
УДК 316.344.42
ББК 60.541.1
Г 85

Н.П. Гриценко,

кандидат исторических наук, доцент кафедры связей с общественностью факультета журналистики ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет», 8-918-463-76-84), publicrelations2001@mail.ru

**Региональные политические элиты и бизнес
в современной России: проблемы взаимодействия
(Рецензирована)**

Аннотация. В статье исследуется взаимодействие двух сегментов элит — политической на уровне региона и бизнес-элиты. Бизнес представляет собой один из важных каналов рекрутирования политической элиты, также он активно участвует в реализации социальных программ на уровне субъектов Федерации. Результатом такого взаимодействия является выработка новых требований власти и бизнеса друг к другу.

Ключевые слова: региональные политические элиты, бизнес-элиты, рекрутирование, благотворительность, социальная политика, экономические факторы.

N.P. Gritsenko,

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of Public Relations Department of Faculty of the Journalism, Kuban State University, ph.: (+7)9184637684, e-mail: publicrelations2001@mail.ru

**Regional political elite and business
in modern Russia: interaction problems**

Abstract. The paper examines interaction of two segments of elite: the political at region level and business elite. Business represents one of the important channels of recruiting political elite. Also it actively participates in implementation of social programs at level of subjects of the Federation. Result of such interaction is development of new requirements of the power and business to each other.

Keywords: regional political elite, business elite, recruiting, charity, social policy, economic factors.

С увеличением ресурсов влияния региональных политических элит и представителей бизнеса в постсоветской России растут и противоречия между их интересами, как результат, актуализируется проблема их взаимодействия. От того, насколько эффективно она будет решена, зависит развитие российских регионов как в политической, так и в экономической сферах.

Распад СССР и формирование общества нового типа повлекли за собой процесс регионализации, складывание на территории страны «общества регионов». При этом разностатусность субъектов (область, автономная область,

округ, край, республика), характерная для отечественного федерализма, в постсоветский период явилась дополнительной причиной, породившей многие конфликтные ситуации внутри Федерации в целом и в отношениях регионов с федеральным центром, усугубившей ситуацию, которая связана с распределением властных и экономических ресурсов. Именно в это время родилось то явление, которое сегодня мы называем «региональная элита». При этом, как правильно замечает А.Г. Наронская, ситуацию определяли «не соглашения, а борьба, перманентные конфликты между различными элитными

группами (администрацией президента, правительством, парламентом, региональной и бизнес-элитами), которые сопровождались постоянными нарушениями принятых институциональных правил» [1].

Согласно результатам исследования, проведенного С.Ю. Бычковым, наиболее распространенными направлениями взаимодействия между бизнесом и властью являются: непосредственная представленность бизнеса во власти, поддержка отраслей региона со стороны власти (в особенности инновационных), привлечение зарубежных инвестиций в регион, борьба с коррупцией и коррупция как особая форма взаимодействия [2].

Следует отметить, что в современной элитологической литературе экономическая сфера и экономические институты рассматриваются в качестве основных каналов рекрутирования политической элиты региона. Эта тенденция фиксируется многочисленными социологическими исследованиями. Так О.В. Гаман-Голутвина отмечает, что продвижение в политику по каналам бизнес-структур в 2000–2004 гг. обрело статус второго по значению (после административной карьеры) пути на региональный политический Олимп. Эту тенденцию, по ее словам, можно рассматривать как свидетельство формирования в России на региональном уровне механизмов горизонтальной проницаемости каналов рекрутирования элит [3].

Представитель ростовской школы элитологии А.М. Старостин отмечает, что наиболее распространенной схемой рекрутирования современной региональной элиты стала циркуляция в рамках треугольника «бизнес-элита — политическая элита — административная элита». По его мнению, это объективная тенденция, так как в условиях масштабного социального и экономического слома, который Россия пережила в 1990-е гг., экономические группы, наряду с бюрократией, оказались более устойчивыми и адаптивными, в отличие от других социальных групп и слоев [4].

