

БИЗНЕС И ОРГАНЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В РОССИИ: СМЕНА МОДЕЛЕЙ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

Л.В. Сигарева

В настоящее время бизнес представляет собой не только социальный институт, но и рассматривается как весьма влиятельный участник общественно-политических процессов, а его отношения с государством играют огромную роль для благополучия общества в целом. Развитие взаимоотношений предпринимательского сообщества и органов государственной власти в России на современном этапе характеризуется рядом важнейших особенностей, возникновение которых обусловлено несколькими обстоятельствами, заключающимися в дефолте 1998 г. и приходе к власти В.В. Путина.

В 1998 г. произошли существенные изменения в отношениях типа «бизнес-власть». Ни одна из ведущих крупных бизнес-структур (корпораций) не обладала достаточной силой для давления на органы власти. Корпорации были заняты восстановлением после кризиса, что дало возможность государству укрепиться и оставить за собой основные преимущества: отлаженная управленческая структура и сохранившаяся (в значительной мере) государственная собственность. Это все дало возможность государству ограничить эксплуатацию бизнесом административного ресурса. Функциональные и структурные изменения претерпели и сами корпорации, а, именно, произошла переориентация корпораций с присущей «олигархам» погони за государственной собственностью на консолидацию внутренних ресурсов и, соответственно, на преимущественно рыночное поведение, что позволило им расширить диапазон экономических интересов, перераспределить имеющуюся собственность, «захватить» ослабленные предприятия, более гармонично объединять финансовые и промышленные капиталы и, наконец, найти выход на транснациональный уровень. Например, доля российских транснациональных компаний в мировом ВВП повысилась за последние тридцать лет с 17% до 30%, а количество ТНК за последнюю четверть века возросла более чем в пять раз¹. Все это

¹ Попова К.В. Особенности безопасности развития корпораций в глобализирующемся мире // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 18. Социология и политология. – 2007. – № 1. – С. 38.

можно назвать переходом к новому этапу отношений бизнеса и власти, именуемому периодом «равноудаления».

После избрания Президентом В.В. Путиным, Правительство, и государственная власть в целом, перестала нуждаться в поддержке олигархов, как это было ранее. Начало 2000-х гг. ознаменовалось значительным усилением государства в экономической сфере, а основой для формирования новой модели взаимоотношений бизнеса и власти стала концепция «укрепление вертикали власти». Была разработана система «коллективного представительства», которая представляла собой переход от неформальных видов взаимодействия представителей крупного бизнеса с Президентом к публичным официальным встречам (с лето 2000 г. по настоящее время²).

Переломным моментом в отношении бизнеса и власти можно назвать 2003 г., и события связанные с арестом М. Ходорковского, когда бизнес оказался полностью под влиянием власти. Высокий рейтинг президента В.В. Путина позволил уменьшить и практически свести на «нет» влияние крупных корпораций на органы государственной власти, бизнесу предложили новые правила игры в форме исключавшей возможность отказа: выплата всех налогов, строгая регламентация, прозрачность операций и т.д. При этом власть оставила за собой действенные рычаги давления на бизнес, например, заявления о пересмотре результатов «дикой приватизации» и раздачи государственной собственности в рамках судебных слушаний.

На встрече представителей бизнеса с Президентом РФ еще 25 января 2001 г. В.В. Путин обратил особое внимание на то, что готов говорить исключительно с объединенной бизнес-элитой. Только при таком условии представители крупного бизнеса смогут участвовать в подготовке тех или иных документов, разрабатываемых в Государственной Думе и Правительстве РФ. Таким образом, Президент заявил о возможности официального лоббирования интересов бизнеса при условии корпоративного объединения последних и соблюдении ими определенных договоренностей.

Для развития новой стратегии отношений корпораций и власти

² Например, 8 апреля 2008 г. состоялась встреча Президента РФ Д.А. Медведева с членами бюро правления Российского союза промышленников и предпринимателей, в который входят представители наиболее крупных компаний.

