепции Ф. Шмиттера: Дания с небольшим отрывом следует после Швеции, Норвегии, Нидерландов. Эти страны традиционно ставились с одного края спектра, а США — с другого. Тем не менее существуют разногласия по вопросу: почему некоторые страны более неокорпоративистские, а другие — менее. По мнению Ф. Шмиттера, «наибольших успехов в реализации неокорпоративистской модели, правда, в ее более “социетальном”, т. е. идущем “снизу”, варианте, добились малые европейские страны с хорошо организованными ассоциациями интересов и крайне уязвимыми интернационализированными экономиками. Корпоративистские тенденции просматривались особенно отчетливо, если в таких странах имелись мощные социал-демократические партии, сохранялись устойчивые электоральные предпочтения, если они обладали относительным культурным и языковым единством и соблюдали нейтралитет во внешней политике. И, напротив, с наивысшими трудностями в поддержании подобных “общественных договоров” столкнулись страны с более слабой социал-демократией, менее постоянным в своих предпочтениях электоратом и глубокими расхождениями в подходах к решению военных вопросов и проблем безопасности»<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> *Большаков С.Н.* Стратегическое управление структурными преобразованиями промышленных отраслей: автореф. дис. ... д. э. н. СПб.: СПбГУ. 2011. С. 14.

<sup>5</sup> *Birch D.* Corporate Citizenship – Rethinking Business beyond Corporate Social Responsibility // *M. McIntosh, ed. Perspectives on Corporate Citizenship* Sheffield, 2001. P. 53–65.

<sup>6</sup> *Шмиттер Ф.* Неокорпоратизм // *Политические исследования.* 1997. № 2. С. 15–16.

В России созданные основные институты государственного воздействия на бизнес-среду являются факторами воздействия, но не регулирования хозяйственных процессов, т. к. результат воздействия чаще всего не соответствует прогнозу и ожиданиям общества. С позиций институционализации социально-экономических процессов поведение индивида определяют прежде всего неформальные правила (табу, привычки, стереотипы мышления, принятые в обществе традиции и культурные коды и т. п.) и формальные правила (конституция, законы, права собственности и т.п.), которые в совокупности представляют собой институциональную среду<sup>7</sup>.

По мнению автора, модели взаимодействия государства и бизнеса в зависимости от симбиоза институциональных сред власти и бизнеса возможно классифицировать следующим образом (табл. 1).

Таблица 1

**Модели взаимодействия государства и бизнеса  
в институциональном взаимодействии**

Наименование модели взаимодействия бизнеса и государства	Отсутствие институционального фактора	Наличие институционального фактора
государство порядка	Приватизация; самостоятельность хозяйствующих субъектов	Административный контроль; репрессивный государственный механизм
«государство наказания»	Административный контроль над крупнейшими корпорациями	Поддержка институтов рынка
«государство-спасатель»	Институты, механизмы, правила, писанные нормы	Самостоятельность хозяйствующих субъектов; лоббизм; коррупция
«государство принуждения»	Гарантии собственности; независимая правовая и судебная система;	Административное давление; контроль; неформальные практики
«государство патронажа»	гарантии самостоятельности хозяйствующих субъектов	Государственный контроль ресурсов; лоббизм; коррупция
«невмешательства власти»	Поддержка социальных и экономических программ бизнес-субъектов	Самостоятельность социальной политики федеральных и региональных ОИВ
«партнерство»	—	Компромисс ОИВ и бизнеса; конструктивный диалог; наличие институтов-механизмов
«доминирование»	Самостоятельность банковской и страховой системы; гарантии собственности	Доминирование государства в принятии экономических решений; патернализм социума, бизнеса; трансакции преференциями; лояльность

<sup>7</sup> Большаков С.Н., Большакова Ю. Институционализация отношений между государством и бизнесом: тенденции и приоритеты // Человек и труд. 2011. № 5.