В данном контексте интересно исследование Д.В. Попонова, который

на основе биографического анализа выделил две основные модели продвижения представителей бизнеса к вершине региональной политической иерархии [5].

1. Экономическая модель, предполагающая «прямое» вхождение в состав губернаторского корпуса, то есть избрание или назначение на должность главы региона производителей и представителей деловых кругов. Ярким примером стала победа на губернаторских выборах бизнесменов К. Илюмжинова (Республика Калмыкия, 1993 г.), С. Дарькина (Приморский край, 2001 г.) и М. Кузнецова (Псковская область, 2004 г.), олигарха Р. Абрамовича (Чукотский АО, 2000 г.), топ-менеджеров крупных корпораций А. Хлопонина (Таймырский АО, 2001 г.) и Б. Золотарева (Эвенкийский АО, 2001 г.). В общей совокупности субъектов Федерации, в которых в 1993–2004 гг. в результате выборов сменились главы, эта модель рекрутирования была реализована в среднем в каждом шестом регионе. Не потеряла своей актуальности эта стратегия инкорпорации в состав губернаторского корпуса и после изменения принципов его формирования в 2004 г.: почти каждый пятый назначенный президентом В.В. Путиным глава региона был производителем или представителем крупной корпорации. В частности, в 2005 г. Иркутскую область возглавил вице-президент ОАО «Российские железные дороги» А. Тишанин, а во главе Саратовской области встал директор Балаковской атомной станции П. Ипатов. Хорошо вписывается в этот формат назначение в 2007 г. губернатором Самарской области главы принадлежащего «Рособоронэкспорту» АвтоВАЗа В. Артякова. В 2005 г. Иркутскую область возглавил вице-президент ОАО «Российские железные дороги» А. Тишанин, а во главе Саратовской области встал директор Балаковской атомной станции П. Ипатов;

2. Экономико-административная или экономико-политическая модель, которая характеризуется инкорпорацией представителей финансово-экономического сектора в губернаторский корпус посред-

ством парламентской деятельности, работы в структурах исполнительной власти и органах местного самоуправления. Политико-административный этап карьеры будущих глав регионов, как правило, сочетал работу в различных институтах.

Одним из важнейших аспектов взаимодействия между региональными политическими элитами и бизнесом являются выборы региональных законодательных собраний. Эти выборы предоставляют бизнесменам возможность для лоббирования своих интересов. Благодаря партийным спискам и открыто оговоренным возможностям лоббирования в регионах бизнесмены оказываются широко представленной группой среди депутатов региональных законодательных органов. В Воронеже депутаты-бизнесмены составляют 59% от общего числа парламентариев, в Кирове — 70%, в Красноярске — 29%, в Перми — 64% [6: 20]. Почти все они являются высокопоставленными менеджерами или директорами фирм.

Исследование мотивации крупных предпринимателей при их переходе в законодательные собрания регионов, которое проводится вот уже несколько лет, дает возможность утверждать, что их попытки занять места в законодательных собраниях, как и 10 лет назад, не имеют ничего общего с политической ориентацией. Перечисление мотивов, которые приводят сами члены законодательных собраний в регионах, позволяют убедиться в том, что их базовая структура далека от желания улучшить политический режим в регионе или наилучшим образом представлять интересы избравшего его населения в законодательном органе. Основная задача заключается в том, чтобы добиться преференций, обогнать конкурентов, установить необходимые связи с властью в обмен на политическую лояльность. Конечная цель — сформировать надежный защитный буфер для своего бизнеса [7]. Однако при этом следует отметить, что, борясь за интересы бизнеса, депутаты вполне способны помогать населению, если их интересы в борьбе с властью совпадают.

Следует охарактеризовать и другое важное направление взаимодействия региональных политических элит и предпринимателей — участие представителей бизнеса в осуществлении социальной политики. Монополизация ответственности власти при дефиците финансовых ресурсов порождает стремление властных субъектов привлечь к реализации социальных программ крупные российские компании, средний и даже малый бизнес. Происходит это не только через привычную схему уплаты налогов, но и путем привлечения к так называемой корпоративной благотворительности, которая представляет собой добровольное участие компаний в развитии территорий, выходящее за рамки помощи, установленные законом.

