

На правах рукописи

СТОЯКИН ВЛАДИМИР ВЛАДИМИРОВИЧ

**КОРПОРАТИВНЫЙ ЛОББИЗМ
В ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ И ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ
ОРГАНАХ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ**

**Специальность 23.00.02 – Политические институты,
этнополитическая конфликтология, национальные и политические
процессы и технологии**

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ
СТЕПЕНИ КАНДИДАТА ПОЛИТИЧЕСКИХ НАУК**



003486856

**Астрахань
2009**

Handwritten mark

Handwritten mark

Диссертация выполнена на кафедре государственной политики
и государственного управления ГОУ ВПО
«Кубанский государственный университет»

Научный руководитель доктор философских наук, профессор Морозова Е В

Официальные
оппоненты

- 1 доктор политических наук, профессор Федорова М М
- 2 кандидат философских наук, доцент Мордасова Т А

Ведущая организация Адыгейский государственный университет

Защита состоится 24 12 2009 г в 12 часов на заседании диссертационного
совета Д 212 009 12 по адресу г Астрахань, ул Татищева, 20 а

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Астраханского
государственного университета

Автореферат разослан «19» ноября 2009 г

Ученый секретарь
диссертационного совета



Карабущенко П Л

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования Формирование эффективной системы государственного управления в современной России на федеральном и региональном уровне сопровождается включением в процесс выработки и принятия политико-управленческих решений различных институтов гражданского общества Корпорации, обладающие определенными ресурсами влияния на принятие и реализацию политико-управленческих решений, актуализировались как постоянные участники политического процесса в регионах

Корпоративный лоббизм на сегодняшний день представляет собой сложную, многофункциональную систему, развивающуюся одновременно в сферах публичной и теневой политики, что обуславливает противоречивость процесса институционализации данного феномена

В отличие от федерального уровня, на региональном уровне институт корпоративного лоббизма зачастую находится в зачаточном состоянии и ассоциируется с теневыми формами взаимодействия власти и бизнеса, что формирует негативный образ в сознании элиты и общественности субъектов РФ

В условиях современного финансового кризиса, в первую очередь влияющего на экономическую жизнедеятельность корпораций, лоббистские ресурсы последних имеют определяющее значение По мнению Президента РФ Д.А. Медведева, одной из главных проблем, сковывающих развитие современного российского общества, является вековая коррупция, вследствие которой «многие предприниматели озабочены не поиском талантливых изобретателей, не внедрением уникальных технологий, не созданием и выводом на рынок новых продуктов, а подкупом чиновников ради получения контроля над потоками экономических ресурсов»¹

Существующие противоречия в российском опыте корпоративного лоббирования порождают проблемы теоретического и прикладного характера С позиции политической теории возникает вопрос о том, какие практики корпоративного лоббизма в современной политической системе России необходимо интерпретировать как легальные, теневые или коррупционные

В практическом плане представляется важным использование положительного опыта лоббистской деятельности экономических субъектов,

¹ Медведев Д.А. Россия, вперед! URL //http://www.gzt.ru/addition/259509.html

накопленного как в мировой практике, так и в системе взаимодействия бизнеса и власти на федеральном и региональном уровнях РФ. Это способствует развитию полноценной системы функционального и политико-партийного представительства интересов и преодолению негативных эффектов теневого лоббизма для системы государственного управления, развития экономики и общества в целом.

Степень изученности проблемы Исследования Г. Алмонда, А. Бентли, Р. Даля, М. Дюверже, М. Олсена, Д. Трумэна, Ф. Шмиттера² заложили основы научного анализа теории групп интересов, групп давления, лоббизма в политике.

Советская наука рассматривала лоббизм как буржуазный феномен и отрицала его наличие в Советском Союзе³. Первые фундаментальные работы в направлении ревизии значения исследуемого нами феномена появились в отечественной политологии в начале 1990-х гг.⁴ Исследователи уделяют внимание анализу понятийного аппарата, сущности лоббизма, истории возникновения данного явления в России⁵.

Значительная группа исследований посвящена проблемам правового регулирования лоббистской деятельности в России⁶. В современное время особое внимание политологи уделяют конкретным примерам лоббистских

² Almond G. *Pluralism, Corporatism and Professional Memory*. L., 1990; Bentley A. *The Process of Government*. Chicago, 1908; Dahl R. *A preface to Democratic Theory*. Chicago, 1954; Duverger M. *Party Politics and Pressure Groups*. A comparative introduction. N.Y., 1972; Olson M. *The logic of Collective Action*. Cambridge, 1965; Truman D.B. *The Government Process: Political Interests and Public Opinion*. N.Y., 1971; Schmitter Ph., Lehmbruch G. *Trends Toward Corporatists Intermediation*. L., 1979.

³ Зяблук Н. Группы давления // США-ЭПИ, 1972. № 3; Крутоголов М. А. Парламент Франции: Организация и правовые аспекты деятельности. М., 1988; Кочерян С. А. Лоббизм в Соединенных Штатах // Законодательный процесс в США. М., 1990; Мишин А. А. Центральные органы власти США - орудие диктатуры монополистической о капитала. М., 1954.

⁴ Прохода Н. Лоббизм как это действует во Франции // Бизнес и политика. 1995. № 8; Шуровский М. Законодательное регулирование лоббистской деятельности в органах представительной власти: опыт США // Бизнес и политика. 1995. № 3(4).

⁵ Аравина Т. И., Кузнецов Ю. Ю. Лоббизм: национальные образцы и степень социальной приемлемости // Социологические исследования. 2000. № 9; Заславский С. Е., Нефедова Т. И. «Лоббизм в России: исторический опыт и современные проблемы» // Право и политика. 2000. № 2; Фролова И. М. «Формула лоббифеномена (в поисках исторических корней лоббизма)» // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2001. № 4; Любимов А. П. История лоббизма в России. М., 2005; Нешадин А. А., Блохин А. А., Верещагин В. В., Григорьев О. В., Ионин Л. Г., Кашина В. К., Малютин М. В. Лоббизм в России: этапы большого пути // Соисс. 1996. № 3-4.

⁶ Бойотюбов С. А. Как регулировать лоббизм? // Законодательство и экономика. 1994. №15-16; Вишняков В. Г. проблемы государственного регулирования лоббизма в Российской Федерации // Представительная власть: мониторинг, анализ, информация. 1995. № 3; Клименко В. Российский лоббизм и проблемы его законодательного регулирования // Бизнес и политика. 1995. № 2; Лапаева В. В. О концепции проекта закона «О регулировании лоббистской деятельности в федеральных органах государственной власти» // Законодательство и экономика. 1995. № 7-8; Лепехин В. А. Лоббизм в России и проблемы его правового регулирования // Полис. 1998. №4; Любимов А. П. Проблемы правового формирования лоббизма // Государство и право. 1999. №7; Родина И. Закон, который так и не принят [О проекте Федер. закона "О регулировании лоббистской деятельности в федер. органах власти"] // Наука. Политика. Предпринимательство. 1997. № 2; Скорин В. Лоббизм в России: проблемы законодательного регулирования // Бизнес и политика. 1995. № 3(4).

