

Статья подготовлена в рамках исследовательского проекта "Сравнительный анализ взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества в процессе становления и развития публичной сферы двух регионов (Санкт-Петербург и Нижегородская область): институты, процессы и инновационные модели" грант № 11-04-0022 по конкурсу Программы Научный фонд ГУ-ВШЭ "Учитель-Ученики" 2011-2012 гг.

**Н.П. Распопов, М.И. Семенов**

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ БИЗНЕС - АССОЦИАЦИЙ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТА РФ (НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Бизнес-активность региона является главной составляющей в развитии его экономики. В условиях высокой деловой активности в регионе складываются необходимые уровни инвестиционной и инновационной привлекательности, которые обеспечивают непрерывную технологическую, инфраструктурную, социальную, культурную модернизацию. Непосредственное влияние, данные преобразования, оказывают на повышение уровня и качества жизни населения региона. Безусловно, достижение уровня высокой деловой активности неразрывно связано со сложившейся конъюнктурой рынка, с созданием органами государственной и муниципальной власти благоприятных условий для деятельности бизнес элементов и способностью бизнеса формировать свою консолидированную позицию, являющуюся базисным элементом при проведении государственной политики и становлении гражданского общества. В результате чего, можно отметить, что самостоятельность, структура, зрелость бизнеса, его взаимоотношения с властью являются важными аспектами для развития региона. В этой связи, приоритетными направлениями исследований и целями, которые авторы поставили перед собой в работе стали анализ и оценка, на примере Нижегородской области, региональных бизнес-ассоциаций, моделей, форм и эволюции их взаимоотношений с региональными органами государственной власти, ассоциациями бизнеса федерального и муниципального уровня и другие аспекты их развития.

Для достижения целей исследования авторами была рассмотрена бизнес среда Нижегородской области. Структура бизнеса в данном регионе представлена основной частью крупными предприятиями, осуществляющих свою деятельность в промышленной сфере, в сфере крупных оптово-торговых сетей и т.д. При этом стоит отметить фронтальный характер экспансии в основные отрасли промышленности российского (и отчасти зарубежного) бизнеса в регион, что говорит о наличии в области многоуровневой «бизнес-матрицы», при которой возможно возникновение конфликта интересов регионального, федерального и транснационального значения между властью и бизнесом. Кроме того, наблюдается растущее присутствие иностранного бизнеса в Нижегородской области. Зарубежные компании скупают предприятия тех отраслей, которые не были привлекательными для крупного российского бизнеса: стекольной

промышленности, фармацевтики, а также мукомольной промышленности, где конкуренция с российскими компаниями намного выше. Региональный средний бизнес не смог сохранить позиции в ведущих отраслях экономики области — машиностроении и химии. Его влияние ослабевает в пищевой отрасли, торговых сетях, строительстве, но сохраняется в наукоемких IT-компаниях, все активней сотрудничающих с иностранным бизнесом. Малый бизнес региона обеспечивает занятость более одной трети всего экономически активного населения (около 37%) и, можно отметить, что более 50% всех его субъектов занимают нишу оптово-розничной торговли и лишь небольшая часть компаний и ИП представлены в строительном, промышленном и транспортном сегментах экономики. Кроме анализа структуры бизнеса, важно выделить и то, что в регионе существует городская агломерация, которая представлена административным центром области и четырьмя самыми крупными по численности населения городами (Дзержинск, Кстово, Бор, Балахна). Городская агломерация аккумулирует в себе более 90% всех бизнес-единиц региона. Такого рода неравномерное распределение предпринимательства, при общей численности городов в области в количестве 34-х, ведет не только к сильной дифференциации в развитии отдельных территорий региона, но также не позволяет правительству области выработать и проводить общую для всех административных единиц политику в сфере экономики, поддержки и развития предпринимательства, социальной и других сферах.