Сложившаяся в современной России система межбюджетных отношений приводит к тому, что финансовые ресурсы субъектов Федерации и местного самоуправления не соответствуют возложенным на них функциям. В результате региональные политические элиты вынуждены прибегать к «квазифискальным» практикам взаимодействия с бизнесом [8]. При этом в разных регионах и муниципальных образованиях компромисс между политическими элитами и предпринимателями по поводу участия бизнеса в развитии региона различается в зависимости от структуры региональной экономики, от инфраструктуры территории, от степени монолитности правящих элит, уровня их авторитета среди населения и т.п. [9].

Бизнес, в свою очередь, научился извлекать свою выгоду из социальной благотворительности и инвестиций, иногда даже большую, чем это можно представить при соотнесении затрат и результатов. До сих пор в России благотворительность компаний как экономических институтов не сменилась на благотворительность бизнесменов, жертвующих деньги на развитие местного сообщества из своих личных средств [10], хотя нельзя отрицать, что определенное движение в этом направлении в сознании отдельных представителей бизнеса обозначилось.

В случае недостатка ресурсов для решения социальных проблем региональные элиты зачастую прибегают к жестким методам привлечения бизнеса к участию в реализации социальных программ для своих территорий. В то же время региональным лидерам хорошо известно, что данная модель отношений дает результат лишь в краткосрочной перспективе, тогда как стратегическое взаимодействие предполагает иные принципы сотрудничества, они все же используют данную схему. Иногда это происходит под давлением обстоятельств. Но чаще подобная тактика вытекает из следования неким неформальным правилам, согласно которым бизнес обязан помогать региону, если хочет в нем нормально работать.

Однако было бы искажением реальности настаивать на том, что модель давления в отношениях власти и бизнеса сегодня является доминирующей в подавляющем числе российских регионов [11]. Чтобы принуждать бизнес к взаимодействию, необходимо располагать должным потенциалом авторитета и влияния, наличием которого могут похвастаться далеко не все региональные политические лидеры. В этой ситуации обобщать происходящие процессы, игнорируя региональное разнообразие, было бы неправильно.

Усилия региональных и муниципальных властей по формированию явной или неявной мотивации бизнеса к занятию благотворительной деятельностью в ряде случаев оказываются весьма успешными. Л. Полищук, проводя анализ особенностей российской благотворительности по сравнению с западными странами, отмечает, обычной практикой для России стало государственное планирование корпоративной филантропии и «добровольно-принудительное» участие предприятий в благотворительных компаниях, инициированных региональными и городскими властями [10].

Подобные оценки экспертов вполне согласуются с реальными практиками, действующими на всей территории России, независимо от социально-экономических характери-

стик регионов и особенностей складывающихся там политических режимов.

Было бы неправильно представлять ситуацию таким образом, что во взаимодействии власти и бизнеса только бизнес находится под давлением власти. В определенных ситуациях он сам имеет возможность прибегать к давлению на власть, определяя условия своего участия в социальной политике. Именно такая ситуация складывается во взаимоотношениях между градообразующими предприятиями и городскими властями. Владеющие предприятиями компании обладают ресурсами, несопоставимыми с доходами городского бюджета. Бизнес в таких городах фактически содержит объекты социальной сферы, патронирует все социальные программы, на реализацию которых у власти нет денег. Поэтому он может жестко диктовать власти условия своих инвестиций в социальную сферу города [12]. Распределение функций, при котором власть берет на себя роль координатора, вдохновителя и контролера социальной политики, а бизнесу при этом делегируется роль «кошелька» и благотворителя, вполне укоренилось в российском обществе.

Действуя в заданной системе координат, определяемых, за некоторыми исключениями, самой региональной властью, бизнес не спешит менять привычные формы такого взаимодействия, оправданно полагая, что любой риск в отношениях с властью может иметь непредсказуемые последствия.