по инициативе последней были созданы специальные институты (организации, союзы, ассоциации), координирующие действия бизнеса во взаимодействии с государственными органами и формирующие корпоративную систему представительства интересов предпринимателей, которая, активно действуя в настоящее время, является основным каналом взаимоотношений бизнеса и власти:

1. Совет по предпринимательству при Правительстве РФ (создан в 2000 г.), в состав которого входят 28 представителей бизнес-элиты, во главе Совета стоит Председатель Правительства РФ. Основными задачами этой организации является экспертиза и обсуждении проектов правительственных решений и консультации кабинета министров при формировании экономической политики³.

2. Общественная организация Российский союз промышленников и предпринимателей (работодателей) (Союз), уцелевший в годы реформ и накопивший мощную сеть по всей стране (более 100 отраслевых и региональных союзов и ассоциаций, представляющие ключевые сектора экономики⁴), получившая свой новый статус. РСПП стал базой для развития взаимоотношений крупного бизнеса и органов государственной власти. В структуре Союза со времен образования произошли серьезные изменения – в октябре 2000 г. в бюро его правления вошли 18 ведущих предпринимателей во главе с А.И. Вольским⁵. После образования нового бюро, встречи Союза с Президентом и Правительством стали регулярными и приобрели формальный статус. В настоящее время РСПП ставит перед собой следующие задачи: налаживание равноправных и конструктивных отношения между бизнесом и государством, считая их условием стабильности, предсказуемости, обеспечения эконо-

³ Эта ситуация очень отличалась от ситуации, сложившейся в России после президентских выборов 1996 г., когда влияние олигархов усиливалось, а позиции власти значительно ослабли, она нуждалась в поддержке, что способствовало повышению политического статуса бизнеса. Некоторые олигархи имели доступ к Президенту и премьер-министру, причем их взаимоотношения носили исключительно индивидуальный, а не коллективный характер и имели неформальную направленность.

⁴ ТЭК, машиностроение, инвестиционно-банковскую сферу, а также оборонно-промышленный комплекс, строительство, химическое производство, легкую и пищевую промышленность, сферу услуг

⁵ В состав РСПП вошли руководители крупнейших корпораций РФ: О В Дерипаска, А Г. Абрамов, В О Потанин, В П Евтушенков, А Б Чубайс и т.д.

мического роста; самоорганизация делового сообщества и организация его влияния на федеральный и региональный уровни власти; а также улучшение деловой среды при условии баланса интересов общества, власти и бизнеса⁶.

Новое значение, отведенное властью для РСПП, послужило началом становлению коллективного представительства крупного бизнеса, также сделало Союз одним из рычагов для управления его действиями. Как сказал нынешний президент РСПП А. Шокин в своей речи на IV Ежегодном конгрессе национального бизнеса России, проходившем в Москве 2 июля 2008 г.: «Государство и бизнес – это единое понимание, ...государство должно доверять бизнесу, а бизнес должен доверять государству...»⁷. А. Шокин обратил особое внимание на то обстоятельство, что РСПП имеет постоянные взаимодействия с фракцией Единая Россия, таким образом, подтвердив лоббистскую функцию РСПП. Таким образом, Союз, представляя интересы крупного бизнеса, координирует его действия по отношению к органам государственной власти.

3. Formой самоорганизации среднего и малого бизнеса является Торгово-промышленная палата (ТПП), которая включает в себя региональные сети (171 территориальная палата, более 192 объединений предпринимателей, 68 коммерческих организаций федерального уровня, 16 зарубежных представительств и 5 смешанных палат). Задачами ее являются: согласование общественно значимых интересов граждан РФ, общественных объединений, органов государственной власти, органов местного самоуправления для решения наиболее важных вопросов экономического и социального развития; защита интересов непосредственно российского бизнеса; содействие развитию всех видов предпринимательской деятельности; создание системы взаимодействия бизнеса с государством, при помощи которой предприниматели могут представлять свои интересы в государственных органах и обеспечивать их защиту при принятии политических решений; защита принципов развития гражданского общества в РФ и т.д.