Взаимодействие власти региона и бизнеса формируют институциональную бизнес среду, определяющую вектор развития как самой связи между ними, так и результатов их взаимного воздействия друг на друга. В связи с этим важными исследовательскими задачами становятся, с одной стороны, оценка воздействия органов государственной власти субъекта РФ на деловую среду и, с другой стороны, оценка влияния ассоциаций бизнеса региона на принятие и реализацию государственной политики в отношении них. В частности, касаясь вопросов государственного влияния на бизнес среду, важно на примере Нижегородской области, определить какие системные меры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) реализуются, а также оценить их значимость. Министерство поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области реализует «Концепцию развития МСП на период до 2020 года». При реализации концепции предполагается использование следующих основных видов государственной поддержки МСП:

- 1) Финансовые меры поддержки (гранты, кредиты, государственные гарантии по обязательствам, компенсации процентных ставок по кредитам и т.д.).
- 2) Меры, направленные на содействие развитию инвестиций в МСП.
- 3) Имущественные меры поддержки.
- 4) Информационные меры поддержки.
- 5) Совершенствование нормативно-правовой базы регулирования МСП.
- 6) Организационно-консультационные меры поддержки.

Стоит отметить, что основные результаты реализации концепции на 2011-2015 гг. предполагают, что использование инструментов государственной поддержки (микро-кредитование, инвестирование, гранты и т.д.), которые не имеют достаточного обеспечения финансирования из бюджетов разного уровня, не позволяют охватить даже 1% от всех субъектов МСП в регионе. В этой связи, все большее развитие приобретают такие бесструктурные формы поддержки, как формирование информационного пространства и имущественная помощь (организация бизнес-инкубаторов, венчурных фондов), которые имеют в перспективе охват 30-40% от общего числа малых предприятий. Таким образом, государственная власть региона имеет комплексные программы стимуляции бизнес активности, но не имеет возможности реализовать их достаточной мере, в результате чего субъекты МСП, наиболее нуждающихся в адресной помощи, достаточно часто сталкиваются с различными барьерами на этапе создания и развития своей предпринимательской деятельности. Кроме того, в результате сильной дифференциации деятельности субъектов МСП и слабом развитии их институциональной среды в регионе отсутствуют ассоциации, состоящие из представителей малого бизнеса и консолидирующие их интересы.(1)

Структурный анализ бизнеса Нижегородской области показал, что выделяется огромный кластер крупного бизнеса, представленного промышленными (машиностроительными, химическими и др.) и градообразующими предприятиями. В этой связи существование в регионе ассоциации, объединяющей интересы крупного бизнеса не случайно. Нижегородская ассоциация промышленников и предпринимателей (НАПП) включает в себя 358 юридических лиц, которые производят 80% товарной продукции Нижегородской области. Структурно НАПП является региональной организацией российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) и соответственно выстраивает с ней взаимодействие по вопросам федерального значения.

Для того чтобы комплексно оценить деятельность НАПП, как института-медиатора между властью и бизнесом, авторы, в первую очередь, рассмотрели направления деятельности ассоциации, ее структурные характеристики, а также оценили оказываемое ей влияние на государственную политику области. При анализе основных направлений деятельности НАПП важно выделить общие проблемные зоны бизнеса в регионе, которыми являются:

- Факторы, увеличивающие производственные издержки:

1) Рост затрат на лицензирование, технические стандарты, подтверждение соответствия и т.д.

2) Рост тарифных ставок, превышающий уровень инфляции более чем в два раза.

- Налогообложение: для бизнеса важно не вливание финансовых средств в виде льготных кредитов и субсидий, а то, чтобы финансовые ресурсы не изымались в виде налогов.

- Налоговое администрирование.
- Аренда и условия приватизации муниципального имущества.
- Инновационная пропасть.(2)

С учетом этих проблемных полей, Совет НАПП имеет следующие рабочие группы:

- По промышленной, налоговой, имущественной и земельной политике;
- По инвестиционной деятельности и кредитной политике;
- По тарифной политике и регулированию цен;
- По развитию малого и среднего бизнеса;
- По содействию внешнеэкономической деятельности;
- По поддержке инноваций и связи науки с производством.

Таким образом, НАПП в большей степени стремится урегулировать, в соответствии со своими интересами, вопросы налоговой политики государства и тарифы на энергоносители естественных монополий, что, безусловно, важно для нижегородских промышленников, которые напрямую зависят от сырьевых поставок из других регионов. Однако это приводит к однобокости развития ассоциации в сторону стремления ее снизить производственные издержки своих членов. При этом отсутствуют действенные программы взаимодействия с субъектами МСП, массового внедрения инновационных технологий в производство и прочие направления.

