

Взаимоотношения власти и бизнеса в регионах России: стереотипы и реальная практика

Сергей Расторгуев

В общественном сознании, СМИ и различных профессиональных сообществах существуют стереотипные представления о характере взаимоотношений власти и бизнеса в современной России. Они оказывают существенное влияние на восприятие и интерпретацию информации, формируют картину мира, выступают в качестве мотивов принятия решений в сфере политики и экономики.

Стереотипы о взаимоотношениях власти и бизнеса, как правило, создаются на основе реальных событий. Когда накапливается критическая масса однотипных событий, они тиражируются СМИ, получают признание и объяснение авторитетов из среды политиков, бизнесменов, ученых, журналистов. А в дальнейшем стереотипы начинают жить своей жизнью, отторгая попытки фальсификации, в трактовке К.Р.Поппера, или приобретая парадигматический статус в понимании Т.Куна.

В рамках представленной статьи автор предлагает остановиться на проверке стереотипов о взаимоотношениях власти и бизнеса, опираясь на эмпирическое исследование взаимоотношений власти и бизнеса в Центральном федеральном округе

(ЦФО) в нулевые годы третьего тысячелетия. В качестве субъектов анализа со стороны власти выступили органы государственной власти и местного самоуправления 17 областей ЦФО (Белгородской, Брянской, Владимирской, Воронежской, Ива-

РАСТОРГУЕВ Сергей Викторович – кандидат исторических наук, доцент, руководитель центра маркетинга и PR Института делового администрирования и бизнеса Финансового университета при Правительстве РФ. *E-mail:* fomalga71@mail.ru

Ключевые слова: власть, бизнес, стереотипы, эмпирическая проверка.

новской, Калужской, Костромской, Курской, Липецкой, Московской, Орловской, Рязанской, Смоленской, Тамбовской, Тверской, Тульской, Ярославской). Под бизнесом понимаются 850 компаний ЦФО (по 50 от каждой области), которые были отобраны по величине выручке, активов и капитала.

Таким образом, наряду с крупным региональным бизнесом в поле зрения анализа попал средний бизнес российских регионов. Чтобы нивелировать возможные ошибки выборки, все расчеты проводились на основе выявления средней арифметической величины признака. Это позволяет зафиксировать доминирующие тенденции и дает основание с большой долей достоверности говорить о типичности того или иного явления применительно к значительному количеству субъектов политической и экономической сферы.

Источниковой базой исследования выступили материалы электронной статистики областных избирательных комиссий, информационные системы СПАРК и «КонсультантПлюс».

Стереотип № 1. В представительных органах местного самоуправления (городская дума), во главе городской исполнительной власти (глава города, сити-менеджер) по большей части находятся чиновники, которые ищут способы получения «политической ренты».

Эмпирическая проверка. В созывах представительных органов местного самоуправления областных столиц 2009–2011 гг. в 12 областных

центрах из 16* доминировали представители бизнеса (в созыве 2004–2008 гг. доминирование бизнесменов в депутатском корпусе наблюдалось в 11 из 16 законодательных органах местного самоуправления). Выше среднеарифметического значения присутствие депутатов-бизнесменов в Курске, Липецке, Рязани, Ярославле, стабильно ниже среднеарифметического значения – в Костроме, Орле, Тамбове, Твери. Наибольший интерес к мандату депутата городской думы проявляют собственники и руководители строительных компаний, а также компании сферы торговли, услуг, производства продуктов питания, поскольку именно данные отрасли ориентированы на местных клиентов.

Среди глав городов и администраций областных столиц периода 2009–2011 гг. более половины имеют опыт руководства компаниями, около 45% являются совладельцами компаний. Интересно, что конкуренцию на выборах и конкурсах им составляли кандидаты с сопоставимым бизнес-опытом и количеством фирм в собственности.

