

Крупная российская корпорация в системе власти

Тот факт, что крупный корпоративный капитал, наш "большой бизнес" — это не просто важнейшая составная часть нынешней российской экономики, но и влиятельный игрок ("актор") на политическом поле, настолько очевиден, что не нуждается уже ни в каких доказательствах. Однако если мы попытаемся идти дальше данной, уже мало что объясняющей констатации, мы должны будем выяснить, какие конкретно факторы и обстоятельства определяют политическую роль этого капитала и какие формы и методы взаимодействия с властью им используются. Не менее важно также выяснить, какое место он занимает в политической системе современной России. Без ответа на эти вопросы невозможно понять ни характера и сути политического взаимодействия крупного капитала и власти, ни того, что же на самом деле представляет собой наша новая политическая система, и тем более, какие тенденции определяют ее будущее развитие.

Однако стоит только поставить эти вопросы, как тут же выясняется, что их невозможно решить или даже приблизиться к их решению, если мы ограничим наши изыскания в данной области отношениями так называемых олигархов и государственной бюрократии, и государственной власти.

Отсюда — необходимость "сбалансировать" изыскания в данной области более широким, институциональным подходом, при котором главное внимание сосредоточивается уже не на анализе "олигархов" и "олигархии", а прежде всего — тех корпоративных образований, от имени которых они выступали и выступают.

Группы интересов особого рода

Согласно установившейся в мировой отечественной науке и публицистике точке зрения, корпорация — это крупная акционерная компания, имеющая в своей основе весомую промышленную составляющую. Это может быть (по форме) вертикально-интегрированная компания, управляемый из общего центра холдинг, интегрированная финансово-промышленная группа, транснациональная компания и т.д. Главное, что делает ту или иную структуру данного типа корпорацией — это наличие достаточно гомогенной

организации, каждое подразделение или звено которой (предприятие, дочерняя компания, банк) функционирует не просто само по себе, а прежде всего как часть некоего единого целого.

Первый вопрос, возникающий при попытке определить место и роль крупной корпорации в системе политической власти, — это вопрос о том, каким политическим ресурсом она располагает. Исходя из приведенного выше определения, данный ресурс можно представить в виде суммы слагаемых, каждое из которых в той или иной мере оказывается задействованным в процессе ее политической активности. На первое место среди них, естественно, следует поставить экономический вес и экономическую роль корпорации, то место, которое она занимает в национальной экономике. Чем весомее это место и роль, чем выше зависимость народного хозяйства, отрасли экономики страны или региона от результатов деятельности данной корпорации, тем больше у нее возможностей влиять на политическую власть и принимаемые ею решения. В случае с Россией и российскими корпорациями этот момент имеет особое значение, поскольку экономическая отсталость и кризисное состояние ряда отраслей неизбежно усиливают зависимость страны от сравнительно узких секторов экономики, позволяющих ей удерживаться "на плаву".

Следующим существенным слагаемым политического ресурса корпорации является ее, как сейчас принято говорить, "социальный капитал", т.е. прежде всего "низший" наемный персонал, специалисты, менеджеры-управленцы, а также в ряде случаев потребители ее продукции. К "социальному капиталу" корпорации нередко можно причислить население тех поселков, районов и даже городов в случаях, по отношению к которым компания-корпорация является либо "градообразующей", либо обеспечивает занятость и, соответственно, условия жизни на значительной части прилегающих к ее предприятиям территорий.

Особенностью "социального" слагаемого политического ресурса корпорации является то, что, несмотря на способность к прямому политическому действию, оно далеко не всегда проявляет себя столь непосредственно. Однако "социальный капитал" даже в случае своей полной политической пассивности так или иначе воздействует на политическое поведение и позиции тех, кто непосредственно формулирует и артикулирует требования корпорации к властям. Причина тому — осознание этими последними возможных социально-экономических и политических последствий, к которым могут привести их решения как для социально-трудовых отношений внутри самой корпорации, так и для ситуации в городе, регионе, а порой и стране в целом.

