

Формальные и неформальные ресурсы GR крупных корпораций (кейс Локхид Мартин)

Закиров Айдар Робертович

ассистент кафедры политологии Казанского (Приволжского) федерального университета

420008, Россия, республика Татарстан, г. Казань, ул. Кремлевская, 35, каб. 1603

✉ azr12353@gmail.com



[Статья из рубрики "Общественные коммуникации"](#)

Аннотация.

В условиях развития рыночной экономики и демократизации государственных институтов возрастает интерес политической науки к проблемам взаимодействия бизнеса и власти. В данной статье поднимается проблема методов и стратегий, используемых бизнес-акторами в ходе выстраивания отношений с органами государственной власти. Особый интерес для современной политической науки представляет сочетание формальных и неформальных методов в GR-деятельности бизнес-структур, что становится особенно актуально для государств с развивающейся экономикой, где процесс коммуникации бизнеса и власти не урегулирован нормами закона. В данной статье использование формальных и неформальных методов GR анализируется на примере деятельности корпорации Локхид Мартин. В качестве основного метода исследования используется кейс-стади, который позволяет выявить связь между экономической успешностью компании и способностью к эффективному сочетанию формальных и неформальных GR-стратегий. Новизна исследования заключается в раскрытии особенностей применения формальных и неформальных методов GR в деятельности бизнес-акторов. В статье представлены подходы к пониманию GR как формы деятельности, направленной на установление устойчивых контактов и связей с органами государственной власти. Особый интерес представляют выделенные в статье подходы к изучению неформальных аспектов GR, которые требуют особенно тщательного рассмотрения из-за отсутствия общепринятого представления в политической науке.

Ключевые слова: Связи с государством, лоббизм, США, Россия, развивающаяся экономика, неформальные отношения, неинституционализм, корпорация, стейкхолдер, клиентелизм

DOI:

10.7256/2454-0706.2018.12.28488

Дата направления в редакцию:

24-12-2018

Дата рецензирования:

26-12-2018

Развитие общественных отношений в условиях рыночной экономики, демократизации институтов государства и эволюции коммуникационных технологий предопределили возникновение особой сферы взаимодействия бизнес-структур с органами государственной власти. Сегодня данная сфера обозначается термином GR (Government Relations). В ее рамках осуществляется деятельность представителей крупных коммерческих организаций (и других негосударственных акторов) по выстраиванию долгосрочных отношений с государственной властью. Особенностью GR-деятельности является участие бизнес-акторов, выступающих инициаторами выстраивания связей с государственной властью, в налаживании устойчивых отношений и влиянии на процесс принятия политических решений органов власти.

Задачей бизнес-акторов в реализации GR-стратегий является выстраивание благоприятной и предсказуемой системы отношений между представителями бизнес-сообщества и органами государственной власти. Исследователь П.А. Толстых подчеркивает, что GR направлен на установление стабильных связей с профильными для бизнес-актора политическими стейкхолдерами (от английского «stakeholder», в буквальном переводе – держатель доли) [1]. В GR стейкхолдерами выступают группы и структуры в политике, курирующие те сферы политического управления, непосредственно которыми заинтересован сам бизнес-актор. К стейкхолдерам могут быть причислены законодатели, представители исполнительной власти, административных органов и т.д.

Целью GR-деятельности, согласно утверждениям С.Ю. Барсуковой и В.А. Евсеевой становится «обеспечение стабильности и предсказуемости регулирующей среды, в которой работает компания, а также формирование благоприятных условий ведения бизнеса» [2]. Аналогичного мнения придерживается Р.А. Майоров, который отмечает, что целью GR «является налаживание конструктивного диалога с органами власти, базирующегося на долгосрочной, взаимовыгодной и конструктивной основе» [3]. На наш взгляд, бизнес-акторы признают, что органы государственной власти выступают одним из главных регуляторов экономической сферы, и для дальнейшего экономического развития им необходимо устанавливать благоприятные связи с государством. Основной целью GR выступает предотвращение потенциально возможных угроз со стороны политических стейкхолдеров в лице акторов политической сферы, в первую очередь государственных органов, и реализация возможностей компании через ее участие в политических действиях [4]. В итоге, предполагаемый результат реализации GR - это достижение бизнес-акторами финансового и экономического благополучия политическими средствами (например, посредством воздействия на власть).