Наименование модели взаимодействия бизнеса и государства	Отсутствие институционального фактора	Наличие институционального фактора
«игнорирование»	Долгосрочные реформы, планы, программы	Пренебрежение институтами факторами (собственность, правовая и судебная системы)
«конкуренция»	Компромисс, диалог власти и бизнеса; приоритет социальных задач	Закрепление действий институтов-факторов
«конфронтация»	Патернализм; игнорирование правовых норм и практик; общность бизнес-интересов	Активность неформальных социальных практик; силовой клиентеллизм; силовое предпринимательство

Анализ представленных моделей тесно коррелирует с исследованиями А. Шохина, К. Киселя, Н. Лапиной, Р. Гайнутдинова, И. Ивасаки, которые также классифицируют модели взаимодействия государства и бизнеса<sup>8</sup>. На основании факторов сотрудничества и влияния в отношениях бизнес-структур и органов власти обобщим и выделим модели взаимодействия государства и бизнес-структур.

**«Государство порядка»**, в котором бизнес-структуры находятся под жестким централизованным контролем и массовая приватизация не проводилась (поэтому вообще можно усомниться в существовании особых моделей взаимодействия государства и бизнеса). Примерами таких стран могут служить Беларусь, Туркменистан и Узбекистан.

**«Государство наказания»**, ограничивающееся поддержанием институтов рынка и не вмешивающееся в механизмы управления корпорациями, а также не принимающее мер по предотвращению банкротства, что характерно для стран Балтии.

**«Государство-спасатель»**, в принципе предоставившее хозяйствующим субъектам возможность самостоятельно принимать решения, но сохранившее возможность вмешаться в определенных ситуациях, а также предотвратить банкротство предприятий. Вмешательство государства не ограничено четкими нормами и институтами и оставляет большой простор для коррупции и лоббизма.

<sup>8</sup> Кисель К.Ю. Современные модели взаимодействия бизнес-структур и органов государственной власти: дис. ... к. полит. н. М.: ГУ-ВШЭ. 2013. С. 30–35, 80–83, 110; Лапина Н.Ю. Модели взаимодействия бизнеса и власти в российских регионах и типы предпринимательского делового поведения // Российское предпринимательство: Стратегия, власть, менеджмент. М.: Институт социологии РАН, 2000; Гайнутдинов Р.И. Бизнес и политика в современном обществе. СПб. РГПУ им. А.И. Герцена. 2006. С. 53–69; Iwasaki I. Evolution of Government-Business Relationship and Economic Performance in the Former Soviet States. // Economics of Planning. 2003. Vol. 36; Iwasaki I. Board Formation and Its Endogeneity: An Empirical Study of Russian Firms: CEI Working Paper No. 2007-01. Tokyo: Center for Economic Institutions, Institute of Economic Research of Hitotsubashi University, 2007b.

Российскими исследователями А.Е. Чириковой и Н.Ю. Лапиной предложена расширенная типология моделей на основе понимания роли бизнеса как субъекта социальной политики в современной России<sup>9</sup>:

**Модели «подавления» и «принуждения»** предусматривают административное давление. Власть требует от бизнеса определенных вложений в реализацию ее социальных программ и проектов, используя административный аппарат и структуры, призванные осуществлять контроль над деятельностью бизнеса.

**Модель «патронажа»** предполагает компенсации затрат бизнеса на реализацию социальных программ и проектов за счет определенного доступа для бизнеса к контролируемым властью ресурсам. Эта модель предполагает возможность торга вокруг условий поддержки бизнесом социальных программ и проектов власти.

**Модель «невмешательства» власти.** Власть не занимает активной позиции по отношению к социальной политике, проводимой бизнесом.

**Модель «партнерство»,** в рамках которой представители власти и бизнеса достигли компромисса. Характеризуется пониманием со стороны государственной власти важности и роли бизнеса в развитии социально-экономических отношений. Соответственно, деятельность власти направлена на развитие бизнеса и выстраивание конструктивного диалога, а также на принятие соответствующих решений с учетом интересов бизнес-структур. Отношения партнерства обеспечивают достижение синергетического эффекта от согласованной деятельности всех субъектов взаимодействия. Необходимым условием существования данной модели является паритетность в отношениях бизнеса и власти. В современных российских социально-экономических условиях является наиболее приемлемой, работающей по принципу «выгодно каждому — выгодно всем».