Не следует думать, что только поиск баланса отношений бизнеса с властью, чтобы защититься от непредвиденных и недружественных шагов с ее стороны, побуждает крупные компании к реализации социальных проектов. Становясь вынужденным актором на поле социальной политики, бизнес начинает осознавать со временем и свои собственные интересы, что способствует переходу от тактических проектов, навязанных властью, к стратегическим инвестициям для налаживания взаимодействия с местным сообществом. Присутствие в политике вынуждает бизнес тратить на социальные программы

для территорий, по которым избирались депутаты. И наоборот, участие в реализации социальных проектов «на паях» с властью неизбежно способствует попаданию либо в законодательное собрание региона, либо в партию.

Опыт постсоветских выборов (как парламентских, так и президентских) убедил предпринимателей отказаться от попыток создания собственной партии. При непрозрачности политического финансирования сложилась ситуация, когда деньги российского бизнеса активнейшим образом участвуют в обеспечении политического процесса, но как именно — официально не ясно. Подобное финансирование не является институциональным в традиционном смысле.

Осложняет создание «открытости» российских бизнес-структур феномен т.н. «квазискрытого» собственника, который представлен в советах директоров доверенностями от номинальных оффшорных держателей, но при этом присутствует, пользуясь своими правами, распоряжается активами и пр. Россия является самой большой экономикой в мире, где основная часть собственности представлена не национальными владельцами, а номинальными оффшорными собственниками, что обуславливает проведение операций по покупке и слияниям компаний за границей [13]. Такие операции не затрагивают собственно процессы внутреннего накопления. При этом госструктуры подавляют инициативы тех частных компаний, которые стремятся вести честный бизнес. Для российских условий характерен следующий феномен: по мере того, как на территории пребывания начинает проявляться позитивный эффект от реализации компаниями добровольно сформированных социальных программ, у местных властей вначале складываются, а затем усиливаются ожидания, нередко приобретающие форму требований, что бизнес просто обязан участвовать в развитии территорий своими материальными и финансовыми ресурсами.

Если при этом хоть как-то улучшается и результативность действий

властей в социальной сфере, то бизнесмены стараются «оправдать» такие ожидания. Если же и эффективность расходования бюджетных средств и качество управления остаются низкими, то у бизнесменов начинает возникать вполне обоснованное сомнение относительно целесообразности дальнейшего «замещения» своими программами промахов государственного и муниципального управления.

По мнению Э.А. Аракеяна, до настоящего времени отношения власти и крупного регионального бизнеса формировались в треугольнике, который образовывали федеральные партнеры, собственники предприятия и региональной власти. С созданием крупных корпораций региональная власть из этого треугольника как бы «выпадает». Обладающие большими капиталами, способные быстро мобилизовать ресурсы, ведущие бизнес в нескольких регионах межрегиональные компании в случае возникновения конфликта с властями одного региона могут перенести бизнес (в первую очередь, «штаб-квартиру» и уплату налогов) в другой, без особых потерь для себя, но с потерями для региона, из которого они уходят. В результате под властью «конфликтного» губернатора остаются крупные, но проблемные для него предприятия, не приносящие доход ни ему, ни региону. И тем самым он становится как бы «заложником» в руках «бизнеса» и вынужден выполнять его требования [14]. В результате региональным властям все реже удается контролировать деятельность крупных компаний. Если на этапе вхождения крупного капитала в соответствующий регион бизнес-структура нуждается в поддержке властей, то, по мере ее интеграции региональную экономику у нее формируются собственные политические интересы и она совершает действия, исходя из них.

