

© 1996 г.

ЛОББИЗМ В РОССИИ: ЭТАПЫ БОЛЬШОГО ПУТИ

В последнее время в научных изданиях и средствах массовой информации появились публикации, посвященные различным аспектам проявления лоббизма в России. Некоторые публикации по данному вопросу, к сожалению, не столько проясняют, сколько запутывают проблему, с новыми проявлениями которой столкнулась российская действительность.

Представленный Экспертным институтом Российского союза промышленников и предпринимателей совместно с Фондом развития парламентаризма в России доклад является попыткой описать цели, методы и субъекты лоббирования и его изменения в период реформирования России.

В подготовке доклада приняли участие: А. А. **Нещадин** - руководитель авторского коллектива, **А.А. Блохин, В.В. Верещагин, О.В. Григорьев, Л.Г. Ионин, В.К. Кашин, М.В. Малютин.**

Лоббизм как институт

Средства массовой информации и научная периодика в последнее время стали уделять значительное внимание промышленным и финансовым группам, общественным движениям и объединениям, стремящимся оказывать систематическое целенаправленное влияние как на законодательную деятельность, так и на процессы реализации принимаемых законов и административных актов. Эти группы называются «группами давления» или «группами влияния». Давление на парламент администрацию, именуемое также «лоббированием», осуществляется ими с целью реализации групповых интересов. Возникновение таких групп - результат реформ и свидетельство того, что Россия вступила в новый этап развития. Одни полагают, что Россия в очередной раз заимствовала на Западе одну из худших черт политической жизни, а именно - доступность парламента и правительства манипуляциям со стороны монополий. Другие, наоборот, дают появлению групп давления позитивную оценку, полагая, что таким способом формируется механизм учета и реализации многообразия интересов.

Мы не считаем, что такие группы - нечто новое, возникшее в ходе реформ. Группы давления существовали и в советский период. Основное внимание авторы доклада уделяют сфере экономики, поскольку именно там складываются самые влиятельные группы давления.

Политический смысл лоббизма

Термины «лобби», «лоббист», «лоббирование» пришли из англоязычной политической лексики. Лоббизм сам по себе - это высококвалифицированная деятельность, имеющая политический смысл и правовое обоснование и являющаяся интегральным элементом демократической политической системы. Лобби, лоббизм - это система и практика реализации интересов различных групп (союзов и объединений) граждан путем организованного воздействия на законодательную и административную деятельность государственных органов.

В чем состоит политический смысл лоббизма?

Во-первых, лоббистские группы выполняют функцию посредничества между гражданами и государством. Посредничество имеет место прежде всего в сфере обмена информацией. Разумеется, в ходе принятия законов, или при интерпретации законодательного акта правительственными чиновниками в ходе его непосредственной реализации, важную роль играют знания экспертов. Но непосредственно пропущенное через интерес знание самих граждан, сконцентрированное в лоббистских структурах, иногда оказывается гораздо более важным, как с точки зрения формальной точности, так и с точки зрения легитимности принимаемых решений. Последнее существенно, ибо показывает, что лоббизм, в идеале, не является «улицей с односторонним движением». Группы давления добиваются выгод для себя, но в свою очередь обеспечивают благоприятные условия восприятия обществом и конкретными группами населения принимаемых государством законов.

Во-вторых, лоббизм выполняет функцию организации плюрализма общественных интересов. Естественно, что как каждый человек, так и группы лиц, тем более объединенные в организации и союзы, занятые конкретной деятельностью, в частности, экономической, имеют свои специфические интересы. Все люди и их группы стремятся отстаивать свои интересы доступными им средствами с учетом юридических норм. Вполне логично, что интересы, действуя в ограниченном поле, начинают сталкиваться, и нужны способы и механизмы сопоставления интересов и определения их приоритетов. Процессы лоббирования всегда осуществляет небольшая группа людей, но результаты лоббирования имеют значительные последствия и затрагивают в отдельных случаях большие слои населения страны.