Законодательной основой деятельности ТПП является Закон

⁶ Об этом см. подробнее: Режим доступа: [http:// www.rspp.ru/](http://www.rspp.ru/)

⁷ IV Ежегодном конгрессе национального бизнеса России «Пора предпринимать», г. Москва 2 июля 2008 г. – Режим доступа: http://www.rspp.ru/Default.aspx?Catalogia=283&d_no=3986.

«О торгово-промышленных палатах в РФ» от 7 июля 1993 г. № 5340-1. В Программе деятельности ТПП РФ на 2007-2011 гг.⁸ были обозначены наиболее важные направления на ближайшее время: активизация деятельности по формированию социальной ответственности и позитивного имиджа российского предпринимательства; участие в реализации административной реформы; взаимодействие с федеральными органами власти; взаимодействие с региональными структурами государственной власти и управления; участие в формировании механизмов государственно-частного партнерства; взаимодействие с федеральными, региональными и отраслевыми бизнес-объединениями; сотрудничество с Общественной палатой России и общественными палатами субъектов Федерации; выстраивание долгосрочных отношений с некоммерческими организациями и независимыми экспертными структурами; участие в реализации приоритетных национальных проектов⁹ и т.д.

Как показывают результаты социологического исследования, 43% предпринимателей хоть раз, но обращались к услугам региональных ТПП. А на вопрос: «В чем Вы видите суть деятельности ТПП?», опрошенные предприниматели ответили следующим образом: 32% считают ТПП действенным институтом защиты интересов бизнеса; 27% – легальным институтом лоббизма; 12% остановились во мнении, что через Палату бизнес может действовать как полноправный участник законотворческого процесса; 8% считают, что эта общественная организация способствует участию бизнеса в государственном управлении в сфере экономики; 13% – ТПП способствует объединению усилий предпринимательского сообщества в формировании экономической политики государства, 12% считают ТПП лишь формальным органом, неспособным защитить права предпринимателей¹⁰.

⁸ Программа деятельности ТПП РФ на 2007-2011 гг. – Режим доступа: <http://www.tpprf.ru/main/inform/1/>

⁹ Приоритетный национальный проект «Современное здравоохранение». Приоритетный национальный проект «Образование». Приоритетный национальный проект «Доступное жилье». Приоритетный национальный проект «Эффективное сельское хозяйство».

¹⁰ В статье использованы данные социологического исследования: «Особенности взаимодействия бизнеса и органов государственной власти: региональный аспект», проведенного автором в Белгородской области (но-

Таким образом, ТПП – это корпоративный представительский орган, который обладает достаточно мощными финансовыми и организационными ресурсами, что позволяет ему определять стратегию и основные направления развития российского бизнеса и отстаивать интересы своих членов при помощи корректировки и выполнения решений органов государственной власти.

4. Средний бизнес России был объединен, в большей степени по инициативе власти, в общественную организацию «Деловая Россия»¹¹. Эта организация представляет не сырьевой бизнес (переработка, легкая промышленность, машиностроение, торговля, строительство и т.д.). Главной целью организации «Деловая Россия» является налаживание взаимодействия с обществом и властью для того, чтобы добиться позитивных изменений в экономической политике государства, в развитии предпринимательства, и, в конечном итоге, повысить уровень жизни граждан РФ. Задачи «Деловой России» ее лидеры видят в создании организации, лидирующей в деловом сообществе и представляющей взгляды и интересы нового бизнеса России, а также взаимодействие с органами государственной власти, подготовка проектов текстов законодательных актов, призванных создать благоприятные условия для предпринимательства в частности и экономического развития страны в целом, проведение совместных социальных проектов, подготовка экспертных заключений и т.д.¹² Надо заметить следующее, что «Деловая Россия» как и ТПП не имеют такого общественного веса, как, например, РСПП. Это обстоятельство связано с недостаточной известностью в обществе малых и средних предпринимателей. Для того, чтобы решить эту проблему предпринимались попытки в виде проектов объединения несколько общественных организаций,

ябрь 2006 – январь 2007 г.), метод сбора данных – анкетирование. Отбор респондентов производился по методике квотной выборки с соблюдением соотношения удельного веса отдельных квот по трем критериям: пол, возраст, образование. Объем выборочной совокупности составил 520 респондентов. Стандартная ошибка выборки не превышала 4,5 %.