компаний⁷

Данная тема становится предметом защиты диссертационных работ⁸, в которых рассматриваются проблемы существования феномена лоббизма в России, его политико-правовые аспекты, лоббистская деятельность бизнес-групп, лобби в органах российской государственной власти и др

Большинство работ, посвященных исследованию теории и практики лоббистской деятельности в России, направлены на изучение института бизнеса как ключевого актора межсекторного взаимодействия⁹ Различные аспекты развития крупного бизнеса как политического субъекта, его взаимодействия с федеральными и региональными органами государственной власти охватывают в своих работах Р И Гайнутдинов, Н В Зубаревич, А Ю Зудин, Н С Лапина, Я Э Папэ, П С Перегудов, И С Семененко, А Е Чиркова, А А Яковлев, и др¹⁰ Эволюцию

⁷ Белевцева Е Механизм функционирования лоббистской деятельности в политических институтах современной России // Власть 2006 № 4, Бертин А Д, Григор Г Э Корпоративный лоббизм Теория и практика М, 2005, Бинецелый А Э Лоббизм в современном мире М, 2005, Вуйма А Лоббирование Как добиться от власти нужных решений Москва-СПб, 2008, Перегудов С П Крупная российская корпорация в системе власти // Полис 2001 № 3, Сулашкин С, Романихин А Как национальной промышленности защищать свои интересы // Власть 2002 № 10, Толстых П А Практика лоббизма в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации М 2006 Толстых П А Практикум по лоббизму в России М, 2007

⁸ Боровский А С Лоббизм в формировании и деятельности российской политической элиты Диссертация кандидата политических наук М, 2006, Белевцева Е В Организованные группы интересов российского бизнеса формы и способы лоббистской деятельности дис канд полит наук М, 2007, Белоусов А Б Лоббизм как политическая коммуникация основы теоретического моделирования дис канд полит наук Екатеринбург, 2004, Бердникова Е В Тенденции и перспективы формирования системы цивилизованного лоббизма в современной России политико-правовой подход дис канд полит наук Саратов, 2006, Зверев Е В Проблема институционализации лоббизма в России дис канд полит наук Екатеринбург, 2005, Субочев В В Правовая политика современной России в сфере лоббизма теоретические проблемы дис канд юрид наук Саратов, 2002, Тенов Т З Лоббизм как политико-правовой институт дис канд полит наук Ростов н/Д, 2001, Толстых П А Лоббизм в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации структура, технологии, перспективы легитимации дис канд полит. наук М, 2006

⁹ Брянецев И НКО и власть проблемы взаимопонимания // Власть 2006 № 1, Блинов А, Кашкорова С Роль общественных структур в лоббировании интересов бизнеса // Маркетинг 2001 № 4, Василенко В Роль общественности в обсуждении экологических последствий реализации проектов // Регион экономика и социология 2008 № 1, Граждан В Гражданское общество как система негосударственного управления // Власть 2004 № 3 Любимов А П Гражданский лоббизм Процедуры и технологии обращений граждан М 1998, Можаяв В Профсоюзное лоббирование // Профсоюзы и экономика М 1995 № 2, Никовская Л И, Якимец В Н От конфликта к межсекторному партнерству // Журнал социологии и социальной антропологии 2003 Т 7 № 1, Нисневич Ю А Проблемы взаимодействия общества и власти в России // Информ ресурсы России 1997 № 4 Хананашвили Н Л Авторская концепция системы взаимодействия органов власти Российской Федерации с негосударственными некоммерческими организациями // Государственная власть и местное самоуправление 2006 № 10

¹⁰ Папэ Я Ш Олигархи Экономическая хроника 1992-2000 годов М, 2000, Перегудов С П Корпоративный бизнес и власть при В Путине патронаж или партнерство? // Власть и элиты в российской трансформации / Под ред. А В Дуки СПб, 2005, Перегудов С П Корпорации, общество, государство М, 2000, Зубаревич Н В Изменение роли и стратегий крупного бизнеса в регионах России / Региональные процессы в современной России М, 2002, Зубаревич Н В Российский бизнес в регионах история с географией // URL <http://regionalabstca.ru/library/articles/zubarevich-3/>, Зудин А Ю Бизнес и политика в президентской кампании 1996 года // Pro et Contra. 1996 Т 1 № 1, Зудин А Ю Бизнес, ассоциации и государство сравнительный анализ перемен на Западе и в «постсоциалистических» странах // Технологии политики / под ред И Бунина М, 2006, Зудин А Ю Государство и бизнес в России эволюция модели

корпоративного лоббизма как социально-политического института в России рассматривают в работах В В Изгарышев, А П Лапаев, В А Лепехин, А А Любимов, И Н Шапкин¹¹ Особенности лоббистской деятельности в государственных органах РФ посвящены работы Е В Бельцевой, А Г Берлин, Г Э Григор, Ю С Коношко, Ю В Кораблина, П А Толстых и т д¹² Ряд ученых, среди которых А Ю Зудин, Е А Мархотов, И В Мирошниченко, А Олейник, С А Фомин¹³, исследуют корпоративный лоббизм в региональных органах власти через институционализированные формы, акцентируя также внимание на правовых механизмах регулирования лоббистской деятельности¹⁴

взаимоотношений // Неприкосновенный запас № 6 2006, Зудин А Ю Неокорпоративизм в России? (Государство и бизнес при Владимире Путине) // Pro et Contra Т 6, № 4, Осень 2001, Лапина Н Ю Бизнес и власть в сильных регионах модели и ресурсы взаимодействия // Власть и элиты в российской трансформации / Под ред А В Дуки СПб 2005, Лапина Н, Чирикова А Путинские реформы и потенциал влияния региональных элит Аналитический доклад // URL http://www.fesmos.ru/Publikat/19_RegElt2004/regelht.html, Лапина Н, Чирикова А Региональные элиты в Российской Федерации модели поведения и политические ориентации М 1999, Яковлев А А Власть, бизнес и движущие силы экономического развития России до и после «дела ЮКОСа» // Общественные науки и современность 2005 № 1, Гайнутдинов Р И Роль бизнеса в современном политическом процессе автореф дис канд полит наук СПб, 2006

¹¹ Лапаев А П Становление и развитие предпринимательства в России // URL <http://l-service.narod.ru/files/21.htm>, Любимов А П История лоббизма в России М, 2005, Изгарышев В В Методы и формы представительной деятельности организаций крупной буржуазии в начале 20 века // Представительная власть 1997 № 4 (21), Шапкин И Н Из истории лоббизма в России Представительские организации российского капитала во 2-й половине 19-начале 20 века М, 1999, Лепехин В А Лоббизм // Бизнес и политика 1995 № 1, Лехин В А Общественно-политические процессы в среде предпринимателей М, 1994, Константинов В, Найшуль В Технология планового управления М, 1986

¹² Бельцева Е Механизм функционирования лоббистской деятельности в политических институтах современной России // Власть 2006 № 4, Перегудов С, Семененко И Лоббизм в политической системе России // Общественные науки и современность 1996 № 3, Коношко С Группы давления в российском парламенте // На путях политической трансформации (политические партии и политические элиты постсоветского периода) М, 1998, Кораблин Ю В Политика и бизнес в современной России особенности взаимодействия автореф дис канд полит наук М, 1999, Берлин А Г, Григор Г Э Корпоративный лоббизм Теория и практика, М, 2005 Толстых П А Практика лоббизма в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации, М, 2006, Верещагин В Организованные группы интересов в реформируемой России // <http://www.prof.msu.ru/publ/book3/ver.htm>, Разуваев В Крупный бизнес вне сферы видимости // Pro et Contra. 1999 Т 4 № 1, Григорьева Е Путин направил олигархов на переработку // URL <http://www.izvestia.ru/russia/article3100902/>, Фетисов А А Конфликт интересов бизнеса и государства в современной России политологический анализ // URL <http://www.gad.pfu.edu.ru/tmp/avtoref2947.pdf>