Важнейшая составляющая политического ресурса корпорации — собственники-акционеры, которые не только формируют ее высшие руководящие органы, но нередко и напрямую участвуют в

определении ее социально-экономической и политической стратегии. В первую очередь это относится, конечно, к собственникам, владеющим крупными пакетами акций.

Однако и роль так называемых миноритарных, т.е. "мелких" акционеров, несмотря на их крайне слабые возможности напрямую влиять на положение дел в корпорации, отнюдь нельзя сводить к нулю. В их распоряжении, в частности, не только возможность совместного отстаивания своих интересов путем различного рода соглашений, но и использование фондового рынка, роль которого в последнее десятилетие резко возросла.

К числу важнейших составляющих политического потенциала крупных корпораций, особенно в наших, российских условиях, следует отнести и так называемый административный ресурс, под которым обычно понимаются личные, неформальные связи высшего менеджмента с полномочными представителями государственной власти на самых различных уровнях. В ряде случаев этот ресурс настолько велик, что оставляет в тени все другие источники политического влияния корпорации. Тем не менее даже в этих случаях именно совокупность данных источников является опорой, вне которой административный ресурс либо теряет свою силу, либо превращается из корпоративного в какой-то другой, чисто личностный или профессиональный.

Уже сам персонифицированный (причем с обеих сторон) характер административного ресурса корпорации делает его наименее постоянным и одновременно — неравномерно распределенным среди множества корпоративных игроков. Исключительно велика и его зависимость от характера политической системы и тех правил игры, которые в данный момент в ней господствуют.

К рассмотренному перечню слагаемых политического ресурса корпорации следует добавить и те возможности, которые дает ей способность действовать сообща с другими корпорациями, будь то на отраслевом, региональном или общенациональном уровне.

Взятые в совокупности, все перечисленные составляющие политического ресурса позволяют рассматривать корпорацию в качестве не только экономического, но и политического актора или, что в данном случае то же самое, как группу интересов. Несмотря на то что все упомянутые субъекты имеют свои специфические интересы, зачастую не совпадающие или даже вступающие в противоречие друг с другом (наиболее типичный пример здесь — интересы собственников и интересы наемного персонала), все они имеют и общий, совокупный интерес, заключающийся прежде всего в эффективном функционировании корпорации, ее процветании и жизнеспособности. Ибо только в этом случае корпорация может выступать как организация, обеспечивающая занятость и заработную плату наемному персоналу, дивиденды — собственникам, доходы и престиж — руководству.

Будучи одной из влиятельнейших групп интересов, корпорация относится к той их категории, которую принято называть институциональной. В отличие от различного рода добровольных объединений, создаваемых ради той или иной цели, профессиональных ассоциаций и некоторых иных групп и объединений, корпорации представляют собой организации, конституирующие данную общественно-политическую систему. При этом, в отличие от ряда других организаций такого рода (министерства, ведомства, в том числе военные, местные и региональные бюрократии и т.д.), корпорация не может, как правило, реализовать достаточно эффективно свои непосредственные (т.е. в данном случае экономические) функции, если она одновременно не действует и как группа давления. Не удивительно поэтому, что политический аспект ее деятельности становится одним из важнейших, и именно поэтому она не просто "игрок" на политическом поле, а органическая часть политической системы.

Как группа интересов или "политический актер" крупная российская корпорация задействована во *всех* основных структурах политической власти — президентской, правительственной, законодательной, а также на аналогичных уровнях региональной и местной власти.

"Президентский" уровень взаимодействия

Самым сложным, остающимся крайне неустойчивым и неструктурированным, является политическое взаимодействие корпораций на самой вершине нашей государственной власти, каковой является Президент со своей администрацией.