Стоит отметить, что с момента создания НАПП и по мере ее развития наблюдалась интеграция крупного бизнеса и политической власти в регионе, которая в дальнейшем привела к мощному лоббированию интересов промышленных предприятий. На настоящий момент времени работу НАПП с правительством и законодательным собранием области можно охарактеризовать как системную. НАПП заключило с губернатором соглашение, в соответствии с которым ни один нормативный документ, ни одно постановление правительства не выходит в свет без экспертного заключения НАПП. В свою очередь ассоциация помогает правительству решать социальные проблемы на предприятиях. Подобное же соглашение есть и с Законодательным собранием. Кроме того, НАПП активно участвует в процессе совершенствования законов, связанных с работой промышленности. Однако в период кризисных ситуаций системность работы объединения промышленников и предпринимателей с государственной властью нарушается, и взаимодействие переходит в ручной режим управления. Во многом, это обусловлено необходимостью региональных властей решать значимые социальные проблемы, которые порождают финансовые убытки крупных предприятий в кризисный период.

Проведенный анализ НАПП, как института представительства интересов бизнеса региона, показал, что инициатива создания ассоциации была выдвинута снизу, что в дальнейшем и определило самостоятельность и независимость ее деятельности. При этом важно отметить, что НАПП выполняет 4 основных функции: осуществляет рыночную координацию, предоставляет услуги своим членам, проводит переговоры с профсоюзами и представляет интересы своих членов в региональных органах государственной власти. Последний пункт, к примеру, подтверждает тот факт, что более 50% членов ОЗС являются членами НАПП и соответственно, представляют интересы бизнеса региона. Кроме всего

прочего, ассоциация имеет постоянно функционирующую, сложившуюся административную структуру и обладает значительными финансовыми ресурсами.

Подводя итог оценки НАПП как института взаимодействия власти и бизнеса, хочется отметить, что ассоциация выступает активным субъектом региональной политики, формируя и представляя консолидированную позицию крупного бизнеса региона. Несмотря на это, промышленные предприятия региона вынуждены подстраиваться под налоговые и тарифные директивы федерального центра, с которым НАПП не имеет возможности и не хочет вступать в открытую конфронтацию. В этой ситуации региональным властям, поддерживающим интересы бизнеса более удобно получать прямое финансирование для поддержки реального сектора экономики области. Проводя сравнительный анализ НАПП с ассоциациями бизнеса в мире, можно сказать, что она более схожа с западным типом ассоциаций, которые имеют следующие основные характеристики:

- «менеджеризация» – сближение аппарата ассоциаций с аппаратом частных компаний;
- внутренняя дифференциация – способность ассоциации учитывать запросы разнородной членской базы;
- консолидация структуры – укрепление связей с региональными и местными ассоциациями, «прямое членство»;
- ориентированность на систему услуг, удовлетворяющую всем запросам членов ассоциации.(3)

Кроме НАПП в Нижегородской области существует торгово-промышленная палата (ТПП), объединяющая более 600 предприятий и предпринимателей и представляющая возможность бизнес-сообществу участвовать в программах развития региона. Представляя интересы нижегородского предпринимательства, Палата активно работает с представителями всех уровней и ветвей власти, организует деловые встречи с потенциальными партнерами, поддерживает и развивает контакты с территориальными палатами системы ТПП России и других стран. Одной из главных функций ТПП Нижегородской области является независимая инспекционная деятельность в области контроля качества, экспертизы, оценки и сертификации товаров и услуг. Реализация Палатой функции оказания услуг представителям бизнеса во многом обусловлена тем, что создание ТПП осуществлялось сверху и ее деятельность непосредственно координируется органами региональной власти.

Также важной функцией Палаты является представление консолидированной позиции бизнеса в вопросах развития области. При этом стоит отметить, что бизнес региона испытывает потребность в выражении своего экспертного мнения по поводу различных среднесрочных и долгосрочных планов развития Нижегородской области. В условиях конструктивного диалога с властью региона бизнес предпринимает попытки снизить для себя неопределенность ситуации, т.е. стремиться понять тенденции развития региона и в соответствии с ними определить свою будущую внешнюю среду. Однако форма диалога бизнес-сообщества и региональной власти во многом ограничивается выявлением

проблемных полей на различных семинарах, акциях, выставках и других площадках. Стратегические аспекты развития бизнеса региона, их возможности и угрозы в диалоге с представителями предпринимательства должны учитываться органами государственной власти при разработке нормативно-правовых документов и стратегий развития области, но это происходит лишь формально. Причина этого, в большей степени, связана с тем, что региональная власть, разрабатывает стратегию развития области и конкретные программы в соответствии с ней, исходя из федерального финансирования бюджета области и федеральных установок, определенных в виде конкретных приоритетов развития регионов. В результате чего, позиция бизнеса в отношении различных региональных стратегий развития часто остается без внимания со стороны власти.