Положительные стороны лоббизма не только в том, что кто-то, действуя в своих интересах, «проталкивает» нужное для общества дело. Обществу это выгодно, ибо сопоставление групповых интересов, возможностей и последствий разного рода действий, осуществленное в рамках демократической процедуры и выраженное в политических решениях, образует сложную систему сдержек и противовесов. Если так понимать лоббизм, то не следует его отвергать. Тем более, что, как показывает история, это пока не удалось никому. Полезнее разобраться в возможных вариантах его использования и узаконить приемлемые формы.

И, наконец, в-третьих, лоббизм как бы дополняет конституционную систему демократического представительства, позволяя участвовать в принятии и реализации политических решений тем группам, которые не имеют другой возможности. Поскольку парламент формируется по территориальным округам и партийным спискам, огромное количество общественных групп, каждая со своим особым интересом, не может его артикулировать, выставляя собственных депутатов. Между тем он может быть как узко партикулярным, так и иметь большое общественное значение. Таким образом, через практику лоббизма получают выражение в общенациональном масштабе интересы, которые в ином случае остались бы невыраженными.

К истории вопроса

Группы интересов существуют на протяжении всей истории человечества — с тех пор как стали складываться системы власти. Движущим мотивом является стремление реализовать специфический интерес (выражаемый, как правило, в статусных привилегиях во властных полномочиях, либо в формах материальной выгоды). В качестве групп интересов (и, одновременно, групп давления, если они пытаются реализовать свои интересы путем воздействия на органы власти) фигурировали родственные кланы иные группы, связанные какой-либо иной общностью - профессиональной, территориальной, политической, экономической. В условиях авторитарных режимов удовлетворение групповых интересов во многом зависело от личных отношений с вождем (диктатором, генсеком и т.д.). Борьба велась в основном за статусные привилегии и право распределения ограниченных ресурсов.

В советской истории эти процессы были скрыты завесой секретности, в советологической литературе характеризовались как «схватка бульдогов под ковром». В обществах рыночной экономики получили распространение такие методы воздействия, как скупка голосов в парламенте или подкуп чиновников. Понимая неизбежность лоббирования, законодатели ищут формы его легализации и стремятся перевести его «с криминального пути на информационный» (высказывание французского ученого М. Дюверже), т.е. перевести «прямое» воздействие путем подкупа в не прямое, информационное воздействие, состоящее в предоставлении законодателям и государственным служащим информации, подтверждающей объективный характер интересов и обоснованный характер требований тех или иных групп. Не только в «новых демократиях», но и в экономически развитых странах периодически случаются скандалы, связанные с нарушением правил игры со стороны как лоббистов, так и чиновников и депутатов.

Условия и структуры лоббирования

Специфичность интереса является одним из базовых признаков группы. Другой признак - возможность реализовать свой интерес или, по крайней мере, донести его до лица или структуры, принимающей решение. Вероятность реализации интереса группы зависит от комплекса возможностей. В число наиболее существенных входят:

- близость к лицу или организации, принимающей решение (этот признак детально обсуждается в прессе чаще всего, основываясь на карьере и местах работы тех или иных членов правительства, депутатов парламента, работников аппарата правительства или Президента);

- наличие средств, достаточных для всего комплекса действий, обеспечивающих реализацию интереса (вне зависимости от степени легитимности действий, в том числе, например, финансирование предвыборной кампании);

- возможность оказания политического давления в самом широком смысле (от угроз забастовок до голосов в парламенте);

- возможность оказания экономического давления (наиболее проявляется в отношениях федеральных и региональных органов власти в виде угроз о прекращении перечисления налогов, требований экономического отделения, самостоятельности в выдаче квот, лицензий, самостоятельности заключения экономических договоров и соглашений без согласования с федеральными органами);

- информационные возможности (близость контактов и возможность оказания влияния на средства массовой информации) с целью формирования общественного мнения.