Основная сложность здесь прежде всего в той гипертрофированной роли, которую на этом уровне играл и пока что играет административный ресурс. Именно его использование помогло в последнее время некоторым компаниям, прежде всего "Сибнефти" и банковской группе МДМ, осуществить далеко идущие вторжения в металлургическую, энергетическую, машиностроительную и ряд других отраслей экономики¹. За короткое время на базе банка МДМ, возглавляемого А.Мамутом, фактически создана мощная финансово-промышленная группа, которую уже сейчас можно с полным правом включить в "большую десятку" интегрированных бизнес-групп, идентифицированных Я.Паппэ на конец 1999 г.² Что же касается "империи" Р.А.брамовича, то ее экспансия в 1999-2000 гг.

настолько широко освещалась СМИ, что стала буквально притчей во языцах.

Судя по всему, однако, сами субъекты этих отношений, представляющие наиболее удачливую часть корпоративной элиты, счи-

¹ Ведомости. 2000 21 марта

² Паппэ ЯШ. "Олигархи" Экономическая хроника 1992-2000 гг М.:ГУ _ ВШЭ, 2000 С. 219-223.

тают, что они действуют в полном соответствии с "нормой". В связи с этим весьма примечательно высказывание президента "Сибнефти" Е.Швидлера, который в одном из своих интервью заявил буквально следующее: "На сегодняшний день каждая крупная нефтяная компания обладает некими знакомствами, административными ресурсами и прочим, которые были приобретены ею за долгие годы работы на российском рынке. При приватизации (и добавим от себя — не только при приватизации. — С.П.) происходит некий конкурс между этими ресурсами. И я думаю, что это и есть справедливая форма конкуренции для данной местности и данного времени"¹. Спустя пару месяцев после этого интервью ту же мысль озвучил и сам "хозяин" "Сибнефти" Р.Абрамович, который заявил: "Нельзя сказать, что в России уже сложилась рыночная экономика. Поэтому связи имеют огромное значение". Правда, при этом он добавил: "Но с каждым годом, я считаю, все меньше и меньше"².

Можно было бы привести и другие примеры использования административного ресурса в сделках минувшего года. Согласно подсчетам специалистов, в 2000 г. впервые после залоговых аукционов произошло масштабное перераспределение собственности, в результате которого очень узкий круг бизнесменов захватил огромные рынки. "Эпоха олигархов, — пишет один из этих специалистов, — открытая приватизационными аукционами, подошла к концу. Началась эпоха пресловутого административного ресурса". В доказательство автор приводит список из 17 компаний, осуществивших наиболее значимые поглощения³.

Разумеется, было бы неразумно связывать все эти и подобные случаи перераспределения собственности лишь с президентской администрацией. Но тот факт, что наиболее крупные из указанных приобретений были бы невозможны без связей именно на этом уровне, не подлежит сомнению.

Впрочем, не стоит упрощать дело, особенно в ситуации, когда взаимодействия Президента и его администрации с корпоративным капиталом обретают все более разносторонний характер, причем наблюдаются явные сбои в попытках опереться на связи, пусть даже и достаточно прочные. На уровне отдельной корпорации наиболее характерный пример — ситуация с реформированием РАО ЕЭС. Вряд ли можно оспаривать наличие исключительно высокого административного ресурса у ее топ-менеджера Анатолия Чубайса. И тем не менее его попытки осуществить собственный вариант реформы этой суперкорпорации, по существу, терпят провал. Отдельные наблюдатели считают это следствием прежде всего разногласий между А.Чубайсом и А.Илларионовым, а также другими

¹ Ведомости. 2000. 11 июля.

² Там же. 29 сент.

³ Там же. 29 дек.