¹¹ Первоначально это была межфракционная думская группа, в состав которой входили 48 депутатов во главе с вице-президентом РСПП И. Лисиненко. Но позже эта группа вышла из-под контроля Союза, объединение вокруг себя представителей среднего бизнеса.

¹² Об этом см. подробнее: <http://www.deloros.ru/press/measures/8728>

представляющих интересы мелкого и среднего бизнеса с аналогичными ассоциациями крупного бизнеса, при реализации которых, было бы возможным с помощью лоббистских ресурсов крупного капитала помочь в представлении и реализации интересов мелкого и среднего бизнеса в органах государственной власти. Но, как показывает опыт, объединения всех трех уровней предпринимательства, а также согласование и декламация их интересов – процесс очень сложный.

5. В июле 2004 г. спикер Б. Грызлов сообщил о планах создания под своим началом Общественная палата РФ, в которую должны войти «общественные объединения, аккредитованные в Государственной Думе»¹³. В рамках президентского курса борьбы с коррупцией и теневыми методами лоббизма Федеральным законом «Об Общественной палате Российской Федерации»¹⁴ были предложены цивилизованные формы и методы сотрудничества между властью и обществом, основанные на согласовании интересов при формировании и реализации государственной политики. В рамках работы данной организации происходит формирование групп интересов (в том числе и экономических¹⁵), анализ и оценка работы институтов законодательной власти, предоставляется возможность взаимодействия институтов гражданского общества и органов законодательной и исполнительной власти, в том числе и органов местного самоуправления; защита прав и свобод граждан при формировании и реализации государственной политики; осуществление общественного контроля за деятельностью органов власти. На Общественную палату возложена важная роль – она является одним из средств общественного управления, как основной элемент преодоления отчуждения власти и институтов гражданского общества, согласования их интересов¹⁶. Основную задачу данной орга-

¹³ См.: <http://www.derrick.ru/index.pbp?f=n&id=4704>.

¹⁴ Согласно закону Общественная палата избирается на два года. Ее члены вошли в 35 сформированных общественных советов при федеральных министерствах и ведомствах. См.: «Об Общественной палате Российской Федерации»: Федеральный закон РФ от 4 марта 2005 г. № 32-ФЗ // Российская газета. – 2005. – 7 апреля.

¹⁵ В состав Общественной палаты первого созыва входило 9 предпринимателей.

¹⁶ 22 декабря 2007 года Общественная палата первого состава РФ завершила свою работу. Подводя итоги деятельности ОП 2006-2007 г.г.,

низации Д.А. Медведев на встрече с членами Общественной палаты 19 марта 2008 г. обозначил следующим образом: «...задача максимально учета интересов различных социальных групп, включая организации людей с ограниченными возможностями, небольших профессиональных союзов, корпораций, цеховых организаций... такого рода организации должны быть услышаны». Иными словами, несмотря на то, что ОП является выразителем интересов не только предпринимателей, но и других социальных групп, для бизнеса – это бизнеса (прежде всего, малого и среднего) еще одна база для объединения и участия в формировании политики государства.

6. Объединение предпринимательских организаций России (ОПОРа)¹⁷ было создано в 2002 году для защиты в органах государственной власти интересов субъектов среднего и малого бизнеса. Целью данной организации является содействие консолидации предпринимателей для участия в формировании благоприятных экономических, политических, правовых и иных условий развития предпринимательской деятельности, обеспечивающих эффективное развитие экономики. Организация в настоящее время включает в себя 110 некоммерческих организаций и 80 региональных отделений.