¹³ Зудин А Ю Неокорпоративизм в России? (Государство и бизнес при Владимире Путине) // Pro et Contra 2001 Т 6, № 4, Мархотов Е А Позитивный потенциал лоббизма в регионах Центрального Федерального округа России // URL <http://www.lomonosov-msu.ru/2007/20/mahor@bk.ru.pdf>, Олейник А Рынок как механизм воспроизводства власти // Pro et Contra 2008 № 2-3 (41), Роль бизнес-ассоциаций в продвижении демократических реформ управления на местном уровне в России // Лоббист 2007 № 5, Центр по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти Лоббизм ЦФО анализ, мониторинг, информация // Лоббист 2009 №1, Мирошниченко И В, Фомин С А Практики политической о представительств корпоративного бизнеса на региональном уровне // Человек Сообщество Управление 2008 №1, Фомин С А Кружная корпорация в региональном политическом процессе дис канд полит наук Краснодар, 2008

¹⁴ Киселев К В Лоббизм проблемы правового регулирования // URL <http://www.stratagemag.org/lobbizzmpressclp.php?news=et04s6013752325>, Красинский В В Правовая оценка российского лоббизма // Юридический мир 2004 № 8-9, Кумс К Лоббизм и его регулирование советы британского эксперта // Бизнес и политика 1994 №1, Любимов А П Практика использования терминов «лоббизм», «лоббистская деятельность» в нормативных правовых актах и иных официальных документах в Российской Федерации // URL <http://www.pvlat.ru/archive/index.pr32.php>, Любимов А П Лоббизм как конституционно-правовой

Особенности теневого лоббизма и роли коррупционных практик во взаимодействии бизнеса и власти в российских регионах изучены С В Барсуковой, К И Головщинским, Н С Лапиной, Е Левиной, М Левным, С А Пархоменко, В Л Римским, Г А Сатаровым, А Сухаревым, А Е Чириковой¹⁵

Отдельные аспекты взаимодействия бизнеса и власти в контексте регионального политического процесса на Юге России рассмотрены в работах А А Вартумяна, А В Баранова, Р З Близняка, П Л Карабущенко, М М Кириченко, А К Магомедова, Е В Морозовой, Р Михайлова, В В Прилепского, И А Савченко, И В Самаркиной, Р Х Усманова, В Ю Шпака, В М Юрченко и других исследователей¹⁶

Вместе с тем исследования форм и технологий лоббистской деятельности корпораций на региональном уровне в органах власти носят обзорный и фрагментарный характер. Опыт корпоративного лоббизма отдельных субъектов РФ демонстрирует отличия от общефедеральных тенденций эволюции данного феномена и требует научного осмысления его специфических черт

институт М, 1998, Малько А В, Субочев В В Лоббизм проблемы правового регулирования. Пятигорск, 2003

¹⁵ Барсукова С Ю Теневая экономика и теневая политика: механизм сращивания. М, 2006; Барсукова С Участие бизнеса в политике: изменение правил (на примере финансирования кампаний и деятельности политических партий) // Лоббист 2008 № 1, Чирикова А Е Региональные парламенты: ресурсный потенциал и неформальные правила политической игры // Власть и элиты в российской трансформации / под ред. А В Дуки. СПб, 2005; Иноземцев В Корпорация «Россия»: желательна ли такая перспектива и насколько она возможна? // URL <http://www.globalaffairs.ru/articles/0/6736.html>, Нестерович Н В, Смирнов В И Конкурентные торги на закупку продукции для государственных нужд / под ред. А Г Свириденко – М, 2000; Левин М, Левина Е Лоббирование и коррупция в России // Лоббист 2007 № 5; Романчук Я Три «П» и одно «Л»: коррупция: причины, примеры, последствия, лечение. Как создать CORRUPTION-FREE общество // Лоббист 2008 № 3; Сухарев А Институциональная политика: политология взаимодействия легитимной и теневой сферы в глобальном мире. М, 2004; Новак Б Взятка и откат: «Питер», 2008; Саватеев А Коррупция и лоббирование в переходных экономиках: обзор // Лоббист 2008 № 2; Роуз-Аккерман С Коррупция и государство: Причины, следствия, реформы. Пер с англ. О А Алякринского. М, 2003; Готовщинский К И, Пархоменко С А, Римский В Л, Сатаров Г А Бизнес и коррупция: проблемы проповедования. Итоговый отчет // URL <http://www.indem.ru/russian.asp>, Мирошниченко И В, Фомин С А, Стоякин В В Неформальные политические практики корпоративного бизнеса в регионе (на примере Краснодарского края) // ПОЛИТЭКС: политическая экспертиза 2008 Т 4 № 4

¹⁶ Савченко И А, Шпак В Ю, Юрченко В М Технология политического действия. Краснодар, 2007; Вартумян А Особенности становления регионального социально-политического процесса в условиях новой эпохи глобализации. М, 2004; Морозова Е В Политическая коммуникация и политическая реклама на выборах губернатора Краснодарского края // Региональные выборы и проблемы гражданского общества на Юге России. М, 2002; Баранов А В Взаимодействие региональных политических процессов в постсоветской России. М, 2007; Магомедов А К От Ельцина к Путину: Кремль и региональная Россия (на примере Ульяновской области и Краснодарского края) // Феномен Владимира Путина и российские регионы. М, 2004; Михайлов Р Краснодарский край в 1999 – начале 2000 г // Регионы России в 1999 г: альманах. М, 2000; Карабущенко П Л Триады политического сознания: массы, элиты, лидеры. Астрахань, 2004; Прилепский В В, Самаркина И В Демократические транзиты и региональный социум (Краснодарский край) // Политика 2000 – 2001 № 4 (18); Дмитриев А В, Карабущенко П Л, Усманов Р Х Геополитика Каспийского региона: взгляд из России. Астрахань, 2004; Близняк Р З Региональный электоральный процесс (на примере Краснодарского края): автореф. дис. канд. полит. наук. Краснодар, 2003

Объектом исследования является корпоративный лоббизм как феномен общественно-политической жизни в регионах России

Предмет диссертационной работы – основные формы и технологии, тенденции развития корпоративного лоббизма в законодательных и исполнительных органах региональной власти России

Цель исследования – выявить и изучить основные формы и технологии лоббирования крупными корпорациями своих интересов в законодательных и исполнительных органах региональной власти России, определить тенденции развития системы цивилизованного корпоративного лоббизма в современной России на федеральном и региональном уровнях

Задачи исследования

– выделить основные концептуальные подходы, позволяющие изучить лоббизм как социально-политический феномен и интерпретировать функции данного явления в современном обществе,

– проанализировать политический дизайн корпоративного лоббизма в современном мире, провести компаративный анализ моделей и практик лоббизма в развитых странах,

– определить и охарактеризовать основные этапы эволюции лоббистской деятельности крупных корпораций в российской политической практике, на этой основе описать систему корпоративного лоббизма на федеральном уровне,

– выявить и исследовать формы и технологии корпоративного лоббизма в законодательных и исполнительных органах власти субъектов РФ,