представителями президентской администрации. Однако в таких суждениях явно упускается главное, а именно вмешательство в конфликт представителей гораздо более широких социально-политических сил, интересы которых затрагивает упомянутая реформа. Прежде всего это те самые "миноритарные акционеры", от имени которых выступает Б.Федоров и некоторые другие. Стоит более пристально взглянуть и на позиции ряда губернаторов, решительно не согласных с реформой "по Чубайсу". Вряд ли будет преувеличением сказать, что эти губернаторы не только выражают собственные опасения, но выступают фактически в роли рупора и значительной части рядового персонала компании и особенно ее потребителей, опасющихся бурного роста цен на электроэнергию. Этим губернаторов явно беспокоит возможность серьезных социальных осложнений как внутри, так и вне компании, и потому их вмешательство в конфликт можно квалифицировать как своего рода небезуспешную попытку активизировать другие составляющие политического ресурса компании, о которых шла речь выше.

Еще более значимым подтверждением той же тенденции к более открытому и сбалансированному взаимодействию является модель отношений, которая начинает складываться между Президентом и его администрацией, с одной стороны, и ассоциированным крупным бизнесом — с другой.

Наиболее наглядной иллюстрацией этих изменений стали встречи Президента В.Путина с руководством обновленного Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП). Как известно, в результате проведенной осенью 2000 г. реорганизации в составе руководящих органов РСПП было создано "бюро", в состав которого вошли более десятка влиятельных фигур российского большого бизнеса. По существу, бюро стало высшей руководящей инстанцией РСПП¹, в результате чего и саму эту организацию стали иногда называть "профсоюзом олигархов" (что, конечно же, является большим упрощением). После создания бюро РСПП довольно резко активизировал свою деятельность и, по сути дела, взял на себя задачу выстраивания новых, более тесных и "ровных" отношений крупного бизнеса и власти. Со своей стороны и Президент в ходе встречи с членами бюро 25 января 2001 г. подчеркнул, что он готов говорить исключительно с объединенной бизнес-элитой². Президент также пообещал, что представители большого бизнеса смогут принимать непосредственное участие в подготовке документов, которые разрабатываются в правительстве и Госдуме, и заявил о своей готовности регулярно (раз в квартал) устраивать подобного рода встречи³.

¹ По словам главы РСПП А.Вольского: «Бюро — это "мозг" РСПП». (Ведомости. 2000 24 янв.)

² Там же.

³ Ведомости. 2001. 24 янв.

Налицо, таким образом, явная тенденция к отходу Президента и его администрации от неформальных и часто основанных на субъективных пристрастиях отношений с корпоративным капиталом и переход к более организованной и открытой системе. В то же время пока нет оснований считать, что роль административного ресурса низведена до минимума и он перестает играть сколько-нибудь значительную роль, уступая место совокупному политическому ресурсу ведущих корпораций страны.

Тенденция к институционализации отношений "Президент — большой бизнес" оказывает самое непосредственное влияние отнюдь не только на лоббистскую активность представителей этого бизнеса на данном уровне.

Как автору уже приходилось писать ранее, определенная часть корпоративного капитала не просто лоббирует свои корыстные интересы, но и выходит на высший уровень выработки и принятия политических решений, т.е. туда, где определяется сама стратегия общественно-политического развития страны. Это уже роль не групп интересов, а групп влияния или, точнее, весьма существенной их части¹.

Есть основания полагать, что значительная часть бизнес-элиты (к которой принадлежит и ряд ключевых фигур самой администрации Президента и правительства) и в будущем сохранит свою роль влиятельного участника процесса выработки "высокой политики". В то же время вовсе не исключено, что весомое участие в этом процессе, особенно в свете отмеченных тенденций к институционализации отношений, примет и ассоциированный большой бизнес.

Корпорации и правительство

На уровне правительства система отношений корпоративного капитала и власти также пребывает в состоянии постоянной трансформации, причем один из наиболее существенных ее факторов — это изменения в самой структуре правительства². Вследствие того что основной экономической единицей во второй половине 90-х годов стало уже не предприятие и отрасль, а компания и корпорация, нередко межотраслевая, в течение 1997-2000 гг. прежняя "черномырдинская" модель управления фактически была сломлена. Отраслевые министерства и ведомства утратили или

¹ См.: Полис. 2000. № 4. С. 79.