Для ТПП Нижегородской области характерна больше восточная модель ассоциаций бизнеса, которая имеет следующие основные параметры:

- создание ассоциаций по принципу «государственного корпоративизма»;
- деятельность ассоциации и ее менеджмент подчинены директивам исполнительной власти;
- слабая ресурсная обеспеченность ассоциации;
- системность бизнеса завязанная на политической зависимости от органов власти – низкий уровень автономности;
- низкий охват потенциальных членов;
- основные функции: рыночная координация, система услуг

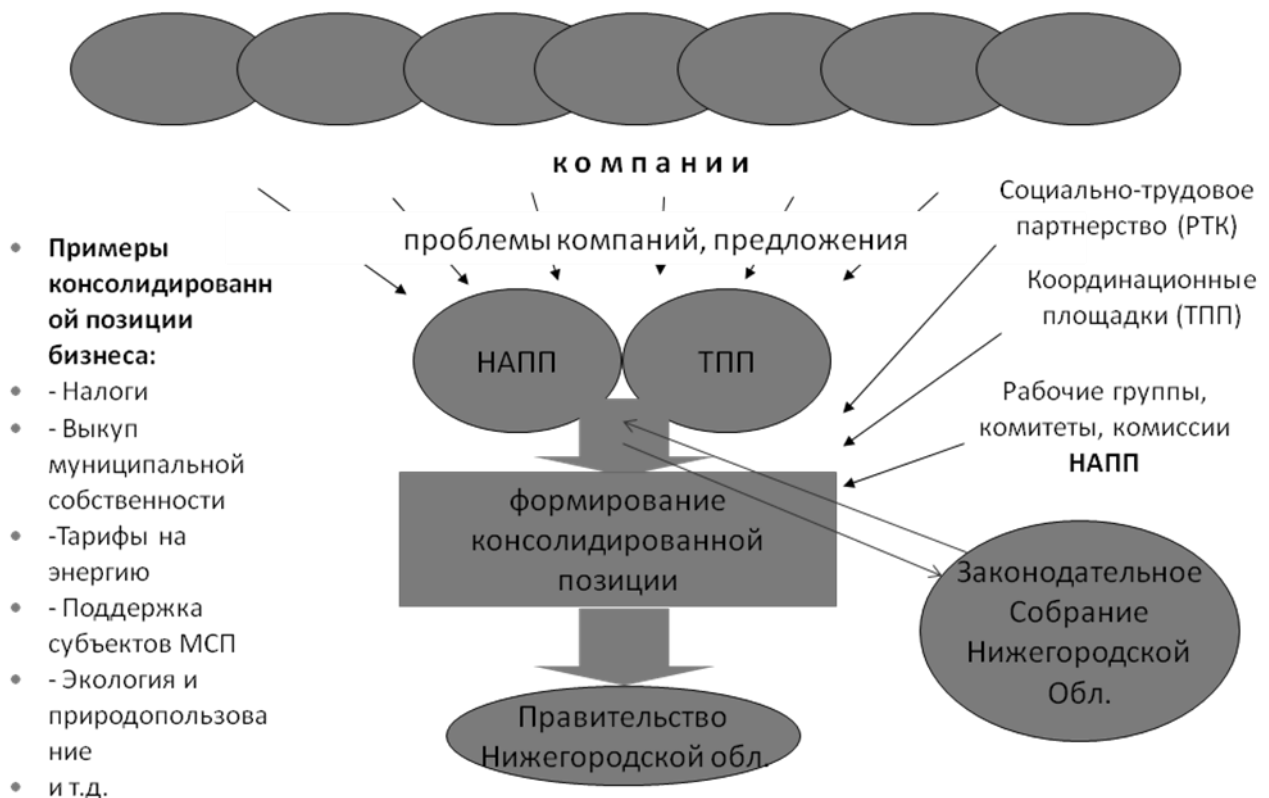
Таким образом, во взаимодействии ассоциаций бизнеса и органов власти субъекта РФ на примере Нижегородской области наблюдаются 2 основные формы взаимодействия:

- отношения с участием институционального посредника в лице ассоциации НАПП
- различные разновидности сетевых отношений, формализованных («форумы») и неформальных («деловые сети») в ТПП

При этом в 1-й форме взаимодействия происходит кадровое сращивание представителей НАППа с аппаратом ОЗС и Правительства Нижегородской области. Также стоит отметить, что 2-я форма взаимодействия имеет более слабый характер, что обусловлено лишь номинальным существованием данных отношений между властью и бизнесом региона.