– изучить и дифференцировать теневые и коррупционные практики в структуре корпоративного лоббизма на региональном уровне,

– интерпретировать роль GR-менеджмента как системы развития и формирования цивилизованного корпоративного лоббизма на примере российских регионов,

– сформулировать основные тенденции развития корпоративного лоббизма в Российской Федерации на современном этапе

Теоретико-методологическая основа исследования
С методологической точки зрения исследование феномена лоббистской деятельности базируется на принципах институционального, системного анализа и компаративного подхода. Традиция институционального анализа позволяет выделить конкретную «систему координат», в рамках которой происходит становление и функционирование различных институтов власти,

групп интересов и корпораций Системная методология предполагает сравнительное исследование развития лоббистских структур разных стран и определение их роли как элементов политической системы

Теория групп интересов Д Трумэна позволила рассмотреть общество как множество взаимодействующих групп, а политический процесс как групповую конкуренцию за распределение ресурсов

На основе критериев типологизации групп интересов (Ж Блондель, Г Алмонд и Дж Бингхэм Пауэлл, У фон Алеманн) классифицированы корпорации в процессе осуществления лоббистской деятельности

Проблематика лоббизма анализируется в ключе теорий плюралистической демократии (Ч Линдлбом, Р Даль, Г Ласки) и (нео)корпоративистской концепции (Ф Шмиттер, Г Лембрух, Ю Гроге) Рассмотрение коррупции в контексте лоббистской деятельности основывается на исследовательской традиции, заложенной С Роуз-Аккерман

Среди эмпирических методов исследования были использованы анализ нормативно-правовых актов и документов властных и корпоративных структур, качественный контент-анализ электронных ресурсов региональных органов власти, печатных и электронных СМИ, а также вторичный анализ социологических исследований Для анализа GR-практик был применен метод кейс-стади Создание кейсов предполагало применение разнообразных социологических методов включенное наблюдение, анализ Интернет-ресурсов, открытых документов GR- и PR-кампаний корпораций, контент-анализ СМИ и социальных отчетов корпораций

Эмпирическую основу диссертации составили проекты федеральных законов о лоббизме и нормативно-правовые акты субъектов РФ, регламентирующие лоббистскую деятельность в регионах Размещенные на электронных ресурсах региональных органов законодательной и исполнительной власти материалы, среди которых стратегии/концепции социально-экономического развития, информация о структуре и содержании деятельности экспертных и консультативных советах при региональных органах власти, бизнес-ассоциаций, позволили изучить институционализированные формы лоббирования экономических интересов Источниками информации о теневых и коррупционных технологиях корпоративного лоббизма стали социологические исследования Фонда ИНДЭМ, аналитические материалы проекта «Особенности властных отношений в постсоветском контексте теория и эмпирический анализ

бюрократии» (2005–2006 гг.), выполненного при поддержке Канадского совета по социальным и гуманитарным наукам, а также результаты мониторинга, осуществляемого Центром по изучению проблем взаимодействия бизнеса и власти

Для изучения механизмов преодоления коррупции во взаимодействии бизнеса и власти использовались нормативно-правовые акты, закладывающие институциональные основы для формирования антикоррупционной политики на федеральном и региональном уровнях Указ Президента РФ от 19 05 2008 №815 «О мерах противодействия коррупции», Федеральный Закон от 25 12 2008 №273-ФЗ «О противодействии коррупции», Распоряжение Правительства РФ от 25 10 2005 №1789-р (Ред от 09 02 08) «О Концепции административной реформы в Российской Федерации в 2006-2010 гг., Приказ ФАС России от 25 04 2007 №124 «Об утверждении антикоррупционной программы ФАС России на 2007-2008 гг и плана мероприятий по реализации антикоррупционной программы ФАС России на 2007-2008гг, Типовая антикоррупционная программа Министерство экономического развития РФ, универсальные и ведомственные антикоррупционные программы субъектов РФ.

Научная новизна диссертации состоит в следующем

- интерпретированы социально-политические аспекты лоббизма на основе политологических и экономических теорий групп интересов, выделены объективные условия институционализации лоббистской деятельности в историко-теоретической ретроспективе,
- охарактеризован политический дизайн корпоративного лоббизма в современном мире на основе сравнения эффективных моделей взаимодействия государства и групп интересов в различных странах мира,
- предложена и обоснована периодизация основных этапов эволюции лоббистской деятельности крупных корпораций в российской политической практике, раскрыты содержательные характеристики каждого из этапов,
- систематизированы практики корпоративного лоббизма на федеральном уровне, на основе которых выделены отличительные черты современной отечественной системы корпоративного лоббизма,
- выявлены и описаны институционализированные, теневые и коррупционные формы корпоративного лоббизма на федеральном уровне и уровне субъектов РФ,
- дифференцированы и охарактеризованы технологии лоббирования корпоративным бизнесом своих интересов в законодательных

и исполнительных органах власти субъектов РФ, оценен их негативный и позитивный потенциал в условиях социально-экономического и политического развития регионов,

– раскрыто содержание и определена специфика теневых и коррупционных практик корпоративного лоббизма в системе властных отношений на региональном уровне, исследованы перспективы и сформулированы практические рекомендации по преодолению негативного эффекта теневого лоббизма для системы государственного управления и развития экономики,

– деятельность GR (Government Relations) рассмотрена как системообразующий компонент институционализированного взаимодействия органов государственной власти и экономических субъектов в условиях трансформирующейся системы корпоративного лоббизма в российских регионах,

– сформулированы тенденции, определяющие развитие сферы корпоративного лоббизма как в субъектах РФ, так и на уровне России в целом

Основные положения, выносимые на защиту

1 Лоббизм как социально-политический феномен и форма законного влияния групп интересов на управленческие решения государственных органов с целью удовлетворения интересов определенных социальных структур (организаций, ассоциаций, территориальных образований, слоев граждан и т.п.) институционализируется при двух необходимых условиях
1) большом многообразии интересов в обществе, возникающих вследствие его социальной дифференциации, расслоения, «специализации»,
2) расширении доступа к власти на основе политического плюрализма, что характерно прежде всего для демократических режимов

2 Поиск преодоления дисфункций групповой репрезентации интересов и построения эффективной модели взаимодействия государства и групп интересов (в частности, крупного бизнеса) приводит к тому, что политическое представительство интересов концентрируется в корпорациях, ведущих ассоциациях и секторе независимых посредников, появляются признаки новой функциональной специализации

3 Эволюция национальной системы корпоративного лоббизма включает пять этапов в развитии лоббистской деятельности экономических субъектов в России: зарождение цивилизационного корпоративного лоббизма в царский период (середина XIX – 1917 г.), бюрократический

корпоративизм и экономика согласований в советский период (1960–1980-е гг.), становление корпоративного лоббизма в перестроечный период и период рыночных реформ (1986–1993 гг.), представительство интересов финансово-промышленной олигархии и складывание системы корпоративного лоббизма в парламенте (1994–2000 гг.), трансформация системы корпоративного лоббизма в условиях государственного патронажа (2000г и по настоящее время)

4 Институционализированные формы корпоративного лоббизма в Российской Федерации нашли свое отражение в участии крупного бизнеса в экспертных советах при Администрации Президента РФ и Правительстве РФ и заключении ими соглашений о сотрудничестве, а также во взаимодействии с институтами политического представительства и формировании механизмов парламентского лобби Процесс институционализации лоббистской деятельности корпораций в условиях отсутствия законодательного регулирования лоббизма сопровождается тесным неформальным взаимодействием с представителями государственных органов власти