Существенным для группы интереса является наличие информационно-аналитического центра, способного сформулировать не только сам интерес, его отличие от других групп, но и комплекс требований, программу действий. Особым элементом, характеризующим возможности лоббистской структуры, является ее сплоченность или согласованность действий отдельных элементов структуры. Совпадение интересов на том или ином этапе может способствовать созданию временных коалиционных групп, что резко расширяет возможности лоббистской структуры. Но это может приводить и к противоречиям и даже ее распаду. Таким образом, группа интереса, действующая как лоббистская структура в сфере экономики, представляет собой довольно сложное образование, включающее:

- предприятие или, как правило, группу предприятий (в традиционном понимании - отрасль, хотя не всегда, так как существуют различия между предприятиями отрасли по уровню оснащенности, выпускаемому товару, контактам и выходам на внешние рынки);

- информационно-аналитический центр, подготавливающий обоснование, оформление конкретного интереса, программу действий по его реализации;

- общественную организацию, придающую конкретному вопросу статус общей

проблемы и тем способствующую вынесению интереса в различные сферы общественного мнения и организации, ответственные за принятие решений;

- связи и возможности вынесения интереса группы предприятий на обсуждение структур, принимающих решение;

- связи в средствах массовой информации, используемые для создания общественной поддержки и усиления воздействия на организации, принимающие решение;

- средства, которые могут быть направлены на финансирование аналитических центров, поддержку общественных организаций, оплату услуг средств массовой информации, оплату организационных и рекламных расходов и т.д.

Объектом воздействия групп интересов чаще всего являются условия хозяйственной деятельности:

- собственность и право распоряжения ею;

- право на занятие конкретной деятельностью (то, что ранее входило только в компетенцию государства);

- налоги, квоты, лицензии;

- государственный заказ (в данном случае имеется в виду не только гарантированность сбыта, но может быть и цена, хотя в наших условиях это не гарантия финансирования).

Финансово-промышленные группы - едва ли не единственные полноценные субъекты лоббирования, удовлетворяющие перечисленным выше условиям. Везде, даже в странах с богатыми традициями лоббизма, цели лоббистской деятельности - по преимуществу экономические. Это, как правило, налоговые льготы или борьба за кусок «бюджетного пирога». Так что в большинстве случаев групповой интерес обнаруживается как экономический интерес. Поэтому и здесь, и далее мы будем рассматривать лоббизм финансово-промышленных групп как наиболее чистый и показательный вариант лоббизма.

Два основных типа представительства интересов

Вариант лоббизма, как он охарактеризован выше, - это практика давления снизу вверх, со стороны самоорганизующихся интересов определенных групп населения на государственные органы с целью получения определенных преимуществ, льгот, привилегий. Предполагается, что государство суверенно и контролирует распределение ресурсов, статусов, экономических и социальных льгот. Группы интересов стараются воздействовать на государство. Но это не единственный способ. Другой способ состоит в том, что государство заключает с какой-то группой своего рода конвенцию (явное или неявное соглашение), получая в обмен на предоставляемые привилегии лояльность и гарантию содействия государственным интересам. Если в первом случае можно говорить о лоббировании как «давлении» на государство со стороны групп интереса, то во втором случае речь идет о лоббировании как «обмене», или «контракте».

В первом случае это именуется плюралистическим типом представительства интересов, во втором - корпоративистским.

Плюрализм - такой тип представительства интересов, когда группы давления организуются спонтанно. Они многочисленны, конкурируют между собой и не организованы в некую иерархическую систему. Независимо от государства они определяют свой интерес, своих лидеров, и то, насколько далеко они могут идти в преследовании интересов. В одной и той же сфере деятельности может быть несколько групп. Ни одна из них не обладает монополией на представительство интересов. Достижение своих целей - результат конкурентной борьбы.