² Поскольку правительство как орган исполнительной власти практически лишено самостоятельных стратегических функций, автор счел возможным исходить из чисто административно-исполнительных функций правительства и его членов. Это неизбежно упрощает ситуацию, поскольку ряд высших его должностных лиц активно сотрудничают с президентской администрацией и фактически входят в "команду" Президента. Но в то же время такое упрощение позволяет более четко выявить принципиальную разницу между двумя кланами (президентским и правительственным) и, соответственно, специфику последнего.

почти утратили и без того не слишком существенную свою роль и политическую значимость, а многие из них были попросту ликвидированы. Одновременно еще больше возросла роль функциональных министерств и ведомств — финансов, экономики, госимущества, налоговых, таможенных и других служб. Следует сказать, что процесс этот продолжается и поныне: только в результате последней реорганизации (май 2000 г.) Минэкономики России поглотило шесть отраслевых министерств и ведомств. Оставшиеся отраслевые министерства (Минтопэнерго России, МПС России, Минатом России, Миннауки России, Росавиакосмос и др.) либо освобождаются от многих прежних своих полномочий в результате создания на их базе акционерных компаний корпоративного типа, либо передают ряд прежних полномочий функциональным министерствам и ведомствам.

В результате всех этих изменений, если не ломается целиком, то резко ослабляется существовавший до недавних пор механизм взаимодействия корпораций и исполнительной власти. Не секрет, что отраслевые ведомства и министерства были, по существу, своего рода внутренними лоббистами, передаточным звеном между корпорациями и той системой принятия государственных решений, главными звеньями которой являлись функциональные ведомства. Пожалуй, наиболее яркий пример происходящих здесь изменений — метаморфозы, претерпеваемые Министерством энергетики России. С мая 1990 г. оно не только поменяло название, но и утратило возможность серьезно влиять на таможенную, налоговую и некоторые другие направления государственной политики, касающиеся нефтегазового и энергетического комплексов.

Для отношений корпораций с правительством отмеченная перестройка имела последствия двоякого рода, с одной стороны, многие компании, особенно обладавшие не слишком весомым административным ресурсом, лишались серьезного рычага воздействия на систему выработки и принятия касающихся их государственных решений. Роль и значение отраслевого лоббизма как основной формы представительства интересов в исполнительной власти существенно снизилась или переместилась на местный уровень.

Однако, с другой стороны, поскольку взаимодействие власти и корпораций играет существенную роль в ее отношениях с обществом, лоббизм наиболее значимых корпораций пришлось поднимать на более высокий уровень. В качестве иллюстрации приведу весьма характерный пример. Начиная с лета 2000 г. все средства массовой информации едва ли не в один голос стали утверждать, что в результате резкого роста цен на нефть появилась возможность изъять у нефтяных компаний получаемые ими сверхприбыли. Энтузиастами решения экономических и социальных проблем столь простым способом стало Министерство финансов России и другие фискальные органы. Были даже разработаны соответствующие способы изъятия сверхприбылей (путем повышения внутрикорпо-

ративных цен, экспортных пошлин, введения дополнительной платы за доступ к "трубе").

Попытка ведущих деятелей нефтяных компаний повлиять на позиции министра финансов А.Кудрина не увенчалась успехом, однако, на этом дело не остановилось. В переговоры с нефтяниками пришлось вступить самому премьер-министру. После решающей встречи, окончившейся фактической победой нефтяников, М.Касьянов многозначительно заметил, что "у нефтяников есть причины для недовольства правительством, поскольку оно в последние месяцы не вело нормального диалога с ними"¹.

Как представляется, где-то с весны 2000 г., а может быть, чуть раньше, с момента создания Центра стратегического развития Г.Грефа, в кругах людей, пришедших к власти, вновь стала популярной идея "антилоббистского правительства", которую впервые пыталось реализовать правительство Е.Гайдара². Тогда, как известно, дело кончилось тем, что во власть вскоре пришли представители старых министерских структур во главе с В.Черномырдиным и правительство из "антилоббистского" очень быстро превратилось в "суперлоббистское".

