

## **ОТ ГОСКОРПОРАЦИИ К «КЛАСТЕРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

.....

**Г. П. Рогочая\***

Переживаемый Россией период системных общественно-политических перемен с особой остротой ставит вопрос об отношениях между государством и обществом, о характере и динамике этих отношений. Взаимодействие между обществом и государством носит эффективный характер, если это взаимодействие осуществляется на институциональном уровне. Со стороны государства в процессе взаимодействия участвуют государственный аппарат и органы власти, со стороны общества – организации, группы и иные объединения. И если первые осуществляют такое взаимодействие через выборы, парламенты и другие системы территориального представительства, то группы интересов делают это, входя в непосредственный контакт с государством и его органами (система функционального представительства).

Выдвижение групп интересов на авансцену политической и экономической жизни современного общества не случайно. Наличие групп интересов является важнейшим признаком гражданского общества и устойчивой демократии, одним из элементов системы сдержек и противовесов. Группы интересов представляют основной спектр сил, воздействующих на государственную политику извне и изнутри.

Общественное мнение в своих оценках современных российских групп интересов бизнеса эволюционировало от восторгов к претензиям «обманутых ожиданий». Сходный путь проделала и российская наука. Во многом это было предопределено непоследовательной политикой государства и криминализацией экономических отношений.

---

\* Рогочая Галина Петровна — кандидат философских наук, доцент кафедры политологии и политического управления Кубанского государственного университета. Электронная почта: politics@kubsu.ru.

Наиболее влиятельными субъектами в области функционального представительства являются современные российские корпорации. Чаще всего корпорацией называют любое структурированное представительство групп интересов, выходящее на уровень политических институтов. Соответственно под корпоративизмом понимается такая организация общественной жизни, при которой отношения между группами интересов и политической системой реализуются главным образом через корпорации.

Анализ роли и значения корпораций в функционировании общественного организма обычно связан с понятием группы интересов. В демократическом обществе эти объединения и организации представляют собой независимые от государства структуры, которые артикулируют коллективные требования и ищут оптимальные способы их продвижения, в первую очередь путем воздействия на политический процесс.

Одна из отличительных черт современного российского общества — преимущественно неформальный характер взаимодействия между наиболее влиятельными группами интересов и носителями государственной власти, а также стремление государства влиять на процесс формирования групп интересов.

Эволюцию российской корпоративистской модели наглядно представил С.П. Перегудов в работе «Крупная российская корпорация как социально-политический институт», указав, что место бюрократического корпоративизма советского типа заняла олигархическая структура, которую с полным правом можно назвать «олигархическим корпоративизмом», а затем неокорпоративизм государственного образца [4].

Ослабив и модифицировав административно-командную систему, бюрократический корпоративизм способствовал известному смягчению ее чрезмерной жесткости и неповоротливости, режим начал реагировать на изменения в производстве и обществе. Он содействовал также более активному вовлечению низовых производственных звеньев, и особенно предприятий, в процесс согласования и принятия решений, причем не только по вертикали, но и по горизонтали. Так появился и стал развиваться «бюрократический рынок» — своего рода предшественник рынка, создаваемого в конце 1980-х — начале 1990-х гг.

Повысив возможности «командной экономики», бюрократический корпоративизм очень быстро обнаружил свою полную неспособность даже в минимальной степени задействовать производственный и творческий потенциал общества и очень быстро завел его в тупик, следствием которого стал структурный кризис. Модернизировать структуру без изменения системы не удалось. В ходе структурной перестройки показали свою несостоятельность многие государственные и общественные институты, в том числе и институты советской системы функционального представительства. Вместе с парадигмой общественно-политического развития изменилась и модель взаимодействия интересов и государства.

Как всякая формирующаяся корпоративная модель, российская плюралистическая модель этого периода отличалась своеобразием. Ее главная особенность — набирающий силу стихийный, неупорядоченный лоббизм, противоречащий этике договорных отношений, не ограниченный ни эффективными юридическими рамками, ни общепризнанными этическими нормами.

Методы лоббизма, действующего вне рамок правового поля в продвижении и реализации групповых интересов, хорошо известны: это использование различного рода формализованных процедур с целью перераспределения собственности. К таким процедурам можно отнести так называемые инвестиционные конкурсы и залоговые аукционы; доверительное управление пакетами акций, находящимися в собственности государства. Такая тенденция наблюдалась до конца 1990-х гг. На сегодняшний день система отношений между властью и бизнесом эволюционировала по направлению к неокорпоративной модели государственного образца. Эта модель отличается от утвердившейся после Второй мировой войны в ряде стран Запада системы сотрудничества государства с «организованными интересами» ввиду чрезвычайно низкой эффективности неэкономических субъектов системы представительства интересов, так называемых НКО. В развитых демократических обществах именно эти организации артикулируют большую часть групповых интересов [1].