Важным вопросом на сегодняшний день, с научной точки зрения, является исследование стратегий и методов построения отношений бизнеса с властью, влияния крупных бизнес-структур на процесс принятия решений органов государственной власти. Особое внимание следует обратить на методы и стратегии GR в условиях развивающейся рыночной экономики и становления демократического режима, т.к. при таких обстоятельствах фиксируется рост взаимодействия бизнес-структур с властью, при этом часто отсутствует законодательное регулирование таких отношений. Поэтому стратегии и методы GR в таких условиях можно разделить на две группы: формальные и неформальные.

В рамках данной работы важно раскрыть особенности применения формальных и неформальных методов в деятельности бизнес-акторов. В качестве кейсов предлагается рассмотреть деятельность корпорации Локхид Мартин в России.

Исследования формального и неформального в политической науке проводятся учеными в рамках различных подходов и взглядов. Если в научном сообществе сформировалось понимание «формального» как «официального и законно признанного», то в представлениях о «неформальном» общепринятое представление не сложилось. Следовательно, в современной политической науке существует несколько подходов к пониманию «неформального».

Изучение неформального с точки зрения экономики ставит во главе угла поведение или деятельность людей и организаций (бизнес-структур) в условиях определенной экономической системы. Мы рассматриваем деятельность бизнес-акторов в развивающейся рыночной экономике, в которой неформальным считается естественная реакция общества, выраженная в образе мышления, поведении и практиках, на неэффективную государственную политику. В рамках теории «неформальной экономики» осуществляется попытка объяснить то, что деятельность политических или экономических акторов не всегда соответствует общепринятым принципам деятельности и развития общества^[5]. Причиной этому служит стремление акторов достигать максимальной эффективности при ограниченной доступности ресурсов, что крайне актуально для экономической деятельности бизнес-акторов. В результате возникают практики, когда бизнес-акторы при ограниченном доступе к ресурсам, отсутствии или «закостенелости» государственных законов вынуждены действовать не в соответствии с общепринятыми формальными нормами.

Иной взгляд на проявление неформальных аспектов в политике предполагает бихевиоральный подход. В отличие от экономической теории, в центре которой находятся вопросы несоответствия действий бизнес-акторов нормам государства, достижением бихевиорального подхода является анализ политического поведения акторов, обладающих неформальным статусом^[6]. В их число входят заинтересованные группы, де-юре нигде не представленные, незаконные организации (например, мафия). Исследованию подвергаются неформальные практики, влияющие на политический процесс, функционирование выборов, электоральное поведение и прочее. В рамках бихевиорального подхода для исследования неформального применяются традиционные для данного направления методы: выявление закономерностей, т.е. единообразных характеристик в политическом поведении акторов, которые могут носить как формальный, так и не формальный характер.

Не менее важным в изучении неформального в политике является неоинституциональный подход. Институты, как важнейшие элементы общественной жизни, уменьшают степень неопределенности, структурируют человеческие взаимоотношения, организуют повседневную жизнь. При этом сами институты формируются в интересах тех социальных групп, которые обладают таким статусом и положением, который позволяет влиять на формирование новых правил^[7].

Исследование формальных институтов не создают особых трудностей для ученых, т.к. они обычно формально зафиксированы, а информация об их функционировании носит публичный характер и предоставлена в свободном пользовании, т.е. их выявление и оценка обычно не требует сложных исследовательских процессов и легко поддается сравнительному анализу. Проблема выявления неформальных институтов куда более

серьезная задача. Например, если в государстве существует закон о лоббизме, в нем не могут быть урегулированы проявления клиентелизма или коррупционных отношений. Такие тенденции наблюдаются вследствие отсутствия законодательно регулирования общественных коммуникаций. Поэтому участники общественных отношений вынуждены разрабатывать неформальные, регулярно воспроизводимые нормы и практики, которые уменьшали бы степень непредсказуемости последствий, возникающих в ходе деятельности акторов.