Крайне маловероятно, что на сей раз повторится тот вариант возрождения секторальных ведомственных структур, который был осуществлен, правда, с переменным успехом, с весны 1992 г. Изменилась, как уже отмечалось, сама структура экономики, в результате чего ось предприятие—отрасль—министерство сменилась осью корпорация—функциональные ведомства. А это значит, что лоббизм обретает или будет обретать и новое качество, и новое место в политической системе.

При этом, как уже было замечено на примере с нефтяниками, заметно повышается роль "коллективного" лоббирования (что подтверждают также и отношения с другими "тяжеловесами" корпоративного бизнеса — металлургами). Несмотря на некоторые заминки с функционированием созданного при правительстве осенью 2000 г. Совета по предпринимательству, в который вошли большей частью представители бизнес-элиты³, совершенно очевидно, что и здесь "индивидуальный" лоббизм если не отступает на задний план, то существенно дополняется взаимодействием, которое обретает общественно-значимый характер.

¹ Ведомости. 2000. 14 дек. Как заявил сразу после упомянутой встречи И.Шувалов, возглавляющий аппарат при премьер-министре, "нефтяники заказами подтянули всю цепочку смежников-машиностроителей, трубные заводы, металлургов. Грех этот шанс промотать" — Там же.

² Отражением подобного рода настроений в правящей верхушке можно считать такое заявление одного из наших ведущих политологов: "Впервые за 10 лет так называемой реформы возникает возможность отделить государство от бизнеса, что является одной из важнейших задач, стоящих перед нашим обществом" (Независимая газета. 2000. 26 дек.)

³ Список 24 членов Совета опубликован в газете: Ведомости. 2000. 3 окт.

Крупный бизнес в Государственной Думе

Как известно, Государственная Дума уже давно, практически с первых дней своего существования, стала тем полем, где сначала отраслевой, а затем корпоративный капитал ведет исключительно активную лоббистскую деятельность. Однако в отличие от органов исполнительной власти здесь наблюдается отчетливая тенденция к более непосредственному представительству отдельных корпораций. Налицо тенденция к росту прямого участия ряда крупнейших корпораций в самом процессе выборов в Думу, когда они стали фактически выступать в роли своего рода электоральных машин¹. Результатом такого рода активности стало, в частности, создание межфракционной группы "Энергия", насчитывающей более семи десятков членов.

Если представители энергетических, т.е. прежде всего нефтегазовых, корпораций пошли на создание организованной группы, то депутаты от металлургов, пищевой и легкой промышленности и других бизнес-групп предпочитают неформальные методы взаимодействия. Однако какие бы формы это взаимодействие ни принимало, есть основания утверждать, что в нашем основном законодательном учреждении корпорации не только представлены сейчас своими сторонниками или "посредниками", но и выступают как непосредственные участники законотворческого процесса.

Подобного рода тенденция, однако, не обязательно укрепитя. Сложившаяся после выборов 1999 г. ситуация — это скорее временная аномалия, причем вызванная отнюдь не только слабостью партий, но и отсутствием четкой вертикали власти. В стране очень многое будет зависеть от того, как пойдет "партийное строительство" после принятия нового закона о партиях, а также от тех рамок, в которые будут поставлены выборы в одномандатных округах (где роль партий до сих пор была крайне мала).

Что бы ни говорили и у нас, и за рубежом об "упадке партий", замены им пока никто не придумал, и роль их в России уже сейчас такова, что именно они вкупе с группами влияния при Президенте делают политическую погоду в стране и определяют вектор ее общественно-политического развития. Так что тенденцию к "корпоративизации" партийно-политического представительства, скорее всего, следует рассматривать всего лишь как временную аномалию, и не более того. Можно и должно говорить о гипертрофированной роли крупных корпораций в высшем законодательном органе страны, но узурпация законодательной власти со стороны корпораций нам явно не грозит.