5 Общероссийские политические и социально-экономические факторы определили доминирующее положение региональных органов исполнительной и законодательной власти как объектов лоббистской деятельности корпораций К основным формам лоббистской деятельности относятся институционализированный, теневой и коррупционный лоббизм

6 Коллективные технологии лоббирования интересов в законодательных и исполнительных органах региональной власти способствуют формированию нового качества взаимоотношений бизнеса и власти, а технологии лоббирования интересов отдельных компаний на уровне регионов носят точечный характер, нацелены на решение конкретных проблем определенных компаний

7 Теневизация политики придает взаимодействию бизнеса и власти специфику, определяющуюся как зависимость бизнес-структур от государственной политики в сфере экономики, которая имеет две формы а) зависимость от предлагаемых государством условий коммерческой сделки, когда государство выступает крупным покупателем товаров и услуг, б) зависимость от эффективности созданной и поддерживаемой государством институциональной системы Теневые формы лоббизма определяются удовлетворением потребности власти в самосохранении за счет неформального изъятия средств из экономики, которые служат

корпоративным интересам, являясь финансовой основой воспроизводства власти. Перспективы формирования системы цивилизованного лоббизма в современной России напрямую связаны с реализацией на федеральном и региональном уровнях антикоррупционной политики и законодательного обеспечения лоббистской деятельности.

8 В региональном политическом пространстве GR становится системообразующим компонентом институционализированного взаимодействия органов государственной власти и корпораций. Этому способствуют повышение роли государства и государственных акторов в экономике России, кризис политического PR в России вследствие изменения ряда избирательных процедур, формирование профессиональных департаментов по связям с органами государственной власти в российских корпорациях.

9 Развитие корпоративного лоббизма в законодательных и исполнительных органах власти и управления в субъектах РФ связано с процессом институционализации корпораций как субъектов властных отношений посредством деятельности бизнес-ассоциаций и экспертных советов, с совершенствованием законодательной базы в сторону большей регламентации взаимодействия властных институтов бизнеса, власти и общества, правовым закреплением лоббизма в ряде регионов, участием бизнеса в решении социально-экономических проблем территорий.

Теоретическое и практическое значение диссертационной работы заключается в расширении научного поля в региональных исследованиях корпоративного лоббизма. Концептуализация эмпирического и аналитического материала может стать основой для формирования системного представления о формах и технологиях корпоративного лоббизма в региональной практике.

Анализ теневых и коррупционных практик корпоративного лоббизма дает возможность для разработки в регионах России стратегии антикоррупционной деятельности адекватной структуре и содержанию взаимодействия бизнеса и власти. Основные выводы и обобщения автора могут быть востребованы органами власти и управления и экономическими субъектами для оптимизации взаимодействия в принятии решений в повседневной политической практике.

Материалы научного исследования используются в учебном процессе при подготовке специалистов в области политологии и государственного и муниципального управления в Кубанском государственном университете.

Апробация результатов диссертационной работы «Формирование системы цивилизованного лоббизма на уровне регионов» изучались автором в рамках продолжающегося коллективного исследовательского проекта РГНФ (2009-2010 гг) «Стратегии и технологии взаимодействия бизнеса и власти в решении социальных проблем региона»

Отдельные положения диссертационной работы были апробированы в рамках научных конференций и семинаров V Международной научной конференции «Россия и Восток Проблема коррупции пути междисциплинарного исследования», Всероссийской научной конференции «Политическая и партийная система современной России», Всероссийской научной конференции «Человек Сообщество Управление Взгляд молодых исследователей» в 2008–2009 гг, Всероссийском семинаре исследовательских комитетов РАПН по сравнительной политологии и по публичной политике и конфликтам «Политика развития, политико-административные отношения и режимы» (2008 г) Результаты исследования опубликованы в 6 работах общим объемом 3,2 печатных листа, в том числе в журнале, рекомендованном ВАК РФ для публикации результатов диссертационных исследований

Диссертация прошла обсуждение на заседании кафедры государственной политики и государственного управления ГОУ ВПО «Кубанский государственный университет»

Объем и структура диссертации соответствуют поставленным задачам и отражают методологию исследования Диссертация включает введение, две главы, заключение, библиографию

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, характеризуется степень разработанности проблемы в научной литературе, определяются объект, предмет, цели и задачи работы, обосновывается выбор теоретико-методологических основ исследования, определяются основные положения, выносимые на защиту, аргументируется теоретическая и практическая значимость работы, ее апробация, указывается структура исследования

В первой главе «Теоретико-методологические аспекты исследования корпоративного лоббизма» рассматриваются теоретические

и методологические подходы к исследованию института лоббизма, определяется специфика лоббистской деятельности экономических субъектов

В первом параграфе «Лоббизм как социально-политический феномен: основные концептуальные подходы и функции» внимание акцентируется на становлении и развитии теорий групп интересов и лоббизма как совокупности практик, каналов и механизмов отстаивания и реализации интересов различных общественных групп в процессе формирования государственных политик

Представительство интересов различных групп может осуществляться посредством системы электорально-партийного представительства и системы функционального представительства. Традиционно первая система занимает доминирующее положение в процессе выработки государственной политики. Но поскольку власть объективно не в состоянии удовлетворить одновременно и наиболее полно все интересы сразу, возникает проблема приоритетов в осуществлении тех или иных интересов. Отсюда закономерно стремление различных групп и слоев общества воздействовать на поведение государства с целью переориентации политики в свою пользу, стимулировать его принимать выгодные для себя управленческие решения. В соответствии с моделью плюралистической демократии каждая группа интересов действует в собственных целях, а правительство способствует координации и достижению компромиссов, чтобы как можно полнее удовлетворить желания наиболее могущественных групп. Отличительная черта государственного корпоратизма – ограниченное признание либеральных свобод и народного участия при доминирующем положении правящей элиты. В основе либерального корпоратизма лежит представительство функциональных интересов, осуществляемое по парламентским, партийным и электоральным каналам.

Во всех возможных моделях взаимодействия государства и групп интересов основной функцией последних является отстаивание и артикуляция групповых интересов посредством обращения и взаимодействия с властью и органами управления. Лоббизм как форма законного влияния групп интересов на управленческие решения государственных органов с целью удовлетворения интересов определенных социальных структур (организаций, ассоциаций, территориальных образований, слоев граждан и т.п.) характеризуется как институт демократического процесса. Лоббистские группы выполняют функцию

посредничества между гражданами и государством, функцию организации плюрализма общественных интересов, тем самым дополняя конституционную систему демократического представительства

Во втором параграфе «Политический дизайн корпоративного лоббизма в современном мире компаративный анализ моделей и практик США и стран ЕС» автор относит корпорации к категории «группы интересов», поскольку они не только выражают совокупный интерес большого числа лиц, в той или иной степени зависящих от корпораций, но и имеют возможность артикулировать эти интересы в своих отношениях с государством. Корпорации обладают определенными политическими ресурсами, основу которых составляет взаимосвязь таких факторов, как экономический вес и экономическая роль в национальной экономике (регионе), внешние, международные позиции и связи, человеческий капитал корпорации (градообразующая роль, роль корпорации в обеспечении занятости и условий жизнедеятельности региона), внутрикорпоративная солидарность, социальная роль корпорации в регионе (социальная ответственность бизнеса, PR-ресурсы корпорации), менеджерский потенциал (человеческий фактор, персонифицированный характер административного и управленческого ресурсов)