Вывод. В большинстве областных столиц ЦФО законодательная и исполнительная власть городского уровня находится в руках представителей бизнеса, профессиональные чиновники имеют некоторое преобладание в исполнительной власти. Таким образом, «политическую ренту» стремятся получать не столько чиновники, сколько бизнесмены.

Стереотип № 2. Переход от мажоритарной системы к смешанной и

* Московская область не учитывалась из-за отсутствия официального центра.

пропорциональной избирательной системе на выборах в законодательные органы местного самоуправления и областные парламенты в середине нулевых годов увеличил представительство профессиональных политиков в ущерб представительству бизнеса. «Единая Россия» выиграла от данного перехода.

Эмпирическая проверка. На уровне областных столиц не наблюдается изменения представительства в депутатском корпусе депутатов от бизнеса. На выборах в областные парламенты среднестатистическое представительство бизнеса несколько уменьшилось в пользу профессиональных политиков, однако во многих областях оно вопреки средним показателям увеличилось. В партийных списках на выборах в областные парламенты представители бизнеса, прежде всего крупного и среднего, занимают примерно одну треть мест в «Единой России» и «Справедливой России». Анализ первых троек кандидатов региональных списков «Единой России», «Справедливой России», ЛДПР, КПРФ показывает, что представители бизнеса становились депутатами в 71% случаев, а профессиональные политики – в 41%. Наибольшее количество «политиков-отказников» приходится на «Единую Россию», списки которой возглавляли губернаторы. Наибольшее количество мандатов в одномандатных округах доставалось бизнесменам. Результаты выборов по пропорциональной системе в городские думы Твери (2008–2009 гг.) и Тулы (2010 г.) и по смешанной системе в областные парламенты и Государственную Думу РФ 2011 г. показали, что с ухудшени-

ем имиджа «Единой России» партия власти теряет голоса вследствие наличия подобных избирательных систем.

Вывод. В рамках смешанной и пропорциональной избирательной системы представительство бизнеса не уменьшилось. Партия власти выигрывала от перехода к новым избирательным системам до тех пор, пока имела благоприятный имидж в глазах избирателей. Имиджевый спад делает для партии власти привлекательным расширение депутатского корпуса за счет одномандатных округов, в которые могут быть мобилизованы авторитетные фигуры политиков, бизнесменов, деятелей науки и культуры, идущих на выборы либо как самовыдвиженцы, либо как единороссы, но без акцента на партийность.

Стереотип № 3. Депутаты областных парламентов далеки от производства товаров и услуг для населения. В условиях развития сферы услуг, глобализации экономики в депутатском корпусе сильны позиции финансового сектора, добывающих и перерабатывающих предприятий-экспортеров.

Эмпирическая проверка. Самой представительной группой в органах законодательной власти 17 регионов ЦФО в 2000–2011 гг. являются представители агропромышленного сектора, объединяющего предприятия по производству и переработке сельскохозяйственной продукции. Это связано с отраслевой структурой регионов, сохранивших высокую долю сельского хозяйства и пищевой промышленности. Второе и третье места делят представители строительной и

топливно-энергетической отрасли. Вместе с тем в нулевые годы наблюдается тенденция сокращения представительства в депутатском корпусе областных парламентов традиционных отраслей: машиностроения, черной металлургии, деревообработки, легкой промышленности. Их место заняли представители отраслей строительства, торговли, ТЭК и «новой экономики» (консалтинг, реклама, информационные технологии, финансы). В целом можно констатировать тенденцию увеличения представительства в законодательных органах региона депутатов от предприятий, работающих на местном рынке, и сокращения представительства депутатов от предприятий, работающих в нескольких регионах. Таким образом, глобализация экономики сопровождается локализацией депутатов от региональных компаний.

Вывод. Среди бизнесменов в областных парламентах преобладают представители секторов экономики, производящие товары и услуги для местного рынка.