¹ См. *Перегудов С.П.* Корпоративный капитал в борьбе за избирателя // Куда идет Россия?.. Власть, общество, личность / Под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2000 С 200-207.

Корпорации и власть в регионах

Особенно сложны и противоречивы отношения корпораций и власти на региональном и местном уровнях. Но при всем огромном разнообразии ситуаций более или менее отчетливо прорисовываются три основные формы взаимодействия крупного бизнеса и местных властей: формально-договорные, неформальные и партийно-политические.

Наиболее определенно можно идентифицировать формально-договорную систему отношений, которая практикуется с довольно давних времен наиболее крупными компаниями общероссийского и регионального масштаба. В первую очередь — это комиссии нефтегазового комплекса и металлургические. Как правило, в регионах, где они активно действуют, ими заключаются соглашения с региональными администрациями (чаще всего на уровне губернатора). Этими соглашениями устанавливаются условия пользования недрами, режимы местного налогообложения, использования компаниями транспортных и иных средств и ресурсов региона. В свою очередь, компании обязуются содействовать росту занятости, обеспечивать регионы своей продукцией (иногда на льготных условиях), строить или реставрировать те или иные социально-культурные объекты, дороги и т.п. Нередко подобные договора заключаются дочерними компаниями, входящими в ту или иную крупную корпорацию. Зачастую такие соглашения подписываются на уровне города, поселка (особенно это характерно для добывающих компаний). Все большее значение в договорах придается вопросам сохранения окружающей среды.

Вступая в данные отношения с местными властями, корпорации тем самым становятся активными участниками формирования региональной и местной социально-экономической политики. Для ряда регионов такого рода соглашения и согласования имеют чрезвычайно важное, а в некоторых случаях и определяющее значение. Нельзя сказать, что данная форма взаимодействия бизнеса и власти всегда приносит ожидаемый эффект. Например, компания "Сибирский алюминий", приобретя авиационный завод "Авиатор", заключила соглашение с администрацией Самарской области об условиях его эксплуатации и взяла на себя обязательство "поднять" это предприятие и наладить выпуск современных самолетов. На деле, однако, эта компания не только ничего не сделала для реализации своего обязательства, но и, судя по сообщениям прессы, немало содействовала дальнейшей деградации предприятия (использовав его в качестве поставщика дарового алюминиевого сырья).

Примечательно, что, учитывая этот опыт, администрация Нижегородской области при заключении соглашения с тем же "Сибалом" в связи с приобретением им контрольного пакета акций ГАЗ настояла на том, чтобы условия соглашения не просто содержали

обязательства сторон, но и определяли санкции на случай невыполнения взятых на себя обязательств.

Нередко договорные отношения используются корпорациями для вытеснения конкурентов и монополизации доступа к тем или иным ресурсам.

При всем том, учитывая открытый и в общем взаимовыгодный характер данных соглашений, а также традиционную зависимость многих регионов и городов от деятельности нескольких (а иногда и одного) крупных хозяйственных комплексов, роль такого рода отношений в целом нельзя не признать положительной. Весьма позитивным моментом является и то, что соглашения способствуют росту открытости и гласности в отношениях бизнеса и власти.

Формализация данных отношений в регионах — это эффективный путь к вытеснению клановости (зачастую неотделимой от прямого криминалитета) и замене ее более цивилизованной системой деловых и партнерских отношений.

Проблема нормализации данных отношений не ограничивается административным уровнем. Не менее актуальна она и в представительных учреждениях, где в силу существующей системы выборов, аналогичной выборам по одномандатным округам РФ, открываются исключительно благоприятные возможности для большого бизнеса и региональной высшей бюрократии (что нагляднейшим образом продемонстрировали губернские выборы 2000 г.).