Ассоциации бизнеса как форма коллективного действия субъектов рынка образуют одно из звеньев в механизме управления экономической системой и служат одной из форм организации интересов. В этом качестве они выступают составной частью гражданского общества и политической системы. Наряду с ассоциациями существуют и альтернативные формы организации интересов. Представительство интересов крупных компаний, как правило, осуществляется внутренними подразделениями соответствующего профиля (GR-отделы) и специализированными внешними посредниками (консалтинговые фирмы)

Англосаксонская модель регулирования лоббистской деятельности предполагает обязательную государственную регистрацию лоббистских организаций и определение допустимых рамок деятельности групп интересов. Американская модель лоббизма выигрывает в прозрачности и легальной эффективности – фактически она может рассматриваться как один из элементов обязательной в демократическом государстве обратной связи. Система функционального представительства интересов позволяет американским корпорациям добиваться принятия политических решений в свою пользу. Основным способом непрямого лоббирования в последнем

случае является участие в избирательных кампаниях и финансировании кампаний отдельных кандидатов Тенденция функционирования американского лоббизма заключается в переносе объемов лоббистской деятельности с федерального уровня на уровень штатов, что сопровождается преобладанием инструментов непрямого лоббирования Суть его заключается в эффективном сочетании собственно лоббизма, связей с общественностью и рекламы для формирования общественного мнения и разработки высокотехнологичных массовых акций давления на законодателей

В рамках континентальной модели регулирования лоббистской деятельности группы интересов могут воздействовать на органы власти и управления посредством официального участия в созданных при них совещательных структурах Классическими лоббистами считаются союзы и объединения крупного и среднего бизнеса Дизайн регулирующих мер лоббистской деятельности в ЕС относительно мягкий, по сравнению с США, и учитывает специфику институциональной архитектуры процесса принятия решений на уровне ЕС, а также противоречия между коммерческой составляющей лоббистской деятельности и легитимностью института лоббизма в системе выработки публичной политики, сложившейся на уровне наднациональных структур ЕС Большинство современных европейских отраслевых корпоративных ассоциаций представляют собой конфедерации, то есть «союзы союзов», в которых доминируют лидеры рынка, при этом среди отраслевых ассоциаций бизнеса в Западной Европе наибольшим авторитетом и организационной гибкостью обладают те, которые объединяют представителей инновационных отраслей Корпоративные лоббисты могут одновременно использовать несколько каналов воздействия - лоббирование через национальные институты, через институты ЕС, через отраслевые и «зонтичные» ассоциации, объединения, создаваемые с целью «пробивания» конкретных решений, и т.д. Однако имеет место и обратный процесс – Европейский союз лоббирует свои интересы через бизнес-структуры

В третьем параграфе первой главы «Эволюция лоббистской деятельности крупных корпораций в российской политической практике на федеральном уровне» рассматривается специфика становления национальной системы корпоративного лоббизма в период середины XIX – начала XXI вв. Отечественная модель корпоративного лоббизма,

формировавшаяся достаточно дискретно, связана с трансформацией корпоративных форм бизнеса и властных отношений в России

На первом этапе (середина XIX в. – 1917 г.) формируется полноценная для того времени система представительства экономических интересов посредством предпринимательских организаций Всероссийских торговых съездов, предпринимательских союзов, совещательных организаций (советов), бирж. Данный механизм взаимодействия бизнеса и государства способствует формированию парламентаризма и гражданского общества.

Трансформация общественной системы в период революционных изменений сделало невозможным дальнейшее эволюционирование цивилизационного лоббизма в логике общемирового развития. В советский период корпорации находились в государственной собственности, что и обуславливало специфику их взаимодействия с органами власти, где основным механизмом лоббирования стал бюрократический корпоративизм, базировавшийся на тесном взаимодействии партийно-государственных верхов и институциональных групп интересов.

История становления современной системы корпоративного лоббирования связана с развитием крупных российских корпораций и их взаимодействием с государством. Ученые выделяют ряд этапов развития корпораций: позднесоветский-перестроечный (создание крупных промышленных объединений и подготовка к передаче государственной собственности в частные руки), раннереформаторский (эпоха первоначального накопления капитала и создания крупной частной собственности в условиях слабоконтролируемого рынка), олигархический (контроль над властью со стороны крупных финансово-промышленных групп), государственно-бюрократический (изменение «правил игры» и установление государственного патронажа над корпорациями). На каждом этапе происходит изменение не только структуры самих корпораций, но и условий их взаимодействия с государством, механизмов лоббирования корпоративных интересов. В период 1994–2000 гг. корпоративный лоббизм принимает формы представительства интересов финансово-промышленной олигархии, происходит складывание системы корпоративного лоббизма в парламенте. Новые черты национальной системы корпоративного лоббизма стала принимать в условиях государственного патронажа (с 2000 г. по настоящее время).

Институционализированные формы корпоративный лоббизм начал приобретать преимущественно с момента провозглашения В. Путиным

принципа равноудаленности бизнеса от федеральной власти Основными формами являются участие крупного бизнеса в экспертных советах при Администрации Президента РФ и Правительстве РФ, взаимодействие с институтами политического представительства (ТПП, РСПП), соглашения о сотрудничестве Правительства РФ и Президента РФ с РСПП и т.д. Механизмы парламентского лоббизма формируются при непосредственном представительстве бизнеса в качестве депутатов ГД, доминировании отраслевого лобби и лобби отдельных компаний Однако в условиях отсутствия законодательного регулирования лоббизма успешное развитие корпораций возможно только при наличии тесного неформального взаимодействия с представителями государственных органов власти, где преобладают индивидуальные практики корпоративного лоббизма в запутанной, многоканальной и многоуровневой системе принятия государственных решений

Во второй главе «Формирование и развитие лоббистской деятельности в законодательных и исполнительных органах власти и управления субъектов РФ» исследуются корпорации как постоянные участники политического процесса, обладающие определенными ресурсами влияния на принятие и реализацию политико-управленческих решений

Первый параграф второй главы «Формы и технологии корпоративного лоббизма в законодательных и исполнительных органах региональной власти и управления РФ» содержит характеристику факторов, влияющих на развитие лоббистской деятельности на региональном уровне

Значимость взаимодействия бизнеса с органами власти на уровне субъектов федерации возрастает по мере того, как формируется корпоративный сектор в региональной экономике и крупные корпорации наращивают свое присутствие в субъектах РФ На современном этапе формы и технологии корпоративного лоббизма в законодательных и исполнительных органах региональной власти определяются рядом факторов Во-первых, распространением тенденций, характерных для взаимодействия бизнеса и власти на федеральном уровне, в регионы России Это касается изменений «правил игры», продиктованных логикой президентства В. Путина Во-вторых, совершенствованием законодательной базы в сторону большей институционализации и регламентации деятельности институтов бизнеса, власти и общества На региональном уровне в ряде субъектов РФ были приняты законы и нормативно-правовые акты, с помощью которых органы региональной власти стремятся

систематизировать лоббизм В-третьих, влиянием на корпоративный лоббизм на региональном уровне изменений в порядке занятия высших должностей в регионе и регионального партостроительства Данные факторы изменили структуру регионального пространства властных отношений и определили доминирующее положение объектов лоббистской деятельности корпораций, ключевыми из которых являются органы исполнительной и законодательной власти