Характеризуя процессы консолидации в среде общественных объединений бизнеса, необходимо заметить, что, несмотря на доминирующую роль в них государства, представители предпринимательского сообщества увидели в этом процессе и положительные моменты. Так, около 30% респондентов считают, что взаимодействие с общественными объединениями может быть эффективным средством защиты корпоративных интересов; 64% называют в качестве основной причины обращения к общественным ассоциациям бизнеса и членство в них лоббирование собственных интересов; 12% считают, что общественные организации дают возможность предпринимателям обмениваться информационными ресурсами и

секретарь палаты Евгений Велихов заявил, что: "если раньше гражданские институты представляли собой разрозненную массу в одиночку решающих узкие задачи объединений, мало кому известных, не имевших подлинного авторитета и признания, то теперь их работа - в центре внимания разных заинтересованных слоев населения, они составляют ядро экспертов органов власти, они – тот дозор, в котором нуждается Россия».
// Российская газета. 2007. – 26 декабря – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2007/12/26/palata.html>.

¹⁷ См. подробнее: <http://www.opora.ru/about>.

профессиональным опытом. В общем, 45 % опрошенных предпринимателей считают значимой и полезной деятельность общественных объединений, но 20% опрошенных не считают их перспективу реальной.

Таким образом, государство создало сеть ассоциаций бизнеса, благодаря которой средний и малый бизнес так же получил возможность заявить о своих интересах и участвовать в формировании государственной политики. Эти ассоциированные организации как каналы взаимоотношений государства со всеми уровнями бизнеса, были созданы властью с целью сделать отношения «прозрачными», а также сформировать общефедеральную систему государственного управления в области экономических отношений.

Так, согласно результатам социологического исследования, 78% респондентов считают, что именно государство должно направлять отношения типа «бизнес-власть», сформировав единую систему управления; около 29%, что для развития институтов гражданского общества в России необходимо дать абсолютную самостоятельность группам интересов от бизнеса, 49,4 % что бизнес (в том числе, средний и малый) и государство в диалоге должны быть равноправными партнерами. 75,6% экспертов считают, что в России необходимо создание разветвленной сети ассоциированных корпоративных образований бизнеса как элемента государственного управления в сфере экономики.

Одним из средств формирующей системы управления стало создание системы «сдержек и противовесов». При помощи этой системы власть сдерживает конкуренцию между двумя наиболее крупными лоббистскими организациями – ТПП и РСПП, таким образом, не давая возможности ни одной из организаций получить монопольные права в диалоге бизнеса и власти.

Развитие принципа «равноудаление» в настоящее время привел к тому, что роль бизнеса, и корпораций в частности, в решении не только политических, но и социальных проблем все более возросла. В рамках этой концепции к 2004 г. корпорации были вынуждены перейти к принципу «социальной ответственности» не на добровольной основе, а как обязательное условие предпринимательства. Ряд крупных компаний заключил соглашения с региональными властями *о социальном партнерстве*¹⁸. Властью была

¹⁸ Социальное партнерство представляет собой вид отношений между предпринимателями (работодателями), органами государственной власти

сформирована идеология «государственно-частного партнерства», которая закрепила за бизнесом обязанности поставщика финансовых ресурсов для поддержки национальных проектов в обмен на отказ власти пересмотреть результаты приватизации. Официальное обозначения этой идеологии произошло на первом заседании Совета по конкурентоспособности и предпринимательству под руководством М. Фрадкова, которое состоялось в июле 2004 г.¹⁹. Требование социальной ответственности бизнеса имеет несколько направлений: увеличение налоговых выплат, благотворительность, участие в предоставлении социальных благ.

Но отношение предпринимательства к концепции «социальной ответственности» разное. Мотивы поддержки проектов власти в том числе, в виде дополнительных отчислений на поддержку территорий в рамках социальной ответственности бизнеса оказываются разными: «Поддерживаю, потому что надеюсь на защиту своих интересов региональной властью» (27,4%), «Поддерживаю для улучшения местной инфраструктуры» (19,7%), «Поддерживаю, так как не хочу портить отношения с органами власти» (19,5%), «Поддерживаю из-за страха наказания» (1,7%), «Не поддерживаю, так как это дополнительная нагрузка на бизнес» (20,1%), «Не поддерживаю, так как мои ресурсы нерационально используются администрацией местного сообщества» (11,6%).