От плюралистского коренным образом отличается корпоративистский тип представительства интересов. В этом случае группы интересов сравнительно немногочисленны, функционально упорядочены (каждая группа «отвечает» за какую-то

особенную категорию интересов), иерархизированы. Источник порядка - государство. Именно оно признает за группой монопольное право на представительство определенного интереса в обмен на право влиять на определение этого интереса, отбор лидеров и т.д.

Главным признаком плюрализма является конкуренция, свободное соревнование групп давления в их воздействии на государство, тогда как в корпоратизме налицо род «картельного соглашения», функциональная дифференциация и монополия определенных групп на представительство определенных интересов.

Можно говорить, таким образом, о плюралистском лобби и корпоратистском лобби. Они крайне редко существуют в чистом виде, чаще всего имеется их синтез. Преобладание в том или ином политическом режиме конкретных типов лоббирования определяется множеством факторов. Прежде всего это общий характер политической системы. Например, в советской политике преобладало корпоратистское лоббирование. В экономике лоббирование концентрировалось в централизованных и официально утвержденных группах функционального представительства. В других сферах критерием отбора групп, которым предоставлялась монополия на представительство той или иной категории интересов, служила верность господствующей идеологии. Государство отбирало и наделяло монопольным правом на представительство определенную, идеологически «надежную» группу, после чего конкурентные группы либо ликвидировались, либо присоединялись к отобранной. Такова судьба многочисленных в 20-е годы писательских союзов и объединений. Из них возникла сначала Федерация союзов писателей, а затем Союз советских писателей, получивший от государства монопольное право на представительство интересов литераторов в обмен на лояльность.

В реальной практике лоббирования всегда налицо сочетание плюралистических и корпоратистских структур. По замечанию немецкого ученого Э. Френкеля, «плюралистским является не то государство, которое только плюралистично, но то государство, которое еще и плюралистично».

Лоббирование в административно-командной системе

К 1989 г. власть КПСС утратила идеологическую функцию. Партийное руководство сохранялось больше как система определенных традиций и обрядности. Сложилась довольно сложная и сбалансированная система управления, которая включала в себя отраслевые вертикали и региональную систему. Она контролировалась жестко выстроенной системой ЦК союзных республик и обкомов партии. В этой системе вопросы приоритета региональных или общегосударственных интересов, или же конфликты между отраслями решались на уровне ЦК КПСС.

Потребности распределения приоритетов подтолкнули систему к созданию довольно мощных лоббистских структур как в правительстве, так и в самом ЦК и Политбюро. Ранг и вес различных должностей образовывал собственную иерархию, скрытую от непосвященных завесой секретности, часто просто надуманной.

Одной из таких форм было создание специальных комиссий по решению тех или иных вопросов (Комиссия по оперативным вопросам, Комиссия по объектам «группы 100», Комиссия по военно-промышленному комплексу, которые создавались решениями Совета Министров СССР, ЦК КПСС). Смысл их деятельности состоял в координации работы министерств и ведомств, а при необходимости и местных властей. Обычно комиссии возглавлялись зампредом Совмина, решения комиссий оформлялись как распоряжения Совета Министров СССР, а в случае необходимости как постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР. Руководство комиссией давало ее председателю большую власть. Признаки сгруппировавшейся лоббистской структуры определялись наличием:

- курировавшего отрасль Секретаря ЦК КПСС и Заместителя Председателя Совмина СССР;

- отдела ЦК КПСС, соответствующей Комиссии или Бюро Совмина СССР, отдела или подотдела в Госплане СССР, министерствах и ведомствах;

- соответствующих отделов в ЦК союзной республики или обкоме КПСС и в Совмине союзной республики (кроме Российской Федерации).

