

## Сращивание теневой экономики и теневой политики<sup>1</sup>

С.Ю. БАРСУКОВА

В современной России теневая экономика и теневая политика неразрывно связаны. Они воспроизводят друг друга. Экономические агенты делают политику теневой, покупая места во властной иерархии, продвигая своих людей на выборах и финансируя политические партии. В свою очередь, политика делает теневой экономику, используя ее в качестве финансового источника реализации политических проектов. При этом речь идет не о сращивании теневой экономики и теневой политики как двух негативных, но автономных явлений, а об их взаимообусловленности. Теневая экономика и теневая политика не существуют в России порознь; они представляют собой две стороны единого процесса восстановления властной иерархии как основного принципа распределения экономических возможностей. В центре внимания данной статьи проблема вовлечения теневых капиталов в избирательные кампании. База данных — экспертные интервью с политтехнологами, представителями власти и бизнеса, с теми, кто в силу занимаемой должности или профессионального опыта посвящен в теневые конфигурации интересов участников политического процесса, знаком со схемами сращивания теневой экономики и теневой политики. Статья состоит из трех частей. Сначала мы рассмотрим баланс интересов бизнеса власти в условиях их теневилизации, а именно проанализируем, в чем состоит зависимость бизнеса от теневой политики и почему власть заинтересована в теневом бизнесе. Далее обсудим вопрос, какие стратегии использует бизнес для «захвата власти»? Наконец, расскажем про то, как теневые капиталы вовлекаются в избирательные кампании.

### Бизнес и государство: предмет диалога

Экономика и политика как функциональные подсистемы общества неразрывно связаны: политика создает кодифицированные правила поведения экономических агентов. Уже одно это обуславливает необходимость диалога бизнеса и власти. Теневой бизнес и теневая политика придают диалогу качественную специфику. Что получает бизнес от теневой политики? Зачем теневой бизнес нужен власти?

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках исследования «Сращивание теневой экономики и теневой политики», проведенного автором статьи в 2004—2005 гг. при финансовой поддержке Государственного университета — Высшей школы экономики.

## Зависимость бизнеса от теневой политики

Зависимость бизнес-структур от государственной политики в сфере экономики качественно различается для компаний разного профиля деятельности. Условно можно выделить две формы зависимости бизнеса от государства:

зависимость от предлагаемых государством условий коммерческой сделки, когда государство является покупателем товаров или услуг;

зависимость от эффективности созданной и поддерживаемой государством институциональной системы.

Первая форма зависимости характерна для тех предприятий, которые рассматривают государство в качестве покупателя своих товаров и услуг. Речь идет о рынке госзакупок, объем которого составляет в России 800 млрд руб. Специфика этого рынка состоит в том, что покупатель — монополист, а продавцов — множество.

Вторая форма зависимости бизнеса от государства является универсальной для предприятий всех отраслей и организационно-правовых форм, что связано с силовой, фискальной и административной монополией государства. Более того, для ряда предприятий государство определяет не только рамки предпринимательской деятельности, но и само право входа на рынок. Например, в случае с природными ресурсами решающую роль играет получение базовой лицензии на разработку полезных ископаемых. Эти обстоятельства специфицируют задачи, решаемые в диалоге с властью (рис. 1).

Общее правило конкретизируется, если политика погружается в «тень». Теневая политика — понятие расхожее, но не определенное. Общая негативная коннотация термина уживается с размытостью смысла. На наш взгляд, у теневой политики есть два конституирующих свойства. Первое — формирование и поддержание экономических институтов, объективно направленных на реализацию недекларируемых целей развития, т. е. теневая политика противоречит целевым декларациям. При определенных условиях это создает угрозу протестного поведения населения, уверовавшего в сказанное властью. Поэтому наиболее безопасным способом теневого существования власти является отсутствие идеологии и стратегии развития как таковой. Этот путь тневизации политики ярко выражен в России, где вакуум идеологии и стратегических планов принято считать досадным «недокомплектom» реформирования, несмотря на то, что в этом случае утрачивается сама основа публичной политики и создаются условия для ее неизбежного сползания в «тень».

Вторая черта теневой политики — партикуляризм в отношениях с экономическими агентами. Универсализм в политике означает, что правила поведения и возможности развития касаются не отдельных игроков, а их групп по принципу подобия социально-экономических характеристик. В этом случае политические решения касаются правил взаимодействия по основным линиям экономического диссонанса интересов: труд — капитал, предпринимательство — власть, владение — распоряжение, свобода — принуждение и т. д. В противовес этому теневая политика обслуживает экономические интересы отдельных агентов<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Теневая политика предполагает одновременное наличие двух вышеназванных черт. Так, расхождение действий и деклараций власти может быть следствием простой не-