и профсоюзами, которые представляют наемных рабочих. Формальное основание для развития концепции социального партнерства в России существует, но слабость профсоюзов не дает им возможности быть равным партнером при заседании Трехсторонней комиссии в отношении государства, бизнеса и общества.

¹⁹ Идеология «государственно-частного» партнерства была в некотором роде «скопирована» с западного варианта «public-private partnerships» – «частно-государственное партнерство», где «партнерство» предполагает добровольное объединение ресурсов органов государственной власти и бизнеса для реализации общественно значимых проектов. В российском же варианте – этого «государственно-частное партнерство». Как сказал Председатель РСПП А. Шохин: «...представители Правительства нас убедили, что государство [в этом термине] должно быть на первом месте». – См.: <http://www.kremlin.ru/text/appears/2007/12/153947.shtml>.

Этот термин предполагает принуждение к сотрудничеству, где крупный бизнес рассматривается, прежде всего, как источник финансирования государственных, национальных проектов. Причем, бизнес в данном сотрудничестве не обладает правом на инициативу и автономию.

Как подтверждение действия принципов социальной ответственности бизнеса и социального партнерства в современной России, можно привести яркий пример: в январе 2008 г. между представителями общероссийских объединений работодателей (бизнеса), объединений профсоюзов и Правительством РФ (Трехсторонней комиссией) было заключено Генеральное соглашение на 2008-2010 гг., одним из пунктов которого является «социальное партнерство», а именно, необходимость «в предстоящий период дальнейшее развитие системы социального партнерства и повышение его эффективности». Стороны принимают на себя обязательства развивать взаимоотношения на основе принципов социального партнерства, коллективно-договорного регулирования социально-трудовых отношений, а также «участвовать в решении социальных задач»²⁰. Последнее требование было направлено, прежде всего, в сторону бизнеса.

Таким образом, в результате реализации принципа «равноудаления» произошло становление нового типа взаимоотношений бизнеса и власти, где посредством «силового» пути государство заняло ключевую позицию. Но, надо заметить, что эта позиция не радикальна, а лишь направлена на уменьшение влияния бизнеса на процесс принятия политических решений. В итоге за бизнесом остались некоторые действенные инструменты воздействия на органы государственной власти. В настоящее время существует несколько основных форм участия бизнеса в диалоге с властью, чаще всего, это косвенное влияние.

Первая форма – взаимодействие через посредников (лоббирование): взаимодействие с администрацией Президента, Правительством РФ, министерствами, ведомствами по подготовке законопроектов; участие в деятельности рабочих групп комитетов Государственной Думы и т.д. В практике российского лоббизма²¹ существует

²⁰ Генеральное соглашение между общероссийскими объединениями профсоюзов, общероссийскими объединениями работодателей и Правительством РФ на 2008-2010 гг. // Справочная правовая система «Консультант «Плюс». Раздел «Законодательство».

²¹ В российской законодательной практике существует несколько попыток принятия закона о лоббизме: в 1993 г. Комитетом по делам общественных объединений и религиозных организаций Государственной Думы был представлен проект легализации института лоббизма, но он мало подходил по сложившуюся реальность. Второй проект был предложен фракции-

несколько его форм: лоббизм в законодательных органах (Государственная Дума и Федеральное Собрание), лоббизм в исполнительных органах (министерства, ведомства, Правительство, исключая Президента и его администрацию).

Сегодня финансирование политических партий²² для бизнеса остается основной из таких форм и, одновременно, действенным инструментом лоббирования интересов. Так, спонсорами партии «Единая Россия» на парламентских выборах в 2003 г. стали корпорации «Газпром», «Межпромбанк», «ЛУКОЙЛ» и т.д. И как показывает практика, основным результатом спонсорства является включение лоббистов от той или иной бизнес-структуры в партию. В Государственной Думе третьего созыва общее число представителей от бизнеса составило не менее 300 из 450 депутатов²³. На основе этого в Государственной Думе появились межфракционные депутатские объединения (например, «Деловая Россия», «Энергия России», «Юг России», «Центр России», «Союз труда» и т.д.), которые отстаивали интересы не только крупного, но и среднего и мелкого бизнеса.