При этом важно отметить, что региональный бизнес состоит из групп с разными, порой конфликтующими интересами. Малый, средний и крупный бизнес различаются по потребностям и уровню автономии. Фирмы

конкурируют за неформальные привилегии, достающиеся от власти. Бизнес — ассоциации борются между собой за новых участников и правительственную благожелательность. Взаимодействие бизнеса и региональных политических элит имеет двустороннюю направленность, и оба актора используют особые механизмы воздействия. В этих условиях на практике реализуется дифференцированная модель отношений между властью и бизнесом. С крупными предприятиями, имеющими серьезный вес в регионе, а также с крупными инвесторами региональные власти пытаются выстраивать партнерские отношения. Однако с малым предпринимательством выстраиваются отношения, соответствующие модели отстраненного «патронажа», при которой существуют лишь редкие попытки реального участия в решении проблем малого бизнеса при большой доле формализма в подходе к этому вопросу. С обострением экономического кризиса происходит усиление вмешательства властей в экономику региона. Однако с восстановлением экономики бизнес-элиты начинают оказывать определенное сопротивление воздействию властных структур.

Среди переменных, которые оказывают значимое влияние на формирование тех или иных моделей взаимодействия бизнеса и власти в регионах и обуславливают в конечном итоге их дифференциацию, оказываются:

- ресурсная база региона;
- доминирующая/зависимая позиция власти в регионе (городе);
- сила/слабость экономических акторов;
- инициативный/реактивный характер выстраивания взаимодействия с бизнесом со стороны власти;
- готовность власти и бизнеса к взаимным компромиссам [11].

Различные сочетания выделенных переменных могут приводить к формированию весьма разнообразных моделей взаимодействия региональных элит и бизнеса. Это дает основание для принципиального вывода: пока рано настаивать на единообразии как на принципе,

который следует принять в качестве основного при конструировании правил такого взаимодействия в регионах с различным социально-экономическим уровнем. Более того, представляется целесообразным выяснение зависимости подобного разнообразия моделей взаимодействия от масштаба поселения, социально-экономического потенциала, стратегий политического лидерства, осуществляемого ключевыми акторами той или иной территории.

Таким образом, региональные политические элиты и предприниматели активно взаимодействуют между собой. При этом наблюдается все более выраженная институциональная политизация экономических акторов, которые все чаще становятся депутатами законодательных областных и городских собраний. Бизнес представляет собой один из важных каналов рекрутирования политической элиты, особенно это касается региональных законодательных собраний. При этом представленность предпринимателей в политической элите региона во многом зависит от структуры экономики региона и особенной действующей модели власти.

Другое важное направление взаимодействия региональных политических элит и предпринимателей — участие представителей бизнеса в осуществлении социальной политики. В современной России финансовые ресурсы субъектов Федерации и местного самоуправления не соответствуют возложенным на них функциям. В результате региональные политические элиты вынуждены прибегать к «квазифискальным» практикам взаимодействия с бизнесом. Как следствие, бизнес и крупные предприятия иногда инициативно, а иногда под давлением власти реализуют широкий спектр социальных проектов не только для своих компаний, но и для населения региона или города. В целом экономические акторы с нарастающей включенностью демонстрируют социально ответственное поведение по отношению к тем территориям, на которых они реализуют свои бизнес-программы.

Каковы бы ни были практики отношений региональных политических элит и бизнеса в отдельно взятом регионе, как бы ни были сильны их различия между собой, принципиальным остается тот факт, что обе стороны взаимодействия — и власть, и бизнес — начинают формулировать новые требования друг к другу, постепенно превращаясь в рациональных и прагматичных политических и экономических акторов.

Примечания:

1. Наронская А.Г. Особенности эволюции российской политической элиты: автореф. дис. ... канд. полит. наук. Екатеринбург, 2004. С. 19.
2. Бычков С.Ю. Основные направления взаимодействия регионального бизнеса и власти (на примере Нижегородской области) // Современные исследования социальных проблем: электрон. науч. журнал. 2012. №2 (10). С. 11.
3. Гаман-Голутвина О.В. Политические элиты России: вехи исторической эволюции. М.: РОССПЭН, 2006. С. 38.
4. Старостин А.М. Эффективность деятельности административно-политических элит: критерии оценки и анализ состояния в современной России. Ростов н/Д: Изд-во СКАГС, 2003. С. 368.
5. Попонов Д.В. Деловая элита в составе губернаторского корпуса: биографический анализ // Известия Саратовского университета. 2012. Т. 12. Сер. Социология. Политология. Вып. 1. С. 70-75.
6. Дилеммы губернатора: экономические и социальные компромиссы в ходе перераспределительной политики. М.: Изд. дом ВШЭ, 2012. С. 103.
7. Чирикова А.Е. Региональные элиты России. М.: Аспект-Пресс, 2010. С. 103.
8. Сурцева А.А. Региональный социальный контракт власти и бизнеса (на примере Кемеровской области) // Журнал институциональных исследований. 2011. №3. С. 94-102.
9. Курбатова М.В., Левин С.Н. Деформализация правил в современной российской экономике (на примере взаимодействия власти и бизнеса) // Terra Economicus. 2010. Т. 8, №1. С. 27-50.
10. Полищук Л. Бизнесмены и филантропы // Pro et Contra. 2006. №1 (31). С. 59-73.
11. Чирикова А.Е. Взаимодействие власти и бизнеса в реализации социальной политики: на пороге перемен // SPERO. 2008. №9. С. 53-55.
12. Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / А.Е. Чирикова, Н.Ю. Лапина, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин. М.: ГУ ВШЭ, 2005. С. 222.
13. Ачкасова В.А. Government Relations (GR) как фактор достижения устойчивости в системе отношений «бизнес — власть» // Доклады участников Пятого Всероссийского конгресса политологов. М.: РАПН, 2009. 1 электрон, опт. диск (CD-ROM).
14. Аракелян Э.А. Региональные элиты в процессе экономического развития субъектов Российской Федерации (на примере ЮФО) // Научный эксперт. 2007. №3. С. 29-38.

References:

1. Naronskaya A.G. Peculiarities of evolution of the Russian political elite: Dissertation abstract for the Candidate of Political sciences degree. Yekaterinburg, 2004. P. 19.
2. Bychkov S.Yu. The main directions of interaction between the regional business and the power (based on the Nizhny Novgorod Region) // Modern research of social problems: electron. scient. journal. 2012. No. 2 (10). P. 11.
3. Gaman-Golutvina O.V. Political elites of Russia: landmarks of historical evolution. M.: ROSSPEN, 2006. P. 38.
4. Starostin A.M. Efficiency of administrative and political elites' activity: assessment criteria and the condition analysis in modern Russia. Rostov-on-Don: SKAGS Publishing house, 2003. P. 368.
5. Poponov D.V. Business elite as a part of the gubernatorial corps: biographic analysis // News of the Saratov university. 2012. V. 12. Series «Sociology. Political science». Iss. 1. P. 70-75.
6. Dilemmas of a governor: economic and social compromises in the course of redistributive policy. M.: VShE publishing house, 2012. P. 103.
7. Chirikova A.E. Regional elites of Russia. M.: Aspekt-Press, 2010. P. 103.
8. Surtseva A.A. The regional social contract of the power and business (based on the Kemerovo region) // Journal of institutional researches. 2011. No. 3. P. 94-102.

-
9. Kurbatova M.V., Levin S.N. Deformalization of rules in modern Russian economy (based on the interaction of the power and business) // Terra Economicus. 2010. V. 8, No. 1. P. 27-50.
 10. Polishchuk L. Businessmen and philanthropists // Pro et Contra. 2006. No. 1 (31). P. 59-73.
 11. Chirikova A.E. Power and business interaction in the realization of social policy: on the threshold of changes // SPERO. 2008. No. 9. P. 53-55.
 12. Business as a subject of social policy: a debtor, a benefactor, a partner? / A.E. Chirikova, N.Yu. Lapina, L.S. Shilova, S.V. Shishkin. M.: GU VShE, 2005. P. 222.
 13. Achkasova V.A. Government Relations (GR) as a factor of achievement of stability in the system of the relations «business — the power» // Reports of the participants of the Fifth All-Russia congress of political scientists. M.: RAPN, 2009. 1 electron, opt. disk (CD ROM).
 14. Arakelyan E.A. Regional elites in the course of economic development of subjects of the Russian Federation (based on the Southern Federal District) // Scientific expert. 2007. No. 3. P. 29-38.