**Модель «доминирование»** характеризуется тем, что отношения между сторонами построены на доминировании, в отдельных случаях даже на подчинении одной из сторон. При этом необходимо осознавать, что в реальных современных условиях такой доминирующей стороной может быть только государство. Данная модель основана на патернализме в отношениях, что выражается в обеспечении определенной поддержки (финансовой, административной и т. п.) деятельности бизнес-структур, выдаче преференций и предпочтений в обмен на лояльность и послушание по отношению к государственной власти.

**Модель «игнорирование»** предполагает отсутствие взаимодействия как такового, что может быть обусловлено различными причинами, однако предполагается, что данная модель является переходной моделью. Она может формироваться в условиях перехода от доминирования к конфронтации, от конфронтации к доминированию, а также от доминирования или конфронтации к более эффективным моделям взаимодействия. Модель игнорирования проявляется тогда, когда государство не замечает бизнеса, не мешает, но и не помогает ему.

---

<sup>9</sup> См.: Лапина Н.Ю. Модели взаимодействия бизнеса и власти в российских регионах и типы предпринимательского делового поведения // Российское предпринимательство: Стратегия, власть, менеджмент. М.: Институт социологии РАН, 2000; Лапина Н.Ю., Чирикова А.Е. Регионы-лидеры: экономика и политическая динамика. М.: ИС РАН, 2002; Чирикова А.Е. Бизнес как субъект социальной политики в современной России // Общество и экономика. 2006. № 9.

Такая модель может быть реализована в условиях концентрации власти на разнообразных политических и экономических проблемах, в частности в условиях экономического кризиса.

**Модель «конкуренция»** основывается на желании субъекта предвосхитить усилия партнера, направленные на установление взаимодействия и решение общих задач. Данное желание представляется конструктивным, однако отсутствие диалога и решение задач усилиями одного субъекта, который руководствуется пусть даже самыми благими намерениями, представляется фактором, ограничивающим эффективность взаимодействия. Однако в отдельных случаях рационально организованная конкуренция также может способствовать достижению синергетического эффекта.

**Модель «конфронтация»** предполагает взаимодействие, которое характеризуется высокой степенью активности отношений и высокой их динамикой. В рамках этой модели власть видит в лице бизнес-структур, не желающих «встраиваться» в патерналистскую модель, опасность для себя и старается осложнить их деятельность.

Р.Ф. Туровский, анализируя степень сращивания власти и бизнеса и уровень их конфликтности, выявил пять основных моделей взаимодействия бизнес-структур и органов государственной власти в регионах Российской Федерации<sup>10</sup>: функциональная модель, партнерская, государственного патронажа, симбиотическая, конфликтная модель. Остановимся лишь на нескольких из них.

**Модель государственного патронажа** — власть стремится осуществлять контроль над деятельностью бизнес-структур, не допуская обратного влияния. Власть осуществляет различные формы давления на бизнес, исходя из того, что региональные экономические субъекты будут по-разному реагировать на попытки власти подчинить их себе и своим интересам. В результате возникают разделение бизнеса на «лояльный» и «нелояльный» и соответствующая система преимуществ и льгот. Сближение власти с «лояльным» бизнесом становится причиной коррупции. В целом региональные власти России больше всего стремятся к установлению именно этой модели.

**Симбиотическая модель.** Эта модель предполагает сращивание власти и бизнеса, как правило — при наличии доминирующего игрока, но с учетом интересов бизнес-групп, не представленных во власти. В этом случае глава региона тесно связан с бизнесом и может быть бизнесменом по своему происхождению. Таким образом, интересы приближенного бизнеса становятся для региональной власти приоритетными, отмечается высокая степень зависимости власти от бизнеса, а не наоборот.