В исполнительных органах власти субъектов РФ наибольший интерес для корпораций представляют департаменты экономического и строительного профиля, региональные энергетические комиссии Обращение к исполнительной власти позволяет быстро решить конкретный вопрос индивидуального характера, в то время как обращение к региональным парламентам даст возможность отстоять общие интересы в долгосрочной перспективе

Технологии лоббирования коллективных интересов способствуют формированию нового качества взаимоотношений бизнеса и власти, в которых экономические субъекты заинтересованы в создании условий, обеспечивающих защиту прав собственности и совершенствование корпоративного управления, выравнивание условий конкуренции, дерегулирование экономики, улучшение информационного обеспечения бизнеса Власть же при этом решает задачи обеспечения социальной и политической стабильности в обществе, а также устойчивого развития всех сфер регионального социума Однако эффективность ассоциативных структур в регионах напрямую зависит от степени их самостоятельности В большинстве случаев устоявшиеся структуры испытывают сильное давление со стороны губернаторов, и в них ведущую роль играют лояльные региональной власти люди

Технологии лоббирования интересов отдельных компаний на уровне регионов связаны с конкретными представителями крупных корпораций (транснациональных и местных), носят точечный характер, нацелены на решение конкретных проблем компании «Своих людей» корпорации встраивают во властные структуры для облегчения решения локальных задач, а круг решаемых вопросов определяется профилем компании При этом технологии лоббирования интересов отдельных компаний имеют как позитивный, так и негативный потенциал

Позитивный потенциал кроется в технологиях «встроенного лоббизма», который преобладает в базовых регионах производства,

способствует изменению целей и приоритетов развития, функций деятельности управленческих структур. Происходит мягкий переход от иерархической модели, основанной на администрировании, к новой, более гибкой системе управления, в основе которой лежит базовая модель регионального менеджмента, отработанная в рамках производственной корпорации. Вхождение специалистов из хозяйственных структур в региональные органы законодательной и исполнительной власти существенно сказывается на профессионализме кадрового состава, который демонстрирует готовность к изменяющимся условиям социально-экономической жизни региона, умение воспринимать инновации и стимулировать инвестиционный климат.

Негативный потенциал лоббирования интересов отдельных компаний заключается в том, что их основой являются теневые методы воздействия, которые были широко распространены в региональной практике в 1990-х гг., они не отошли в прошлое, а стали латентными и приобрели более сложную организацию. Теневой лоббизм сопровождается институционализированными формами лоббирования интересов и влияет не только на эффективность государственного управления, но и на социально-экономическое развитие региона в целом.

Во втором параграфе второй главы «Теневые практики и коррупция в структуре корпоративного лоббизма на региональном уровне» автор дифференцирует теневые и коррупционные практики лоббистской деятельности и рассматривает перспективы их преодоления в контексте реализации антикоррупционной политики.

Теневая политика применительно к корпоративному лоббизму в российских регионах находит свое отражение в двух формах зависимости власти от бизнеса. Первая форма характерна для тех предприятий, которые рассматривают государство в качестве потребителя своих товаров и услуг. Специфика рынка государственных закупок (объем которых в России составляет 800 млрд р) состоит в том, что покупатель – монополист, а продавцов множество, при отсутствии четкой регламентации процесса этот сектор быстро становится питательной средой для злоупотреблений и коррупции.

Вторая форма зависимости бизнеса от государства универсальна для предприятий всех отраслей и организационно-правовых форм, что связано с силовой, фискальной и административной монополией государства. Важным моментом в этой форме является то, что для ряда предприятий

зависимость от государственной власти определяет не просто эффективность предпринимательской деятельности, а само право входа на рынок

В региональном политическом пространстве выделенные формы актуализируются в конкретных теневых и коррупционных практиках лоббирования компаниями своих интересов, многие из которых используются в сочетании друг с другом. К ним можно отнести безнаказанность или минимальные наказания при нарушении хозяйственного законодательства, предоставление налоговых и таможенных льгот, получение госзаказов, субсидий с нарушением конкурсных условий, выгодные схемы по «распиливанию» бюджетных средств за счет фиктивных работ, приоритетный учет интересов компании при разработке законодательства, информационное сопровождение, в том числе упреждающего характера, о готовящихся нововведениях, использование государственных ресурсов (финансовых, силовых, интеллектуальных и др.) для развития предприятия. Таким образом, теневые формы лоббирования корпоративных интересов позволяют удовлетворять материальные запросы представителей власти и потребность власти в самосохранении. Последняя связана с феноменом «политического инвестирования» бизнеса, которое идет по двум направлениям: финансирование инициатив региональных органов власти (вынужденная благотворительность и социальная деятельность компании, социально-экономические соглашения о сотрудничестве и т.д.) и влияние на формирование органов власти (лоббирование назначений на руководящие должности в структуре исполнительной власти, проведение своего кандидата к победе на выборах разных уровней, финансирование политических партий).

Рассмотрение коррупции в контексте лоббистской деятельности позволяет сделать вывод, что она является альтернативой легальным схемам материального стимулирования и вознаграждения. Коррупция может быть вполне функциональной, поскольку является противовесом излишней бюрократизации, выступает средством ускорения процессов принятия управленческих решений. В целом теневые формы лоббизма и коррупционные практики в рамках данных схем препятствуют развитию цивилизованного лоббизма. При доминировании теневых лоббистских технологий решения принимаются в пользу отдельных групп, власть коррумпирована и неэффективна с точки зрения интересов всего общества. Институционализированный лоббизм ограничивает возможности реализации

коррупционных схем, что прямо сказывается на функционировании властных институтов, качестве принимаемых решений и жизни всего общества

Перспективы формирования системы цивилизованного лоббизма в современной России напрямую связаны с реализацией антикоррупционной политики на федеральном и региональном уровнях. На данный момент созданы институциональные основы российской модели антикоррупционной политики, которые отражены в мае 2008 г. Президентом РФ Д. Медведевым в «Национальном плане противодействия коррупции». Кроме того, в Администрации Президента РФ идет активная работа над законом о регулировании лоббистской деятельности. Данный закон на федеральном уровне позволит регламентировать лоббистскую деятельность и ограничить коррупционную составляющую в теневых лоббистских схемах.

На региональном уровне формирование институциональных основ антикоррупционной политики началось сравнительно недавно и связано с началом административной реформы как необходимым условием оптимизации функций органов исполнительной власти в субъектах федерации. С 2008 г. более чем в 2/3 субъектов РФ действуют антикоррупционные программы, однако анализ их содержания показал, что в половине из представленных субъектов антикоррупционная деятельность осуществляется с помощью целевых ведомственных программ исполнительных органов региональной власти, ограниченных по сферам и срокам действия. В региональных программах по противодействию коррупции не решаются вопросы регулирования лоббистской деятельности, в том числе и при участии корпораций. Типичные ошибки в создании институциональных основ антикоррупционной деятельности – концентрация антикоррупционного поля в сфере государственной и муниципальной службы, минимизация субъектности институтов гражданского общества, механический переход от стратегии устранения причин к стратегии войны.

В третьем параграфе «Роль GR в формировании цивилизованного корпоративного лоббизма в российских регионах» выделено особое структурное и системное звено представительства интересов корпораций в органах государственной власти регионов и Федерации в целом – корпоративные подразделения Government Relations.