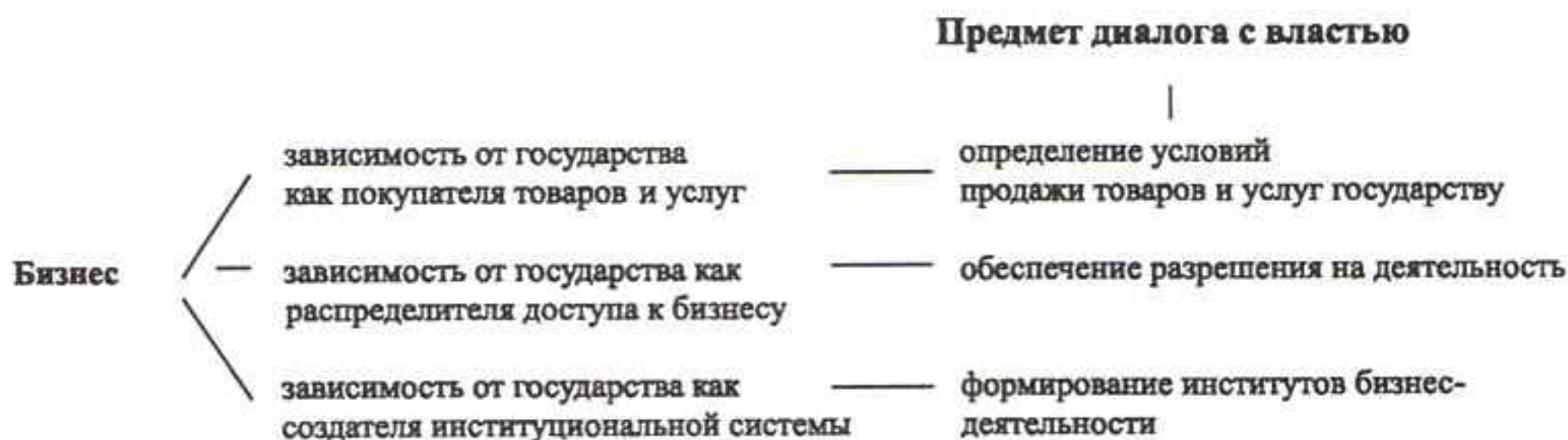


Рис. 1 Типы зависимости бизнеса от власти

Теневая политика — политика недекларируемой цели и партикуляристских мер — это политическая деятельность по формированию экономического неравенства как инструмента реализации интересов отдельных экономических агентов вопреки декларируемым целям развития.

В этой ситуации близость к власти означает для бизнес-организации благоприятные возможности ее развития, что включает:

беснаказанность или минимальные наказания при нарушении хозяйственного законодательства;

предоставление налоговых льгот;

получение госзаказов, субсидий с нарушением конкурсных условий;

выгодные схемы по «распиливанию» бюджетных средств за счет фиктивных работ;

информационное сопровождение, в том числе упреждающего характера о готовящихся нововведениях;

устранение конкурентов силами репрессивных органов;

использование государственных ресурсов (финансовых, силовых, интеллектуальных и др.) для развития фирмы;

приоритетный учет интересов фирмы при выработке законодательства.

Фактически речь идет о приватизации политики, продуктом которой становится не общественное благо в виде кодифицированных правил экономического развития, а частные возможности роста и подавления конкурентов.

За этими сухими положениями скрывается панорама предпринимательских взлетов и падений. Вспомним дело мебельных импортеров «Трех китов», которых буквально отбила от претензий таможенников доблестная Генпрокуратура. Насколько важно для бизнеса иметь хорошие отношения с властью доказывает и тот факт, что только 10% госзакупок в нашей стране идет по тендерам, а 90% на тендер не выставляется, распределяясь между «своими» фирмами<sup>3</sup>. Бизнес

компетентности законодателей, неумения в четких правилах реализовать желаемую экономическую модель. Аналогично неравные возможности экономических агентов могут оправдываться целями общественного развития. В этом случае партикуляризм формальных правил является технологией, инструментом достижения общественного блага, каким оно видится власти.

<sup>3</sup> Такую цифру назвал А. Лившиц в публичном выступлении в клубе Bilingua [Интернет-ресурс: [www.polit.ru/lectures/2004/12/02/livshitz.html](http://www.polit.ru/lectures/2004/12/02/livshitz.html)].

крайне нуждается в благосклонности власти. Не случайно новым направлением российского менеджмента стала GR-функция (Government Relations) по построению взаимоотношений с органами государственной и местной власти<sup>4</sup>.

Игнорирование взаимоотношений с властью ведет к предпринимательскому фиаско. Замечателен пример со «Связьинвестом». В силу нехватки средств у российских предпринимателей приватизация этого объекта была невозможна без участия западных инвесторов. Летом 1997 г. победителем аукционных торгов стал консорциум «Мастком», львиную долю средств в который внес Дж. Сорос. Пакет акций (25% плюс одна акция) был приобретен за 1 млрд 875 млн долл. (при стартовой цене 1 млрд 200 млн). А дальше капитализация «Связьинвеста» резко упала. Кончилось дело тем, что этот пакет акций Сорос продал за 600 млн долл., т. е. убытки составили 1250 млн. Трудно заподозрить команду Сороса в неумении вести бизнес или в необдуманности приобретений. «Ас» бизнеса потерпел неудачу на фоне преуспевания вчерашних комсомольских работников, капитализация предприятий которых росла день ото дня. Объяснение, что все дело в менеджерских усилиях, не кажется состоятельным. Скорее, повлияло то, что «Связьинвест» купил «чужой» (да еще с наклонностями к демократическому мессионерству). Без властной подкормки в нашем климате крупный бизнес не плодоносит.