«Силовое давление» на бизнес препятствует устойчивому экономическому росту. Характерными примерами «силового давления» на бизнес стали «дело Евросеть – Моторола» в 2006 г., «дело химиков» в 2006–2007 гг., дело Дмитрия Малова в 2006–2008 гг., дело С. Магнитского в 2008–2009 гг. и «маковое дело» в 2010–2012 гг. В рамках выстроенной в начале 2000-х гг. системы предпринимательских объединений представительство интересов среднего бизнеса было закреплено за «Деловой Россией». Именно эта ассоциация оказалась вынуждена

<sup>10</sup> Туровский Р.Ф. Центр и регионы. Проблемы политических отношений. М.: ГУ ВШЭ, 2006.

реагировать на запрос об ограничении «государственного насилия», идущий от успешных средних компаний.

Именно с помощью «Деловой России» в 2009 г. поправки в Уголовный кодекс, запрещающие досудебные аресты обвиняемых в экономических преступлениях и ограничивающие иные способы «силового» давления на бизнес, были внесены в Администрацию президента и получили поддержку тогдашнего президента РФ Дмитрия Медведева. Однако эти поправки не изменили правоприменительную практику — предпринимателей стали арестовывать по другим статьям. В результате «Деловая Россия», реагируя на запросы профильного для себя сегмента в российском бизнес-сообществе, перешла к иной стратегии, поставив ограничение «силового давления» на бизнес в более широкий контекст стимулирования экономического роста. Благодаря этой организации была сформулирована и получила одобрение представителей власти стратегия модернизации с опорой на несырьевой бизнес.

Способность и готовность бизнеса к кооперации с организациями, представляющими интересы иных социальных групп, может улучшить ситуацию.

Исследование активности функционирования бизнес-ассоциаций в России, проведенное А.А. Яковлевым<sup>11</sup>, демонстрирует, что в промышленности доля фирм, входящих в бизнес-ассоциации, близка к 40% и имеет некоторую тенденцию к росту. При этом более половины фирм-членов считает полезным для себя участие в бизнес-ассоциациях. Исследование показало, что в бизнес-ассоциациях чаще участвуют:

- крупный бизнес, который, в отличие от более мелкого бизнеса, в состоянии нести издержки и эффективно использовать выгоду от участия в предпринимательских объединениях;
  - бизнес, расположенный в столицах субъектов РФ, где оптимально сочетаются деловая активность и возможности доступа к властям;
  - фирмы, широко практикующие внедрение инвестиций и инноваций.
- Вследствие расширения собственной сферы деятельности такого рода бизнес чаще сталкивается с проблемами в деловой среде, у них возникает больше стимулов к совместным действиям;

Низкая динамика активности и участия в бизнес-ассоциациях наблюдается:

- в дочерних компаниях бизнес-групп, ввиду того что проблемы развития своего бизнеса им проще решать в головных компаниях;
- в фирмах, скрывающих данные о структуре собственности, т. к. участие в предпринимательских объединениях определенно предполагает транспарентность участников бизнеса к раскрытию части информации о себе.

Бизнес-ассоциации являются институциональным элементом в системе взаимодействий власти и бизнеса — прежде всего на региональном и местном уровнях. Члены бизнес-ассоциаций активнее помогают региональным и местным властям в социальном развитии региона, формировании стратегических планов и проектов территориального развития, и одновременно они же оказы-

---

<sup>11</sup> Бизнес-ассоциации в России: внутренняя структура, эволюция отношений с государством, роль в модернизации экономики / под редакцией А.А. Яковлева. Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ», № 219. Москва, МОНФ. 2010. С. 103–104.

ваются получателями государственной поддержки. Данный эффект незначим применительно к предоставлению поддержки со стороны федеральных властей, что может быть косвенным свидетельством отсутствия равноправного диалога между властью и бизнесом на федеральном уровне. Наиболее активно в систему обменов вовлечены предприятия, участвующие в отраслевых и общенациональных «головных» ассоциациях (РСПП, ОПОРА, «Деловая Россия»).