На современном этапе эволюции лоббистской деятельности крупных корпораций происходит трансформация этой системы в условиях государственного патронажа. Корпорации стремятся осуществлять лоббистскую деятельность в условиях легальности, прозрачности

и предсказуемости, поэтому потребовалась новая модель взаимоотношений власти и корпораций – система GR. GR-деятельность – одно из направлений коммуникативного менеджмента, целью которого является согласование собственных интересов бизнес-организаций с интересами органов государственной власти различного уровня для снижения рисков и обеспечения устойчивого развития, а также системное взаимодействие с субъектами принятия политических решений основных стейкхолдеров государства. GR наиболее востребован в транснациональных компаниях, крупных отраслевых и государственных корпорациях, имеющих разветвленную региональную сеть.

На каждой функциональной фазе государственной политики у GR-структур существуют особые механизмы взаимодействия с властью: представительство интересов корпораций через ассоциации и союзы, финансирование и поддержка партий и кандидатов, реализация социально значимых проектов, формирование системы социального партнерства, встречи с депутатами, разработка и экспертиза законопроектов, участие в заседаниях, участие в реализации законов, разработка программ социально-экономического развития, реализация инвестиционных проектов, формирование общественного мнения, работа со СМИ.

Соискателем рассмотрены факторы, способствующие активному развитию в России отрасли по связям с органами государственной власти, в том числе повышение роли государства и государственных акторов в экономике России, кризис политического PR в России вследствие изменения ряда избирательных процедур, формирование профессиональных департаментов по связям с органами государственной власти в российских корпорациях, приход в Россию международных лоббистских фирм, образование в ведущих российских ассоциациях специализированных комитетов по связям с органами государственной власти.

Негативный потенциал корпоративных GR-подразделений в развитии лоббизма заключается в отсутствии детально разработанного законодательства по целому ряду жизненно важных для российских корпораций бизнеса вопросов, в результате чего деятельность корпораций опирается на постановления правительства, которые активно лоббируются группами давления. Особенность современного российского GR заключается в наличии у крупных компаний «опорного» депутата (или группы депутатов) в Госдуме и региональных законодательных органах власти. Решение задач GR регионального уровня перекладывается на дочерние структуры

в регионах Эффективность работы корпоративных GR-подразделений сегодня отличает ориентированность исключительно на фактор личных связей, неорганизованность лоббистских ассоциаций, их слияние с крупными корпоративными лоббистами, нечеткое понимание естественных отраслевых интересов

В заключении приводятся теоретические обобщения, подводятся итоги исследования и даются практические рекомендации Формулируется основной вывод о том, что лоббистская деятельность корпораций в законодательных и исполнительных органах власти и управления в субъектах РФ становится неотъемлемым элементом в системе властных отношений и сопровождает социально-экономическое развитие российских регионов

Современное развитие корпоративного лоббизма в законодательных и исполнительных органах власти на федеральном и региональном уровнях требует решения ряда вопросов, которые бы способствовали институционализации цивилизованных форм лоббистской деятельности и активизировали развитие системы GR в российских корпорациях Для решения этих задач можно предложить следующее

1 Оптимизация и легитимация сотрудничества власти и корпораций как специфических групп интересов возможны только при комплексной систематизации посредством приведения нормативно-правовых актов о лоббировании в целостную, согласованную систему для нормального функционирования механизма правового регулирования лоббистской деятельности При этом необходимость правового закрепления ощущается как на федеральном (в виде принятия федерального закона о лоббистской деятельности), так и на региональном уровне

2 Для формирования положительного общественного мнения о лоббистах и лоббистской деятельности нужно создать условия доверия и открытости контактов корпораций и представителей власти, которые будут способствовать нивелированию теневых и коррупционных практик Реализация данной задачи возможна в условиях развития деятельности корпоративных GR-структур и создания профессиональных сообществ GR-специалистов

3 Бизнес-структуры могут рассматриваться как один из основных субъектов антикоррупционной политики Бизнес через собственные официальные представительства (бизнес-ассоциации и экспертные советы) должен не только участвовать в разработке региональных

антикоррупционных программ, но и активно взаимодействовать с органами государственной власти и институтами гражданского общества по их реализации

4 Для развития и профессионализации сообщества лоббистов и GR-специалистов необходимо создание совещательных и консультационных площадок, способствующих обмену позитивного опыта по взаимодействию бизнеса и власти, а также выработке этических и профессиональных кодексов организации лоббистской деятельности на федеральном уровне и в регионах

5 Легализация неформальных «инвестиций» бизнеса в политические проекты региональных органов возможна при развитии социально-ориентированного маркетинга территории. В условиях современного финансово-экономического кризиса это не только усилит позиции исполнительных и законодательных органов власти субъектов РФ, но и будет способствовать привлечению кредитных ресурсов и инвестиций в те компании, которые сознательно под прессом объективных рыночных и институциональных обстоятельств будут использовать средства из набора мероприятий социальной ответственности бизнеса. Это в свою очередь обеспечит устойчивое развитие и компаний, и российских регионов

Основные положения диссертационного исследования отражены в 6 публикациях автора общим объемом 3,2 п л

1 *Стоякин В В* Технологии корпоративного лоббизма в законодательных и исполнительных органах региональной власти и управления РФ // Каспийский регион (Астрахань) 2009 №3 (20) С 97–103 (0,5 п л)

2 *Стоякин В В* Неформальные политические практики корпоративного бизнеса в регионе (на примере Краснодарского края) // ПОЛИТЭКС 2008 №4 (в соавторстве с И В Мирошниченко, С.А. Фоминым) С 76–93 (1 п л)

3 *Стоякин В В* Роль GR-менеджмента в формировании цивилизованного корпоративного лоббизма в российских регионах // Человек Сообщество Управление 2009 №2 С 72–89 (0,7 п л)

4 *Стоякин В В* Корпоративный лоббизм в региональных органах законодательной и исполнительной власти (на примере Краснодарского края) // Демократия и управление 2008 №2 С 130–132 (0,2 п л)

5 *Стоякин В В* Коррупция в структуре корпоративного лоббизма опыт российских регионов // Проблема коррупции пути междисциплинарного исследования сб науч статей Астрахань Астраханский гос ун-т, 2009 (в соавторстве с И В Мирошниченко) С 232–239 (0,5 п л)

6 *Стоякин В В* Региональные практики корпоративного лоббизма в современной России (на примере Краснодарского края) // Человек Сообщество Управление Взгляд молодого исследователя: материалы Всерос науч -практ конф Краснодар Кубанский гос ун-т, 2008 С 63–67 (0,3 п л)

СТОЯКИН ВЛАДИМИР ВЛАДИМИРОВИЧ

**КОРПОРАТИВНЫЙ ЛОББИЗМ
В ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ И ИСПОЛНИТЕЛЬНЫХ
ОРГАНАХ РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТИ**

**Автореферат диссертации на соискание ученой
степени кандидата политических наук**

Подписано в печать 16 11 2009 Печать трафаретная
Формат 60x84 1/16 Бумага тип № 1 Гарнитура Times
Уч -изд л 1,3 Тираж 130 экз Заказ № 702

Кубанский государственный университет
350040, г Краснодар, ул Ставропольская, 149,

350040, г Краснодар, ул Ставропольская, 149,
Центр «Универсервис», тел 21-99-551