Пока рано судить, насколько отечественная система представительства бизнеса приблизится к неокорпоративной модели. Это будет зависеть от места, которое в новой системе займут союзы предпринимателей. И если на федеральном уровне мы наблюдаем признаки диалога власти и бизнеса, причем, в отличие от конца 1990-х гг., бизнес признал, что претензии на ключевое положение могут вызвать осложнения. На местном и региональном уровне ситуация иная. Не имея реальных возможностей воздействия на крупные корпорации и финансово-промышленные группы, взаимодействующие с властями федерального уровня, и «приватизировав» более или менее крупную промышленность на местах, региональные и местные власти стремятся сделать подконтрольным себе малый и средний бизнес путем введения дополнительных административных барьеров и увеличения числа контролирующих организаций. Эти действия имеют обратный эффект. Темпы роста малого и среднего бизнеса за последние два года значительно снизились, соответственно снижаются налоговые поступления в местные бюджеты. На сегодняшний день система корпоративного представительства может оказаться недостаточно разветвленной, чтобы справиться с ролью младшего партнера государства. Тогда на смену модели олигархического корпоративизма, показавшего свою несостоятельность во время дефолта 1998 гг., может прийти чрезмерная бюрократизация системы функционального представительства, что сведет к нулю достигнутые результаты в сфере согласования интересов.

В любом случае российская версия неокорпоративизма, скорее всего, окажется своеобразной, поскольку втиснуть все отношения между государством и бизнесом в рамки союзов и ассоциаций будет чрезвычайно трудно по двум причинам.

Во-первых, современные корпорации в России являются своего рода наследниками еще советской традиции укрупнения и централизации базовых отраслей экономики, а малый и средний бизнес на местах не имеет эффективного представительства. Государственный корпоративизм за последние два года упрочил свои позиции. Об этом свидетельствуют и назначение в государственные компании представителей государства, и создание селективных условий для деятельности той или иной компании государственными чиновниками, и существующая де-факто интервенция государства в частные компании. Все это не может не оказывать влияния на структурирование общественного пространства, на формирование обратных связей между обществом и государством. Существующая система функционального представительства не может быть отражением всего многообразия групповых интересов. Социальные издержки госкорпоративизма очевидны и на макроэкономическом, и на микроэкономическом уровнях. Прежде всего, это сужение социальной базы представительства и, как следствие, замедление темпов роста малого и среднего бизнеса в России, невозможность большинству граждан на деле ощутить свою социальную ответственность перед обществом и перед самим собой, рост потребительских настроений.

Многие крупные корпорации, особенно в сфере добывающей промышленности, относятся к регионо- и градообразующим отраслям, играющим в социальной структуре общества и его территориальном развитии значительную роль. Наглядней всего это можно проиллюстрировать на примере Сибири и Дальнего Востока [6], где корпорации являются не только хозяйственными, но и социально-политическими институтами [3]. Такие жесткие вертикально интегрированные компании обладают большой инерционностью и не всегда могут адекватно реагировать на социальные вызовы.

Во-вторых, современной крупной российской корпорации зачастую трудно консолидировать свой представительский потенциал. Это объясняется прежде всего специфическими интересами самой корпорации и неразвитостью сетевых подходов в структуре управления корпорацией. Большинство из них — конгломераты, связанные с несколькими отраслями и секторами экономики. Интересы корпораций слишком многообразны, чтобы их могли адекватно представить одна или несколько ассоциаций. Часто возникает нужда в оперативных решениях, плохо совместимых с длительными согласованиями, характерными для предпринимательских союзов, где сталкиваются разнородные интересы.

Можно ли считать госкорпоративизм оптимальной моделью представительства интересов в современной России? На этот вопрос нет однозначного ответа. Приверженцы укрепления вертикали представительства групповых интересов приведут свои аргументы в пользу данной системы. Но надо учитывать и тот факт, что за последние десятилетия достаточно широкое распространение получили сетевые подходы и методы взаимодействия, позволяющие активизировать творческий микроэкономический потенциал общества. Многие крупные корпорации сознательно трансформируются в атомарные или так называемые кластерные структуры, активизируя тем самым микроэкономический фундамент национальных экономик, делая их более конкурентоспособными, инновационными и устойчивыми [5]. Это принципиально меняет всю систему представительства групповых интересов, расширяя социальную базу представительства и укрепляя механизмы обратной связи между обществом и государством.

#### **Библиографический список**

1. *Паннэ Я.Ш.* Олигархи: Экономические хроники. М., 2000.
2. *Паннэ Я.Ш.* Крупный бизнес в российской экономике, 2000–2001 гг. // [www.politcom.ru](http://www.politcom.ru).
3. *Перегудов С.П.* Крупная корпорация как социально-политический институт. М.: ИМЭМО, 2000
4. *Перегудов С.П.* Крупная российская корпорация в системе власти // Полис. 2001. №3.
5. Разработка стратегии развития компании, оптимизация оргструктуры // [www.strategy.ru](http://www.strategy.ru).
6. Сибирь и Дальний Восток в XXI веке: Концепция доклада СВОПа: 2001 // [www.svor.ru](http://www.svor.ru).