Это может объясняться большей переговорной силой этих ассоциаций. Вместе с тем эффекты подобных коммуникаций не касаются фирм – членов торгово-промышленных палат (ТПП), что может объясняться фокусировкой системы ТПП на оказании бизнес-услуг, а не на лоббировании интересов своих членов. Бизнес-ассоциации сегодня являются активным социальным участником национального процесса развития, объединяют в своем составе наиболее активные, развивающиеся компании и выступают коллективным выразителем их интересов. В силу этого ассоциации бизнеса могут рассматриваться в качестве коммуникативной площадки взаимодействия между властью и бизнесом и возможного инструмента содействия процессам модернизации общества.

Торгово-промышленные палаты регионов являются важным институционализирующим фактором взаимодействия органов региональной исполнительной и законодательной власти и различных форм бизнеса, динамика контактов ТПП выглядит следующим образом (рис. 1).



Рис. 1. Формы взаимодействия территориальных ТПП с властями

Из рис. 1 видно, что недостаточно активно ведется работа с депутатами Госдумы. 51% участников опроса имеет рабочие контакты только с некоторыми депутатами, избранными от их региона в Госдуму<sup>12</sup>.

В поддержке ТПП РФ для выхода на Правительство РФ нуждаются 60% участников опроса; на комитеты Госдумы — 37%; на министерства,

<sup>12</sup> Там же. С. 190.

ведомства — 37%; на региональные органы власти — 33%; на Администрацию Президента РФ — 27%; на комитеты Совета Федерации — 7%; на полпредов Президента РФ — 3%; на фракции Госдумы — 7%. В то же время 20 процентам предпринимательских структур, принявшим участие в опросе, поддержка со стороны ТПП РФ в этом вопросе не требуется.

В связи с вышеизложенным представляет интерес вопрос о том, какими возможностями располагает Представительство ТПП РФ в Государственной думе. Социологический опрос показал, что треть объединений (30%) не знает о существовании такого представительства, 40% — пока не готовы четко сформулировать свой заказ для данного образования. Только 30% проявляют интерес к контактам, правда, делают это по большей части в неопределенной форме.

Эти и другие исследования<sup>13</sup> показывают, что в России наличествуют все признаки так называемого интуитивного бизнеса, характеризуемого экстенсивным характером развития; ведется активный поиск и создаются новые правила и процедуры ведения бизнеса, внутренняя и внешняя среда бизнеса очень нестабильна, что способствует установлению асимметричных и неустойчивых взаимоотношений, основанных на личных связях.

Современный российский бизнес находится в стадии рождения рационального процедурного предпринимательства: интенсивный характер развития; в основе принятия решений лежат стандартные, формальные процедуры и правила; внутренняя и внешняя среда бизнеса устойчивая, что соответственно создает устойчивые и симметричные связи между партнерами на возмездной основе. Элементы такого бизнеса в Российской Федерации только начинают складываться<sup>14</sup>.

Нельзя не проанализировать результаты масштабного социологического исследования ГУ-ВШЭ (2013 г.), в котором резюмируется, что исследуемая группа представителей бизнеса отличается самым низким уровнем внутрипрофессиональной солидарности, однако активно действует в защиту собственных интересов — в отличие от интеллигенции (врачей, учителей, преподавателей и ученых), которые солидарны друг с другом, но пассивны<sup>15</sup>. Анализ позволяет констатировать (рис. 2), что 39% бизнесменов находят условия для развития своего бизнеса удовлетворительными, 35% — неудовлетворительными, 20% — хорошими, 2% — отличными, и 4% занимают нейтральную позицию. Таким образом, бизнес делится на две группы: первые в большинстве недовольны, вторых все устраивает.