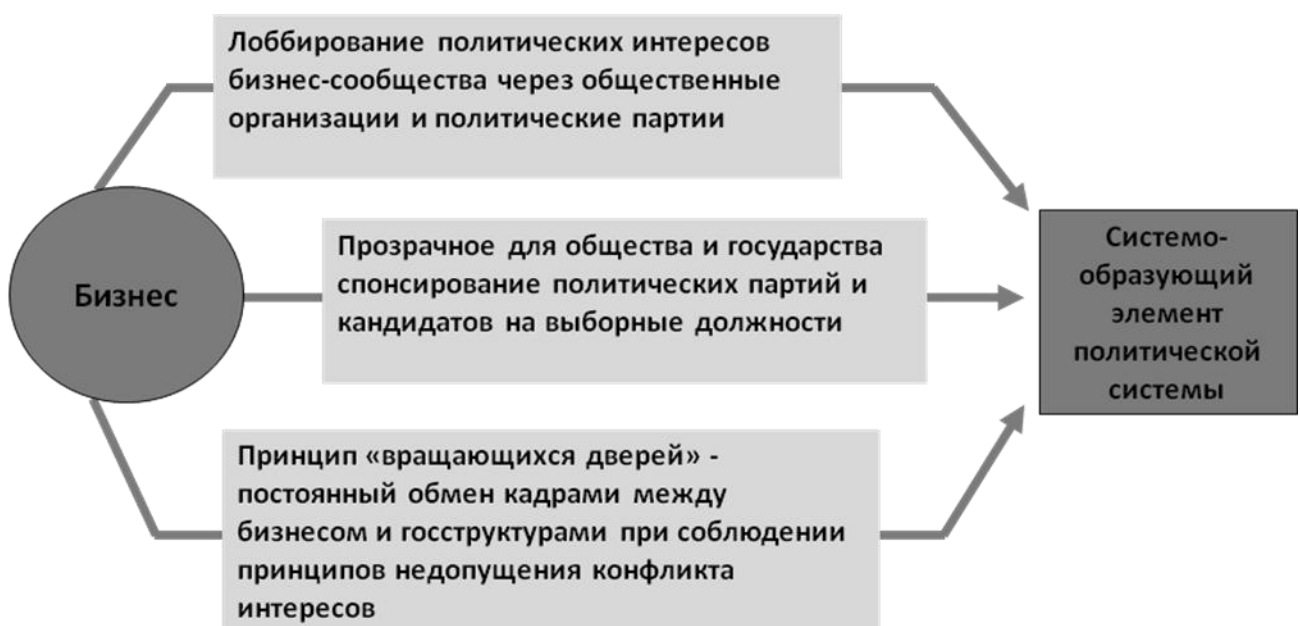
Отсутствие в регионе ассоциации представляющей интересы исключительно субъектов МСП, а также малозначительная адресная поддержка их со стороны областного правительства приводят к слабой развитости бизнес - среды. Однако стоит отметить, положительные тенденции к увеличению объемов информационно-консультационной, имущественной поддержке малого бизнеса, которая приводит к медленному, но стабильному росту их числа.

Более наглядно влияние бизнес-ассоциаций на органы исполнительной и законодательной власти региона, а также представление их консолидированной позиции можно изобразить следующим образом (Схема 1).



**Схема 1. Формирование позиции бизнеса в Нижегородской области**

Проводя сравнительный анализ региональных ассоциаций бизнеса в РФ с их аналогами в развитых странах, можно сказать, что роль ассоциаций в политической деятельности развитых стран характеризуется значительным влиянием бизнеса на политическую систему(4). Наиболее полно это можно отразить, рассматривая 3 основных функции ассоциаций в развитых странах (Схема 2).