Стереотип № 4. Государственные чиновники после окончания политической карьеры пересаживаются в руководящие кресла фирм, где с помощью старых связей помогают «решать» текущие проблемы с представителями власти.

Эмпирическая проверка. На основе анализа состава советов директоров отобранных по авторской выборке компаний ЦФО за период 2009–2011 гг. выявлено 236 подобных случаев, однако 160 из них приходится на государственные компании, в основном газовой отрасли и воен-

но-промышленного комплекса, где чиновники должны находиться в руководящих органах как представители собственника в лице государства. К тому же в ряде частных компаний присутствие в совете директоров чиновников объясняется наличием у государства миноритарного пакета акций, что позволяет на законных основаниях вводить в управляющие органы представителей власти. Среди частных компаний 17 областей ЦФО наибольшее число чиновников и экс-чиновников в советах директоров наблюдается во Владимирской, Брянской, Тверской, Калужской в наименьшей степени в Белгородской, Ивановской, Тамбовской. Интересно, что в государственных компаниях Липецкой и Тверской областей не зафиксировано ни одного чиновника, т.е. весь состав руководящих органов состоит из наемных менеджеров-профессионалов.

Вывод. Практика трудоустройства экс-чиновников в советы директоров скорее свойственна крупным компаниям топливно-энергетического сектора, металлургии и т.д., которые незначительно представлены в ЦФО. В большинстве крупных и средних компаний ЦФО в советах директоров нет ни чиновников, ни экс-чиновников.

Стереотип № 5. Бесперспективно судиться в арбитражных судах с государственными органами, так как они задействуют административный ресурс и в большинстве случаев оказываются победителями. Если фирма официально связана с региональным политиком, то она будет иметь преимущество в арбитражных спорах с органами государственной

власти по сравнению с фирмами без подобных политических связей.

Эмпирическая проверка. На основе анализа арбитражных споров с государственными органами в период 2009–2011 гг. 850 компаний мы имеем следующие результаты. В среднем 75% решений арбитражных судов было вынесено в пользу фирм, а не органов государственной власти, причем наименьший процент зафиксирован во Владимирской области, где на долю компаний пришлось 63% положительных решений. Чтобы проверить наличие взаимосвязи между аффилированностью фирмы с политиками и положительными для компаний решениями арбитражных судов, был проведен раздельный учет позитивных/негативных решений арбитражей по спорам с государственными органами. В результате было установлено, что наличие в составе собственников или руководителей компании депутатов и членов областного правительства как минимум в 3/4 случаев дает предприятию преимущество в арбитражных судах при спорах с государственными органами власти, государственными и муниципальными предприятиями.

Вывод. Не только крупные, но и средние региональные компании имеют значительное преимущество по положительным решениям в спорах с государственными органами власти. В еще более выгодных условиях оказываются фирмы, связанные с региональными депутатами и членами областного правительства.

Стереотип № 6. Российские бизнесмены вывозят деньги в офшоры и не хотят вкладывать их в отечествен-

ную промышленность. Иностранцы везут в Россию готовую продукцию, а не создают новые производства.

Эмпирическая проверка. В 17 областях ЦФО, по данным системы СПАРК, была изучена форма № 4 «Отчет о движении денежных средств», в которых отражены приобретения объектов основных средств на 665 предприятиях. У ряда компаний в форме № 4 оказались нулевые инвестиции, это касается, прежде всего торговых фирм. По ряду фирм в системе СПАРК отсутствует отчетность. По компаниям с формой № 4 рассчитаны суммарные инвестиции за 2009–2011 гг. Чтобы получить сравнимые показатели, подсчитана средняя сумма инвестиций одного предприятия за год. В каждой области были определены три крупнейших инвестора и установлена юрисдикция их собственников.