В сформировавшуюся таким образом структуру лоббистских воздействий входили следующие составляющие (здесь иерархически упорядоченные в зависимости от их влияния):

- военно-промышленный комплекс, объединенный в так называемую «девятку», т.е. девять основных военно-промышленных министерств;

- строительный комплекс, который объединял семь общесоюзных министерств, систему Госстроя СССР, а также республиканские строительные и специализированные ведомства, причем часть ведомств и министерств имели приписанные войсковые части;

- горно-металлургический комплекс, имевший два общесоюзных министерства и несколько самостоятельных Главков;

- топливно-энергетический комплекс, который включал в себя четыре общесоюзных министерства, имевших и свой строительный комплекс, не входивший в общесоюзный (Миннефтегазстрой и строительные организации Минэнерго);

- химический комплекс, который включал три союзных министерства;

- аграрный комплекс, созданный путем слияния четырех союзных министерств и одного ведомства, а также союзно-республиканских министерств;

- машиностроительный комплекс;

- транспорт и связь.

Остальные министерства и ведомства, включающие в себя организации и предприятия по выпуску товаров народного потребления, медикаментов и так далее, особенно себя никогда как лоббисты не проявляли.

Лоббизм министерств заключался в постоянной борьбе за ресурсы и средства. Это прекрасно видно на примере капитального строительства. Именно в нем, как в зеркале, отражался весь механизм лоббирования. Он функционировал так. В связи с ограниченностью ресурсов под планы строительства необходимо было «пробить строку в плане у генерального подрядчика». Годились любые методы: уменьшение сметной стоимости объекта, выделение пусковых ниток и комплексов, завышение проектных мощностей, подмена проектной документации. Шли на любые ухищрения, самое простое - занижение сметной стоимости объекта. По сложившейся тогда практике она занижалась примерно на 30%, но все рекорды побилло строительство КАМАЗа: сметная стоимость к концу строительства увеличилась в два раза по сравнению с первоначальной.

Делалось все, чтобы начать рыть котлован, потому что без этого никакого строительства быть не могло вообще. Но даже открытие стройки не гарантивало начало работ, так как ряд позиций (кабельная продукция, трансформаторы) выделялись только под пусковые стройки. Таким образом, для строительства объекта необходимо было любым путем включить его в перечень пусковых, хотя все хорошо понимали, что его ввод нереален. Здесь допустимы любые формы давления: на первом уровне - в строительных министерствах и Госплане, на втором - в Совмине СССР, на последнем - в ЦК КПСС с привлечением обкома КПСС и соответствующего отдела ЦК. Обычно плановый объем работ не покрывался материальными и трудовыми ресурсами в среднем на 20%. Тогда в ход шли приемы составления приоритетных списков пусковых объектов. Возглавляли список объекты ВПК, далее шла «группа 100», за ней - список объектов первоочередной государственной важности, после этого список мощностей, контролируемых Госпланом СССР, затем - список по планам министерств и ведомств. Даже включение в первоочередные списки не гарантивало ввода объекта. Необходимо было ежемесячное давление и контроль, которые обеспечивались заседаниями специальных Комиссий Совмина и совещаниями в ЦК с привлечением местных партийных властей.

Региональный лоббизм

Помимо отраслевого существовал и региональный лоббизм, где первые места занимали Москва и Ленинград. Значение области определялось наличием приоритетных предприятий, их удельным весом в экономике страны. Так, если Свердловская область имела всегда приоритетное значение, благодаря связям с лоббистскими структурами ВПК и тяжелой промышленности, то Вологодская область в постановлениях ЦК фигурировала как отрицательный пример реализации «планов партии и правительства». Связь области с лобби определяла возможность развития жилья и соцкультбыта, уровень снабжения, бюджет области. Это было связано с тем, что не только «девятка», но и многие другие министерства имели собственную систему снабжения. УРСы и ОРСы, строительные организации. Именно через них шло формирование планов жилищного строительства за счет средств, выделяемых предприятиями и организациям (2/3 вновь вводимого жилья строилось за счет средств министерств и ведомств), а многие вопросы области решались путем включения строящегося объекта в титульный список мощностей, в первую очередь инженерных сооружений, необходимых городу или области.