**Схема 2. Роль бизнеса в политике развитых стран**

Важно выделить, что бизнес является системообразующим элементом политической системы в развитых странах в результате ориентации политики этих стран на принцип: Конкуренция в политике = конкуренция в экономике (5).

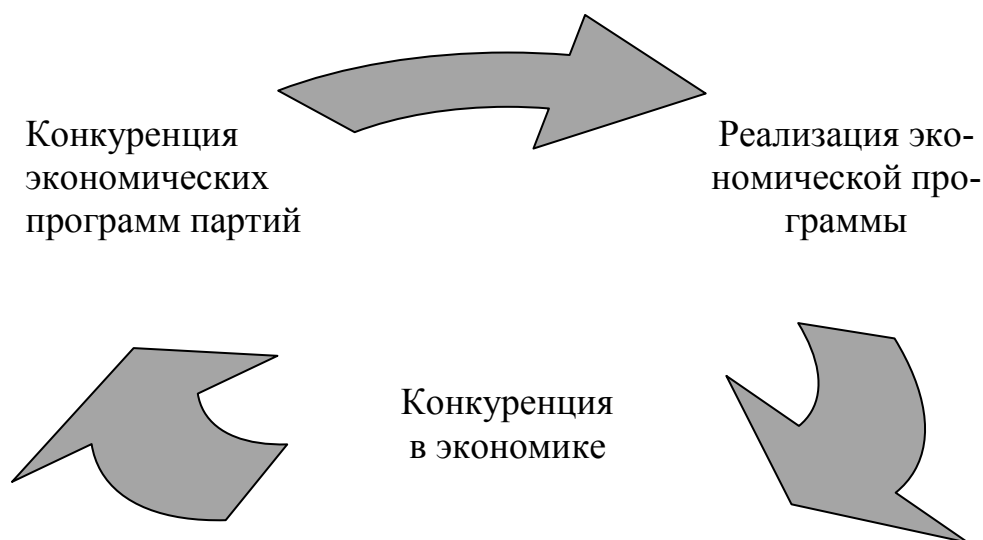


Схема 3. Основной принцип политической системы развитых стран

В общем виде взаимоотношения между бизнесом и властью можно охарактеризовать 3-мя основными типовыми моделями:

- 1) **«Жесткая»** модель поведения бизнеса по отношению к власти, основанная на стремлении реализации прямых амбиций бизнеса на контроль над политической ситуацией;
- 2) **«Мягкая»** модель, характеризующая деятельность бизнеса как соподчиненного партнера властных структур, не оказывающего внушительного давления на принятие жизненно важных политических решений региона;
- 3) **«Гибкая»** модель предполагает различные промежуточные варианты взаимоотношений власти и бизнеса, основанные на конкуренции и взаимных уступках в зависимости от условий сотрудничества.

В Нижегородской области в большей степени формируется «гибкая» модель. (6) Такая ситуация обусловлена сильной зависимостью власти и бизнеса в регионе. Нередко крупные компании объединяются, образуя монополии, с видимого согласия со стороны политических лидеров региона обычно на условиях поддержки социальных проектов. Также можно говорить о стремлении бизнеса во власть, что обуславливается готовностью бизнес-сообщества к выработке новых форм взаимодействия с государственным политическим аппаратом, в результате чего обостряется борьба за политические и административные ресурсы. При этом нельзя сказать, что институциональные отношения, на пло-



щадках НАПП или ТПП, занимают ведущую роль, также наблюдаются и различные формы неформальных взаимоотношений между властью и бизнесом.

Применяя вероятностный подход и анализируя сложившиеся тенденции, авторами было рассмотрено 3 сценария возможного развития ситуации во взаимоотношении власти и бизнеса на региональном уровне в РФ (Табл. 1).