Стоит отметить, что в рамках неоинституционального подхода к исследованию неформальных институтов относится метод, предложенный Г. Хелмке и С. Ливитски. Они предлагают для выявления неформальных институтов использовать метод ситуационного анализа, в центре которого качественное исследование и сопоставление небольшого числа примеров. В случае изучения других сфер, например, взаимодействие власти и бизнеса, предполагается необходимость проведения качественного анализа кейсов с последующим сопоставлением полученных данных. В таком случае для выявления неформального социального взаимодействия предлагается сравнивать официально принятые правила поведения с ситуациями, когда результат был достигнут без применения официально санкционированных норм и практик. В рамках такого подхода считается возможным выявление формальных и неформальных стратегий и методов GR в условиях развивающейся экономики.

Как уже было отмечено, основной целью GR является достижение бизнес-структурами экономического преимущества, конкурентоспособности политическими средствами. Показательным в рамках данного исследования будет пример реализации формальных и неформальных тактик и стратегий GR в России американской аэрокосмической корпорацией «Локхид Мартин». Данная корпорация пришла в Россию в 1993 году, и оказалась первой из числа западных аэрокосмических компаний, которой удалось получить доступ, к ранее ограниченным ресурсам в области коммерческих космических запусков. Стоит отметить, что в начале 1990-х гг. глобальный рынок коммерческих запусков находился в стадии формирования, советский опыт ракетостроения и соответствующая инфраструктура остались под контролем российского государства, которое находилось на пути трансформации своей политической и экономической сфер, а многие области общественных отношений не были законодательно урегулированы. Все эти факторы привели к реализации как формальных, так и неформальных GR-стратегий корпорацией Локхид Мартин в США и России.

Благодаря своевременно подготовленной и реализованной GR-стратегии в отношении администрации Клинтона, аэрокосмическим корпорациям удалось положить начало либерализации политики США в космическом секторе. Так в апреле 1993 года была проведена встреча президентов Б. Клинтона и Б. Ельцина, результатом которой стало создание Российско-американской комиссии по экономическому и технологическому сотрудничеству. Важным итогом данных соглашений стала коммерциализация российского космического сектора для облегчения взаимодействия западных и российских фирм, а также были ликвидированы ограничения в передаче и обмене технологиями в области космической сферы [\[8\]](#). В том же году корпорация Локхид Мартин совместно с предприятием «Хруничев» (публичной компанией с 1993 г.) и РКК «Энергия» (приватизированной в 1994 г.) создали организацию «Локхид-Хруничев-Энергия Интернэшнл» с целью выхода на мировой рынок коммерческих услуг по запуску ракет с космодрома Байконур. Раннее по сравнению с конкурентами вхождение Локхид Мартин в Россию позволило корпорации извлечь выгоду из технологической базы и инфраструктуры российских профильных организаций. Корпорация смогла получить

доступ к ключевым российским ресурсам, в том числе к технологиям (ракета «Протон» и двигатель RD180) и средствам запуска космодрома Байконур. Все это стало возможным благодаря реализации GR с последующим формированием благоприятной политической и деловой среды. Согласно одному из докладов представителя корпорации Локхид Мартин, сотрудничество РКК «Энергия» с корпорацией было определено тем, что РКК «Энергия» требовалось одобрение США на импорт спутников, а Локхид Мартин обладал сильными рычагами давления на правительство США в период президентства Клинтона^[9]. Российско-американское сотрудничество в космическом секторе предоставило привилегированное положение американским компаниям в России. В результате Локхид Мартин стала передовой организацией, которая начала использовать свой политический капитал в качестве крупного оборонного подрядчика правительства США, и, соответственно, достигла конкурентного преимущества над другими участниками рынка.