Проведенное в ГУ-ВШЭ<sup>16</sup> исследование продемонстрировало, что «группа бизнесменов» существенно отстоит от всех остальных рассматриваемых групп

<sup>13</sup> Гайнутдинов Р.И. Бизнес и политика в современном обществе. СПб. РГПУ им. А.И. Герцена. 2006. С. 53–69; Кисель К.Ю. Современные модели взаимодействия бизнес-структур и органов государственной власти: дис. ... канд. полит. наук. М.: ГУ-ВШЭ. 2013. С. 30–35, 80–83, 110.

<sup>14</sup> Совет директоров в системе корпоративного управления компании / под общ. ред. И.В. Костинова / РИД. М., 2002. С. 53–54.

<sup>15</sup> Мерсиянова И.В. Самоорганизация и проблемы формирования профессиональных сообществ в России / И.В. Мерсиянова, А.Ф. Чешкова, И.И. Краснополяская. ГУ-ВШЭ. М.: НИУ ВШЭ, 2011. 188 с.

<sup>16</sup> Там же.

(врачи, учителя), так как групповая солидарность в данной группе фактически отсутствует. Оценки влиятельности профессиональных организаций в различных социальных группах парадоксальны: максимальные оценки получены в группе бизнесменов (имеющих, напомним, минимальный уровень вовлеченности в деятельность подобных организаций) — 46% респондентов заявили о существенном влиянии профессиональных организаций на ситуацию в бизнесе в России и 7% — о том, что данные организации, напротив, не играют никакой роли.

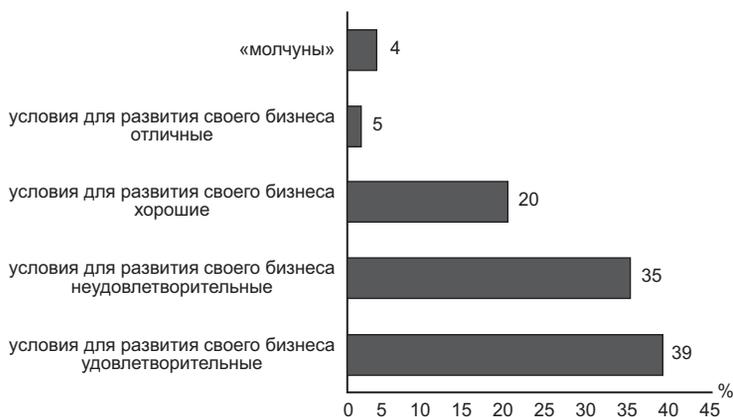


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Как бы Вы охарактеризовали условия для развития бизнеса в нашем городе (поселке, селе)?» (% опрошенных бизнесменов, допускался выбор одного варианта ответа)

Соответственно, относительно сферы бизнеса можно сделать предположение о существовании влиятельных профессиональных организаций, деятельность которых далека от жизни рядового бизнесмена или менеджера. Косвенное подтверждение этому — разрыв между уровнем вовлеченности в деятельность профессиональных организаций и информированностью о них (рис. 3).

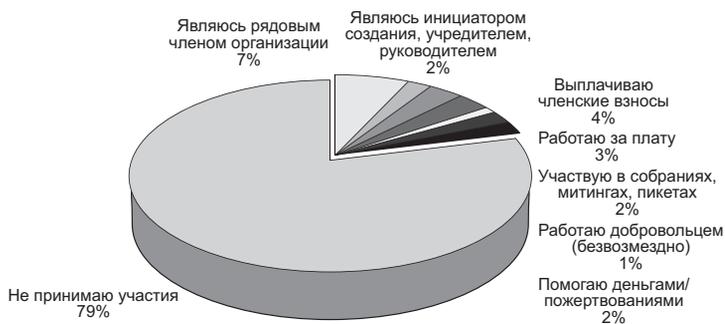


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Вы принимаете или не принимаете участие в работе профессиональных организаций? И если принимаете, то в какой форме?» (в % от числа опрошенных)

Фактическая вовлеченность в деятельность профессиональных организаций и распространенность данных организаций в той или иной профессиональной сфере не связаны напрямую с влиянием, которое данная группа может оказывать внутри и вовне своей сферы: количественный показатель не гарантирует качество результата.