Совет Федерации также является важным объектом для лоббирования интересов крупных корпораций: большинство членов палаты – это бизнесмены, которые являются непосредственными участниками законотворческого процесса и отстаивают в первую очередь интересы своих компаний. Это обстоятельство еще раз доказывает тенденцию к увеличению активности крупного бизнеса в законодательных органах, причиной чему является реакция бизнеса на блокирование его влияния в исполнительных органах государ-

ей СПС в 2003 г., который «потерялся» в думских коридорах. На сей счет можно привести слова председателя Совета Федерации С. Миронова: «У России много других проблем, более важных, чем эта очень узкая... проблема – узаконивание и регламентация лоббизма». – См.: Новые известия. – 2003. – 28 июля.

²² Крупный бизнес в рамках концепции «социальной ответственности бизнеса» на добровольных началах с целью продвижения в органы законодательной власти своих интересов, а именно в Государственную Думу, осуществляют финансирование партий на кануне парламентских выборов. Причем, финансирование может быть как партии власти, так и оппозиционных партий. Так, хорошо известен пример финансирования партий «Яблоко» и КПРФ компанией ЮКОС в преддверье парламентских выборов в 2003 г.

²³ См. об этом: Дума по разнарядке // Ведомости. – 2003. – 30 декабря.

ственной власти (в первую очередь на Президента) и желание, таким образом, защитить себя от усиления государства в диалоге «власть-бизнес». На эти действия со стороны бизнеса у власти также нашлось противодействие: 1) несмотря на то, что бизнес продолжает внедрять своих представителей в Государственную Думу и Совет Федерации, где фракционное большинство за «партией власти»²⁴, таким образом, он находится под контролем власти; 2) создание по инициативе власти государственных корпораций в противовес частным, например, ГК "Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)", ГК по строительству олимпийских объектов и развитию г. Сочи как горно-климатического курорта" ("ГК Олимпстрой"), ГК «Роснано-технологии», ГК «Росатом», которые подчиняются непосредственно Президенту РФ. Целью создания этих корпораций явилась своего рода помощь малому и среднему бизнесу, занятому в производственной и научной деятельности, «чтобы не замыкаться только на крупных игроках»²⁵.

Если говорить о лоббизме в исполнительных органах власти, то можно привести яркий пример: согласно данным Центра изучения элит Института социологии РАН, число чиновников государственной службы (включая и региональный уровень), являющихся «работающих» от крупного бизнеса в 1993 г. составила 2,3%, в 2002 г. – 15,7%, в 2006 г. – 18,3%²⁶.

²⁴ Из вступительного слова В.В. Путина на VIII съезде партии «Единая Россия» 1 октября 2007 г.: Представители крупного бизнеса – это, безусловно, уважаемые люди. От них очень многое зависит в стране, в экономике. И, конечно, они способны внести свой вклад в работу партии. И не только финансовый, а и идеологический. ...Но нужно ли им лично быть в партийных списках? Быть парламентариями и заниматься крупным бизнесом, пользоваться депутатской неприкосновенностью? Смогут ли они, развивая собственный бизнес, который требует сил и времени, оставаться при этом объективными, принимая решения, затрагивающие интересы всей экономики? Хочу обратить ваше внимание на то, что здесь нет ничего личного, мы просто должны создать дееспособную эффективную систему государственного управления». – Режим доступа: http://www.kremlin.ru/appears/2007/10/01/1900_type63374type63376type63378type82634_146479.shtml.

²⁵ Цитата из речь С. Иванова на совещании Президента с членами Правительства 14 апреля 2008 г. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/text/appears/2008/04/163763.shtml>.