Вследствие реализации формальных и неформальных тактик и стратегий GR, лоббизма в правительствах США и России корпораций Локхид Мартин удалось достигнуть ряда преимуществ над конкурентами, которая выражалась в:

- а. государственной поддержке корпорации, как со стороны правительства США, так и правительства РФ;
- б. создании системы квот на запуски с космодрома Байконур, в рамках которой три четверти квот принадлежали «Локхид-Хруничев-Энергия Интернэшнл». Такая система служила барьером для входа новых участников на российский рынок космических запусков;
- в. тесной связи с российским правительством, с его отдельными представителями позволяла оперативно решать проблемы правительственного ограничения военного характера, получать без задержек экспортные лицензии, снимать ценовые ограничения на запуски и т.д.

Таким образом, корпорация Локхид Мартин смогла достичь доминирующего положения в новом глобальном рынке стартовых услуг, предлагая клиентам более полный спектр ракетносителей, разнообразие дат и мест запуска, чем это могло быть сделано при осуществлении деятельности исключительно в США.

В заключении, GR является важным элементов современного взаимодействия гражданского общества с государством, в рамках которого бизнес-структуры (и другие не государственные акторы) формируют долгосрочные отношения с органами государственной власти. Целью данных отношений выступает достижение бизнес-акторами конкурентного преимущества при помощи политических средств.

В условиях развивающейся экономики России для GR характерно сочетание большого спектра методов и тактик взаимодействия бизнеса с властью вследствие отсутствия законодательных норм, регулирующих данные отношения. GR-стратегии бизнес-акторов сочетают в своем арсенале формальные и неформальные методы профессиональных GR-менеджеров, свойственных западным компаниям, с элементами клиентизма и кумовства, характерных для развивающейся экономики постсоветских стран ^[10].

К прямым методам в реализации GR-стратегий относятся непосредственные контакты субъектов GR с лицами, принимающими решения в органах государственной власти. В рамках данных встреч применяются методы политического консультирования, лоббизм, представление аргументов и информации, чаще всего в виде исследовательских

отчетов, сопровождение законодательного процесса, финансовая поддержка кандидатов и партий, использование личных связей бывших чиновников, ставших стейхолдерами бизнес-организации, создание коалиций бизнес-акторов для оказания влияния на органы государственной власти, силовое давление и.т.д.

В заключение отметим, что в России изменение политического курса, смена режимов и неолиберальная политика властей в конце XX века способствовали росту крупного бизнеса вследствие обширной приватизации государственных предприятий, ослаблению роли государства в экономической сфере. Тем самым на экономической и политической арене возникли новые акторы в лице крупных региональных корпораций, ТНК и влиятельных групп интересов (например, «Локхид-Хруничев-Энергия Интернэшнл»).

Библиография

1. Толстых П.А. Интересы политических стейкхолдеров и лоббистское воздействие: соотношение категорий // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2012. – № 9 (23): в 2-х ч. – Ч. II. – С. 170-176.
 2. Евсеев В.А. Основы организации работы с органами власти / В.А. Евсеев, С. Ю. Барсукова, А.Е. Дынин. – М.: Ассоциация менеджеров, 2006. – 55 с.
 3. Майоров Р.А. Технологии корпоративного GR / Р.А. Майоров // Бизнес-ключ. – 2008. – №6.
 4. Pfeffer J. The External Control of Organizations / J. Pfeffer, G. R. Salancik // New York: Harper and Row, 1978. – 336 p.
 5. Портес А. Неформальная экономика и ее парадоксы // Экономическая социология. – 2003. – Том 4. – № 5. – С. 34-53.
 6. Getz K.A. Public affairs and political strategy: theoretical foundations / K.A Getz // Journal of public affairs, 2001. – № 4. – P. 305-329
 7. Норт Д. К. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. К. Норт – М.: НАЧАЛА, 1997. – 190 с.
 8. Agreement between the United States and Russia regarding international trade in commercial space launch services / U.S.–Russia Trade Agreement, 1993. – CTIA 7363.000. – DOS 93–177. – P. 93–94.
 9. First mover advantages in international business and firm-specific political resources / J.G. Frynas, K. Mellahi, G.A. Pigman // Strategic Management Journal, 2006. – № 27. – P. 321–345.
 10. Benedict R.C. Public knowledge of and attitudes toward interest groups and lobbyists in the United States / R.C. Benedict // Praeger: Westport, 2004. – P. 135–138.
- References