Рейтинг наиболее известных бизнес-объединений и профессиональных организаций менеджеров бизнеса представлен на рис. 4.



Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «О каких общественных бизнес-объединениях и профессиональных организациях менеджеров Вы знаете или хотя бы слышали?» (% опрошенных бизнесменов, допуская выбор любого числа вариантов ответа)

Самой известной в бизнес-среде оказалась Торгово-промышленная палата — о ней знают или хотя бы слышали 68% респондентов. Вторым по известности является Российский союз промышленников и предпринимателей (58%). Третья организация, о которой знают или слышали 43% респондентов, — профсоюз. Далее следуют Ассоциация российских банков (о ней слышали 40% предпринимателей), «Деловая Россия» (29%), Российская ассоциация малых предприятий (26%), отраслевые ассоциации (19%), Ассоциация менеджеров России (18%), Координационный совет содействия отечественным товаропроизводителям (11%), «Опора России» (8%), Координационный совет организаций работодателей (8%). Наиболее информированными в сравнении с другими подгруппами респондентов-бизнесменов являются бизнесмены, не испытывающие материальных затруднений, бизнесмены, имеющие высшее образование; высокодоходные респонденты, а также предприниматели старшего возраста — те, которым 55 лет и больше. О Торгово-промышленной палате знают или слышали 74% бизнесменов, не испытывающих материальных затруднений; 78% предпринимателей с высшим образованием; 82% бизнесменов, владеющих высокодоходным бизнесом. Информированность бизнесменов старшего возраста относительно этой организации не выделяется на фоне информированности бизнесменов в целом.

Зависимость государства от групп интересов крупного бизнеса на системном уровне обусловлена структурой российского бизнеса и дополняется зависимостью государственных чиновников и бизнесменов на уровне межличностных взаимодействий. Именно это усугубляет негативный эффект от существования подобных взаимодействий.

В результате воздействия этих факторов социально-политический процесс имеет двойную структуру. С одной стороны, это легитимный процесс согласования и приведения к балансу интересов различных социальных групп. В публичном дискурсе политики, процессе согласования интересов бизнеса главенствующую и определяющую роль занимает государство, которое выступает в качестве доминирующего института, контролирующего и направляющего дискуссии и процессы согласования.

Органы государственной власти, которые призваны реализовывать на практике функции согласования интересов и приведения их к балансу, выступая в качестве независимого арбитра, по сути, представляют собой объединение различных групп бизнес-интересов. Складывается ситуация, когда государственные чиновники сами являются членами групп интересов и встроенных групп давления бизнеса, лоббируя решения, выгодные узкому кругу людей. При этом легитимные институциональные механизмы согласования интересов — выборы, политические партии, свободное волеизъявление граждан — являются лишь ширмой и декорацией к обширному теневому согласованию.

В то же время в процессе неформальных взаимодействий за пределами публичного поля политики имеет место конкурентная борьба лоббистов групп давления крупного бизнеса за доступ к своей доле бюджетных ресурсов. Следует отметить, что низкий уровень развития гражданского общества в России приводит к тому, что в стране фактически не существуют организованные группы интересов, обладающие соответствующими ресурсами для создания групп давления и лоббирования интересов социальной направленности. Расширение социальных программ не было следствием давления соответствующих групп на процесс принятия политических решений.

При этом благодаря постоянно растущим ценам на нефть и, как следствие, возрастающим доходам бюджета государство имело возможность сочетать политику социального и промышленного патернализма, т. е. одновременно с решением социальных задач удовлетворять интересы крупного бизнеса, заинтересованного в первую очередь в установлении таких условий, которые позволяют извлекать сверхприбыли при жестком ограничении конкуренции, в том числе со стороны иностранных производителей, снизить налоговое бремя, создать другие максимально благоприятствующие условия работы, что в конечном счете будет способствовать обогащению узкой группы собственников.