В обмен министерства и ведомства требовали режима «наибольшего благоприятствования» для своих предприятий, выделения лучших земельных участков для жилищного строительства и садоводства, поддержки своих решений в ЦК КПСС. Особое положение занимали Крым, Краснодарский и Ставропольский края. Это было связано с тем, что именно в этих местах концентрировались места отдыха партийной и советской элиты. Руководители данных областей имели хотя бы раз в год прямой доступ к власти предрешающим для решения собственных вопросов в обход сложившихся правил. Достаточно сказать, что городу Сочи отводилась отдельная строка в Госплане СССР. Большое значение имело предыдущее место работы Генерального секретаря и секретарей ЦК. Подбор их команд шел за счет окружения. Л. Брежнев окружали люди, ранее работавшие с ним в Днепропетровске, например, Дымшиц и Черненко. Такие связи оценивались довольно высоко и придавали той или иной лоббистской структуре дополнительный вес.

На областном уровне складывалась своя лоббистская структура. В отличие от верхних эшелонов значительное место в ней занимали торговля и система местных кланов и землячеств, которая продвигала своих людей на ключевые должности, образовывая местную элиту. Для внешнего мира местная элита выступала как лоббистское образование города или области. Обычно интеллигенция, за редким исключением, не входила в партийно-хозяйственную элиту, образовывая свой круг общения.

Перестройка

Надежды и реальность

Как ни странно, но идея перестройки большинством лоббистских структур воспринималась вполне положительно, с надеждами на ослабление контроля сверху и сохранение контроля над нижестоящими организациями, на получение свободы для перераспределения прибыли, узаконивания доходов (в том числе и теневых или, скажем, не всегда подлежащих налогообложению). Если учесть, что системы налогообложения как таковой не существовало, а прибыль просто забиралась в бюджет по дифференцированным нормативам (в отдельных организациях отчисляли до 95%), то надежды на хозрасчет внушали оптимизм практически всем.

Однако последствия принятия законов «О кооперации» и «О государственном предприятии» оказались довольно неожиданными. Предприятия начали избавляться от опеки вышестоящих организаций. Вместе с этим стала рушиться сложившаяся система лоббирования и формироваться новая, функционирующая на принципах,

соответствующих скорее плюралистической форме представительства интересов. Первыми стали предприятия НТТМ, которые смогли освоить новые рынки, имели определенные льготы, не обладали значительными фондами, объектами жилья и соцкультбыта. Они первыми освободились от опеки комсомола, включив в свой состав комсомольских и партийных работников, положив тем самым начало созданию новых лоббистских структур на базе личной заинтересованности должностных лиц.

Вторую и самую многочисленную группу составили строительные организации, которые переходили на аренду, распались на кооперативы, создавали новые организации. Значительная их часть находилась в сфере теневой экономики. Легализация «шабашников» и артелей осуществлялась через кооперативы, и эти структуры были вынуждены искать своих лоббистов.

Переход министерств и областей на хозрасчет с одновременным отлучением КПСС от хозяйственной деятельности поставил старую систему лоббизма на грань краха. Отсутствие скрепляющего стержня, которым была система КПСС, резкое сокращение ресурсов практически разрушили старую систему управления. Апофеозом стала экспортно-импортная деятельность периода 1990-1992 гг., когда каждая организация мечтала зарегистрироваться как участник внешнеэкономической деятельности и получить лицензию и квоту на экспорт.

Именно на разнице мировых и внутренних цен при экспортно-импортных операциях, на разнице государственных и биржевых цен на внутреннем рынке, на разных валютных курсах при конвертации рубля были сколочены основные состояния «новых русских». Им было жизненно необходимо избавиться от контроля государства, освободиться от обязанности поставок, максимально облегчить выход на мировой рынок. Все это могло осуществляться только при полном разгроме КПСС и нейтрализации государственных структур, что вполне совпадало с устремлениями радикал-демократов на ускоренное проведение реформ. Разгром плановой системы к этому времени был предпринят, так как шанс на запуск процесса постепенной адаптации ее к рыночной экономике был упущен ранее - в 1988—1989 гг.