²⁶ См.: Центр изучения элит. – Режим доступа: <http://www.isras.ru/sie.html/>

Помимо консолидации бизнеса в диалоги с властью у предпринимательского сообщества если еще несколько способов повлиять на органы власти: привлечение внимания общественности и представителей органов государственной власти к наиболее важным проблемам бизнеса (выступление в СМИ по важным вопросам; обсуждение своих позиций при участии в различных научных форумах, круглых столах, конференциях; традиционные встречи с Президентом в Кремле и т.д.).

Таким образом, с момента избрания Президентом РФ В.В. Путиным в отношении бизнеса и власти наступил новый этап принципа «равного удаления бизнеса от власти», который длится до сих пор. Тип отношений бизнес-сообщества и органов государственной власти из неформальных (личные связи, подкуп чиновников, клиентелизм и т.д.) перешел в разряд формальных встреч представителей бизнеса с Президентом. Параллельно властью была внедрена концепция «социальной ответственности бизнеса», неизвестной ранее, по которой бизнес обязывался финансировать социальные и политические проекты. По инициативе власти были созданы посреднические организации, которые явились институтами взаимодействия и одновременно каналами воздействия власти на бизнес и бизнеса на власть: Совет по предпринимательству при Правительстве РФ, РСПП, ТПП, Общественная палата, «Деловая Россия», «Опора». Особенность этих организаций явился их корпоративный характер. Участие представителей бизнеса в органах законодательной власти также регулируется государством, самая большая многочисленная фракция в Государственной Думе – «Единая Россия» также находится под контролем власти. Баланс отношений крупного бизнеса и власти в рамках модели «равноудаленности» обеспечивается отказом власти от пересмотра результатов приватизации 90-х гг. в обмен на невмешательство бизнеса в политику.

После победы на президентских выборах в марте 2008 г. Д.А. Медведева, общеполитический курс В.В. Путина сохраняется, а также тип отношений власти и бизнеса остается тем же, хотя некоторые уступки для предпринимательского сообщества власть все же делает. Так, в соответствии Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на 2008-2020 гг., разработанной в соответствии с поручением Президента РФ по итогам заседания Государственного совета РФ 21 июля 2006 г., дополненной и приня-

той в марте 2008 г., дальнейшие отношения власти и бизнеса будут развиваться в ключе «государственно-частного партнерства», при «поддержке инициатив бизнеса по участию в развитии социальной сферы» с «расширением участия предпринимательского сообщества в подготовке решений органов государственной власти, связанных с регулированием экономики»²⁷.

Таким образом, во взаимоотношениях бизнеса и органов государственной власти в России наступил новый этап – «равноудаления», при котором большой бизнес «разоружился», превратившись в одну из ступенек иерархической лестницы и взамен получив возможности взаимодействовать с властью на ее условиях и добиться в ходе такого взаимодействия учета своих интересов. В.В. Путин предложил ряд мер, которые скорректировали отношения типа «бизнес-власть», а именно воссоздать единое правовое поле, как для крупного бизнеса, так и для среднего и мелкого, а также возродить единую вертикаль власти, которая помогла «очистить» государство от олигархических группировок и сформировать бизнес сообщество в связанные корпоративные объединения в русле диалога с властью.

ДОГОВОР ПЕРЕВОЗКИ КАК ПРАВОВОЕ ОСНОВАНИЕ ПЕРЕМЕЩЕНИЕ ГРУЗА В ПРОСТРАНСТВЕ

О.С. Стребкова

Договор перевозки является единственным правовым основанием перемещения грузов, пассажиров и багажа в пространстве (п. 1 ст. 784 ГК РФ). Известно, что признание отношений по перевозке договорными в советский период пришло не сразу. Уставы железных дорог 1935 и 1954 годов, равно как и Устав внутреннего водного транспорта Союза ССР 1955 года, не содержали определение договора перевозки.

Согласно п. 1 ст. 785 ГК РФ по договору перевозки груза перевозчик обязуется доставить вверенный ему отправителем груз в

²⁷ Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на 2008-2020 гг. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>.