Еще одним направлением формализации, которая может сыграть существенную роль в вытеснении неформальных отношений и клановости, является довольно интенсивно создаваемая система межрегиональных центров экспертно-консультативного характера при представителях Президента в семи созданных в 2000 г. округах.

Хотя, судя по всему, процесс формирования названных центров еще далеко не закончен, почти нет сомнения в том, что укрепление данных структур (если оно, конечно, произойдет по рациональному сценарию) будет серьезно способствовать реализации, деперсонификации и институционализации всей системы отношений бизнеса и власти на региональном и местном уровнях.

О том, что указанное развитие — не некая аномалия, а скорее проявление более общих тенденций, свидетельствуют и упомянутые выше проявления "коллективного" действия большого бизнеса на федеральном уровне.

* * *

Наиболее распространенным и, по сути дела, общепринятым объяснением зарождающегося "коллективизма" корпоративного капитала является его реакция на поведение властей, в частности, на более жесткие правила игры, устанавливаемые Президентом и нацеленные на то, чтобы если не покончить с "олигархами", то

поставить их (или теперь уже бывших "олигархов") на место. Представляется, однако, что действительная причина этих изменений гораздо глубже.

После августовского (1998 г.) дефолта основным, магистральным путем корпоративного строительства стала консолидация и укрепление корпораций, в основе которых находится не финансовая, а промышленная составляющая. А это помимо прочего означало переориентацию с погони за государственной собственностью и политической рентой, столь характерной для "олигархов", на консолидацию внутренних ресурсов и, соответственно, на преимущественно рыночное поведение.

Все это неизбежно меняло характер отношений между корпорациями и государством, объективно снижало элемент межличностных отношений в их взаимодействии.

Имело место также достаточно ощутимое усиление роли социальных составляющих "политического ресурса" крупных корпораций — прежде всего наемного персонала и акционеров-собственников. Интересы тех и других требовали (и требуют) укрепления экономической и политической устойчивости корпорации и, в частности, создания более упорядоченных, лишенных элементов случайности отношений с властями. Все большее число руководителей крупных компаний начинают придавать растущее значение созданию благоприятного социального климата внутри корпораций и на прилегающих территориях. Известно, например, сколь серьезно начали относиться к этому в ряде крупных компаний, принявших участие в недавно состоявшемся всероссийском конкурсе "Российская организация высокой социальной эффективности"¹. Немалую роль в этом развитии играют и все более четкие требования соответствующих ведомств правительства к реализации концепции социальной ответственности бизнеса. Что касается акционеров, то их возросшие требования к менеджменту компаний также находят отклик в органах власти и, в частности, в планах разработки и узаконения корпоративного кодекса, фиксирующего права и обязанности акционеров и менеджеров компании и отношения между ними.

Все сказанное свидетельствует о начале формирования более или менее полноценной системы функционального представитель-

¹ Новая газета. 2000. 14 дек. Конкурс проводился под эгидой Правительства РФ, председателем организационного комитета являлась вице-премьер В.Матвиенко, отметившая при вручении почетных грамот победителям "крайнюю заинтересованность российского правительства в росте числа предприятий, предоставляющих дополнительные социальные гарантии своим работникам". Примечательно, что в организационный комитет было подано свыше 500 заявок на участие. По словам генерального директора "Норильского никеля" А.Хлопонина, забота компании о своем персонале всегда окупится сторицей и политика социального партнерства — это основа, на которой строятся взаимоотношения компании с трудовыми коллективами предприятий.

ства, в которой индивидуальный лоббизм постепенно оттесняется на второй план, а во взаимодействие вступают преимущественно коллективные интересы большого бизнеса.

Именно на этом пути политическое участие корпоративного капитала имеет шансы стать существенным позитивным фактором нашего общественно-политического развития, в том числе через укрепление ассоциаций бизнеса создать условия для весомого участия в этом процессе нашего мелкого и среднего предпринимательства.