Из 51 компании, которые являются крупнейшими инвесторами в регионах ЦФО, 17 принадлежат иностранцам, 15 имеют конечных бенефициаров в офшорах, 10 принадлежат российским физическим лицам и 9 находятся в государственной собственности либо непосредственно, либо через государственные компании. В Белгородской и Тульской области все три главных инвестора находятся в офшорах, а в Калужской и Владимирской являются иностранными компаниями. Наибольшее количество крупных частных инвесторов из России находится в Орловской, Тамбовской, Тверской области. Только в 7 областях из 17 в группе крупнейших инвесторов присутствуют представители регионального бизнеса (не столичного и не государственного).

Вывод. Практически две трети крупнейших инвесторов в 17 регионах ЦФО приходится на иностранцев и россиян, действующих через офшоры. Причем учитывались только реальные инвестиции в основные фонды, а не кредиты и займы. Иностранцам и ушедшим в офшоры россиянам выгодно иметь производства на территории России, поскольку в большинстве своем они работают на российский рынок.

Стереотип № 7. Крупнейшие государственные заказы достаются частным компаниям, которые имеют неформальные связи с чиновниками. Размеры государственных контрактов настолько значительны, что позволяют получившим их компаниям получать основную выручку не с открытого рынка, а из бюджета.

Эмпирическая проверка. По системе СПАРК были рассчитаны данные об участии в выполнении государственных контрактов 378 из 850 компаний в период 2009–2011 гг. Наибольшее количество бюджетных средств досталось предприятиям Московской области, сумма контрактов которой больше, чем сумма контрактов всех остальных областей, вместе взятых. В Московской области также находится относительно большее число компаний, для которых исполнение государственного заказа с финансовой точки зрения представляется относительно важным – у 9 компаний сумма государственного заказа превысила 10%

ежегодной выручки. Второе место по данным двум параметрам занимают компании Ярославской области. Лидерство этих двух областей объясняется крупными заказами в сфере авиационной, космической техники и судостроения. Относительно крупные суммы заказов освоены компаниями списка пятидесяти Воронежской и Белгородской области.

В денежном выражении абсолютными лидерами по выполнению государственных заказов являются государственные компании – на них приходится 70% сумм контрактов, на фирмы российских бизнесменов – 16%, на офшорные и иностранные компании – 14%. Такое распределение обусловлено закупками в сфере военно-промышленного и космического комплекса, отчасти принадлежностью ряда строительных фирм местным администрациям. Если учесть случаи, когда сумма государственного контракта превысила 50% годовой выручки хотя бы один раз за три года, то таких случаев фиксируется относительно немного, и чаще всего они затрагивают строительные компании (10 случаев) и предприятия сферы машиностроения (6 случаев).

Вывод. Основная сумма государственных контрактов достается государственным компаниям. По отношению к выручке фирм суммы государственных заказов чаще всего не составляют значительной величины.

По итогам исследования можно сделать следующие выводы:

- «политическая рента» депутатов-бизнесменов представляет собой возврат инвестиций в депутатский мандат или должность главы города;
- выбор властью типа избирательной системы зависит от популярности/

непопулярности партийного бренда и возможности использовать административный ресурс при голосовании и подсчете голосов;

– бизнес большинства депутатов, как правило, связан с региональным рынком, что во многом и определяет стремление получить депутатский мандат;

– бизнес предпочитает неформальные взаимоотношения с органами власти формальному присутствию в руководящих органах компаний действующих и бывших чиновников;

– судиться в арбитражных судах с органами власти и выигрывать у них дела могут не только крупные, но и средние компании (вероятно, в связи с этим принято решение в 2013 г. ликвидировать Высший арбитражный суд как самостоятельную инстанцию);

– преобладание офшорных инвестиций свидетельствует о двух фактах: прибыльности бизнеса в России и недоверии предпринимателей к политическому режиму.

На основе эмпирического анализа в данной статье были верифицированы семь стереотипов о взаимоотношениях власти и бизнеса в современной России. В результате оказалось, что далеко не все стереотипы подтверждаются фактами, напротив, чаще всего они фактами опровергаются.