После неудавшегося путча 1991 г. произошел стихийный процесс смены элит на всех уровнях власти. В это время лоббирование становится индивидуально-групповым и приобретает криминальный характер. Практически никто, кроме предприятий ВПК, которые приняли на себя удар обвальной конверсии, в организованном лоббировании на высоком уровне не был заинтересован. Простора для деятельности было достаточно и места на новопровозглашенном рынке хватало всем. Организации и предприятия создавали свои биржи, банки, экспортные службы, чаще всего с участием региональных властей, что увеличивало возможности монополизации определенных сегментов рынка. Уместно вспомнить решения Тюменской области о собственной нефтяной бирже (начало деятельности «Гермеса») и организацию московских коммерческих банков. По существу, лоббизм осуществлялся в основном на региональном уровне, редко - на общероссийском, и чаще всего путем «коридорного воздействия» на кого-либо из чиновников.

Льготы шли сразу предприятиям и регионам. Часто постановления, предусматривающие значительные льготы, подписывались прямо на месте, как это было в случае выезда правительства на ВАЗ, где льготы предприятий обменивались на поддержку правительства директорским корпусом. Теперь лоббировались не конкретные фонды и материальные ресурсы, а дополнительное финансирование. Причем чаще всего речь шла не о выделении субсидий и дотаций из бюджета, размер и направление которых можно было проконтролировать, а о предоставлении налоговых, экспортно-импортных и иных льгот, размеры и направление средств от которых невозможно проконтролировать. Какие-то немислимые общества, союзы, объединения и кооперативы начали массовую продажу всего и вся за рубеж.

Предприятия - объединяйтесь!

Проблема новых экономических структур связана с опасением реставрации старого строя и очередного «раскулачивания», поэтому формирование новых лоббистских структур - союзов и ассоциаций промышленников - происходило скорее по политическим, чем экономическим причинам. Именно на этой платформе начинается формирование Лиги кооператоров и предпринимателей (В. Тихонов, И. Кивелиди), Союза предпринимателей и арендаторов (П. Бунич), Ассоциации совместных предприятий, международных объединений и организаций (Л. Вайнберг), Ассоциации крестьянских хозяйств и кооперативов (В. Башмачников), Союза малых предприятий (Н. Шулятьева), Союза товаропроизводителей, Московского союза кооперативов.

Свои объединения создавал директорский корпус страны - руководители крупных государственных объединений и предприятий. Стали создаваться организации, претендующие на монопольное представительство и отстаивание интересов ведущих отраслей промышленности и сельского хозяйства: Научно-промышленный союз (А. Вольский, А. Владиславлев), преобразованный после распада СССР в Российский союз промышленников и предпринимателей, Аграрный союз (В. Стародубцев), Торгово-промышленная палата. Промышленники - в отличие от новых предпринимателей — вначале не связывали отстаивание своих интересов с участием в политической жизни. Старые каналы связей еще оказывали влияние на принятие политических решений и приносили более ощутимые результаты. Но уже в декабре 1990 г. была учреждена первая политическая организация промышленников - Партия свободного труда (И. Коровиков, В. Тихонов). Она проложила дорогу политическим организациям, декларировавшим отстаивание интересов крупного, среднего и малого бизнеса. Следует упомянуть Партию экономической свободы (К. Боровой, И. Хакамада), «Предпринимательскую политическую инициативу» (М. Масарский, К. Затулин), преобразованную в «Объединение предпринимателей за новую Россию», Либеральный союз предпринимателей, Независимое гражданское движение в поддержку предпринимательства в России.

Материал подготовил КРАВЧЕНКО А. И.

Окончание следует