Предварительный анализ информации, представленной в опубликованных аналитических материалах и полученной в процессе многочисленных личных бесед автора с представителями органов власти и бизнес-организаций, показал, что в России в последние годы наблюдается положительная динамика институциональных условий развития бизнеса. Это стимулирует стремление предпринимателей к ассоциированию для совместной защиты в органах государственной власти своих прав и законных интересов.

Бизнес-объединения стремятся принимать все более активное участие в обсуждении нормативно-правовых актов, затрагивающих интересы предпринимателей, а в случае принятия документов, ухудшающих условия развития бизнеса, прилагают усилия для их отсрочки или отмены. Успешность этих процессов в значительной степени зависит от функционального уровня, влиятельности бизнес-объединений и профессионализма лидеров.

Неформальные механизмы взаимодействия существуют в любом обществе, но всегда имеют свою специфику. Они появляются потому, что нет доверия к законным механизмам взаимодействия с властью, соответственно, бизнес идет и договаривается с представителями государства на каких-то других условиях.

В настоящее время Россия стоит на пороге качественно новых взаимоотношений между бизнесом и властью. Бизнес теперь стремится конструктивно взаимодействовать с властью, а общество относится к предпринимательству более адекватно.

### Литература

1. Бизнес-ассоциации в России: внутренняя структура, эволюция отношений с государством, роль в модернизации экономики / под редакцией А.А. Яковлева. Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ», № 219. М.: МОНФ, 2010.
2. *Большаков С.Н.* Стратегическое управление структурными преобразованиями промышленных отраслей: автореф. ... д. э. н. СПб.: СПбГУ, 2011.
3. *Большаков С.Н., Большакова Ю.* Институционализация отношений между государством и бизнесом: тенденции и приоритеты // Человек и труд, 2011. № 5.
4. *Гайнутдинов Р.И.* Бизнес и политика в современном обществе. СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2006.
5. *Кисель К.Ю.* Современные модели взаимодействия бизнес-структур и органов государственной власти: дис. ... к. полит. н. М.: ГУ–ВШЭ, 2013.
6. *Лапина Н.Ю.* Модели взаимодействия бизнеса и власти в российских регионах и типы предпринимательского делового поведения // Российское предпринимательство: Стратегия, власть, менеджмент. М.: Институт социологии РАН, 2000.
7. *Лапина Н.Ю., Чирикова А.Е.* Регионы-лидеры: экономика и политическая динамика М.: ИС РАН, 2002.
8. Совет директоров в системе корпоративного управления компании // под общ. ред. И.В. Костикова / РИД. М., 2002.
9. *Мерсиянова И.В.* Самоорганизация и проблемы формирования профессиональных сообществ в России / И. В. Мерсиянова, А. Ф. Чешкова, И. И. Краснопольская. ГУ ВШЭ. М.: НИУ ВШЭ, 2011.
10. *Туровский Р.Ф.* Центр и регионы. Проблемы политических отношений. М.: ГУ ВШЭ, 2006.
11. *Чирикова А.Е.* Бизнес как субъект социальной политики в современной России // Общество и экономика. 2006. № 9.
12. *Шмиттер Ф.* Неокорпоратизм // Политические исследования. 1997. № 2.

13. *Birch D.* Corporate Citizenship - Rethinking Business beyond Corporate Social Responsibility // M. McIntosh, ed. Perspectives on Corporate Citizenship Sheffield, 2001.

14. *Iwasaki I.* Evolution of Government-Business Relationship and Economic Performance in the Former Soviet States // Economics of Planning. 2003. Vol. 36.

15. *Ray D.* Corporate Boards and Corporate Democracy // Journal of Corporate Citizenship, 2005, № 20.

16. *Wilson Graham K.* Business and Politics (A Comparative Introduction. Third Edition). PALGRAVE MACMILLAN. 2004.