**Табл.1 Сценарии развития взаимоотношений между бизнесом и властью на региональном уровне**

Сценарий	Описание	Последствия	Вероятность наступления события
1.Радикальный сценарий	Возвращение в политику в стиле «а-ля 90-е» - в соответствии с представлениям населения о роли бизнеса	Рост поляризации и конфронтации в обществе как реакция на некорректное поведение бизнеса, ослабление политических институтов, нестабильность правовых условий и т.д	Низкая вероятность в рамках сложившейся модели «бизнес-власть»
2.Инерционный сценарий	Согласие с текущим состоянием дел и полный уход из реальной политики. Поддержка той линии и тех политиков, которые будут даны «сверху»	Отсутствие «противовеса» власти, реального представительства интересов самой активной части общества при выработке политики, усиление недоверия в треугольнике «общество-бизнес-государство»	Средняя. Возможен только при усилении влияния федерального центра в регионе
3.Желаемый сценарий	Конструирование цивилизованного формата участия бизнеса в политике, характерного для развитых стран	Снятие напряжение в отношениях государства, бизнеса и населения. Повышение качества проводимой политики и устойчивости позиций бизнеса	Высокая. Представительство бизнеса в парламенте, сильное влияние бизнес-ассоциаций на исполнительную власть

Если на федеральном уровне более вероятно развитие инерционного сценария в силу смены в 2004 г. институционального диалога государства и бизнеса в сторону режима консультаций, то на уровне региона развитие конструктивного формата взаимодействия больше похоже на реальность. Стоит отметить, что на уровне Федерации бизнесу отводится роль корректировки государственной политики посредством экспертизы и основные функции ассоциаций сводятся к функциям посредников, регуляторов и информационно-аналитических центров. Монополию на координацию федеральные ассоциации бизнеса не получают, при этом сохраняются прямые связи с конкретными предприятиями и механизмы «мягкой координации» через проведение различного рода форумов.(7)

Подводя итог, необходимо отметить, что развитие желаемого сценария на уровне субъекта РФ возможно лишь в условиях четкого регулирования конфликта интересов в политическом процессе, а также в деятельности органов исполнительной власти региона. В Нижегородской области во многом это достигнуто за счет представительства бизнеса в законодательном органе власти и системной работы НАППа с Правительством области. Несмотря на это сла-

бость и разобщенность субъектов МСП является главным барьером на пути к созданию благоприятной бизнес среды. В связи с этим необходимо усиливать диалог между властью и бизнесом региона в форме экспертных форумов и информационно-консультационных площадок, в результате деятельности которых будут разрабатываться концепции развития области и конкретные программы поддержки и улучшения деловой среды.

### **Библиографический список**

1. Тезисы выступления президента Опоры России С.Р. Борисова, 30 апреля 2009г.
2. Зудин А.Ю. «Бизнес-ассоциации в России: внутренняя структура, эволюция отношений с государством и роль в модернизации экономики». - Серия «Научные доклады: независимый экономический анализ», № XX. – М.: Московский общественный научный фонд, 2010.
3. Зудин А.Ю. «Ассоциации в системе отношений бизнеса и государства. «Классические» и современные формы в странах Запада». – «Прогнозис» №2 (18) Лето 2009,
4. Зудин А.Ю. «Новое коллективное действие: институциональная трансформация групп интересов бизнеса в развитых странах». – Барановский В. Г. (ред.) «Год планеты. Экономика. Политика. Безопасность». Выпуск 2006.
5. «Модернизация экономики России и общественное развитие». - Материалы конференции ГУ-ВШЭ, М.,2007.
6. Распопов Н.П, Бикметов Р.М. Нефтяной бизнес в экономическом и политическом пространстве Нижегородской области // Энергетический сектор России: прозрачность, безопасность, региональные вариации. Проектные материалы. – Нижний Новгород, 2006.
7. Zudin Alexei. Changing Status of Interest Group Politics in Russia: From Lobbying to Political Parties? European Institute for Public Policy. Occasional papers No 94/5. University of Warwick, Coventry (UK).

Статья подготовлена в рамках исследовательского проекта «Сравнительный анализ взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества в процессе становления и развития публичной сферы двух регионов (Санкт-Петербург и Нижегородская область): институты, процессы и инновационные модели» грант № 11-04-0022 по конкурсу Программы «Научный фонд ГУ-ВШЭ» «Учитель-Ученики» 2011-2012 гг.

**Г.П. Рогочая, Е.Э. Бахчисарайцева**

### **ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

Политическую коммуникацию можно по праву рассматривать в качестве важнейшего условия протекания политического процесса. В первую очередь, важно определиться со смысловой нагрузкой, заключенной в термине «политическая коммуникация», которую зачастую рассматривают в качестве «процесса обмена смыслами между политическими акторами, осуществляемого в ходе их формальных и неформальных взаимодействий» [1]. Нельзя недооценивать регулятивную составляющую политической коммуникации, поскольку она затра-