Теневая политика отражает интересы отдельных экономических игроков, имеющих возможность влиять на власть, в том числе путем взаимопроникновения, осуществляемого в теневой форме. В этом качестве политика используется как технология передела рынка, установления сфер влияния, устранения конкурентов и т. д. Политический ресурс становится способом включения в экономическую борьбу.

## ***Заинтересованность власти в теневом бизнесе***

Теневая экономика — экономическая деятельность вопреки законодательно установленным формальным правилам. Теневая экономика не слушается законодателей, убегает от контролеров и скрывается от статистики, т. е. игнорирует власть. Отсюда вполне логично предположить, что коренной интерес власти состоит в уничтожении этого феномена. Наша задача доказать обратное, — показать, что теневая политика нуждается в теневой экономике, воспроизводит ее и пользуется ее плодами.

Что дает власти теневая экономика? Теневизация экономики позволяет: удовлетворять материальные запросы представителей власти; аккумулировать средства, обеспечивающие консервацию власти.

Первая позиция — *удовлетворение материальных запросов представителей власти* — разворачивается в разнообразные схемы, позволяющие конвертировать административные возможности в экономическое процветание. Речь идет

<sup>4</sup> Функцию GR (Government Relations) могут выполнять: 1) высшее руководство компании, 2) вице-президент, директор по отношениям с органами власти, 3) департамент по отношениям с органами власти, 4) департаменты корпоративных отношений, по связям с общественностью и др., 5) советники, помощники по отношениям с органами власти. Сравнение достоинств и недостатков этих организационных рамок GR-деятельности в: [Евсеев, Барсукова 2005, с. 30—38].

о банальной коррупции в виде дележа предпринимательских доходов в формате взяток, «откатов», «посреднических процентов» и т. д. Есть и более закамуфлированные формы оплаты услуг власти — оформление в качестве консультантов, трудоустройство родственников и т. д. Распространено долевое участие чиновников в успешных бизнес-предприятиях как плата за оказываемые бизнесу услуги. За счет подконтрольных политических и властных ресурсов обеспечивается стабильность и рост патронируемого в теневом режиме бизнеса.

Вторая позиция — *самосохранение власти* — также достигается за счет неформального изъятия средств из экономики. Но в этом случае аккумулируемые от патронирования бизнеса средства не распыляются между отдельными представителями власти, а служат корпоративным интересам, являясь финансовой основой воспроизводства власти в ее нынешнем виде.

На что идут эти средства? Предельно упрощенный и краткий ответ следующий: эти средства используются для финансирования политических проектов, обеспечивающих победу разнообразных «партий власти» и поражение внесистемной оппозиции. В этом же ряду — политические проекты и финансирование формально независимых от государства структур, оказывающих значительное влияние на формирование идеологической составляющей развития.

По сути, между теневым бизнесом и властью устанавливается компромисс — власть закрывает глаза на теневизацию экономики в обмен на финансирование своего политического долголетия. Теневая экономика служит финансовым донором теневой политики. Легальная экономика для этой роли не годится. Во-первых, как ее заставить? Во-вторых, она быстро обескровит, не вынеся налогового бремени, дополненного «добровольными пожертвованиями» на политические проекты. У теневой экономики есть еще одно важное преимущество перед легальной: в случае нежелания экономического агента вкладывать ресурсы в политические проекты существующей власти с ним можно расправиться на вполне законных основаниях. «Матросская тишина» — самое доходчивое написание олигархам, выбирающим стиль взаимоотношения с властью. Отсюда объектом постоянной заботы и опеки власти служит теневой бизнес. Его возвращают, документируя этапы роста (так называемый компромат)<sup>5</sup>. При этом власть сохраняет за собой право объявить «войну олигархам», что, с одной стороны, является потенциальным ресурсом электоральной поддержки, а с другой, поддерживает олигархов в состоянии поиска случая быть полезным власти.

Тут необходимо сделать оговорку. Помимо денежных потоков, которыми бизнес оплачивает теневую политику всех уровней и которые в аккумулированном виде составляют финансовую основу теневых политических проектов, существует также система ответных услуг, которые бизнес оказывает власти. Обычно время интенсивного предъявления «долговых обязательств бизнеса» приходится на выборы исполнительной власти всех уровней. В этот момент бизнес-структурам, чьи проблемы успешно решались прежней властью, напоминают об этом. И они начинают отдавать долги, выполняя роль спонсоров или публичных сторонников тех партий и одномандатных кандидатов, на которые указывает власть. Формы спонсорства могут быть крайне разнообразными — от

<sup>5</sup> Существует специализированный журнал «Компромат.RU» (тираж 10 тыс.), посвящаемый той персоне, которую по тем или иным соображениям власти пора «выводить из игры». Скажем, в 2003 г. номер посвятили М. Ходорковскому (№ 15).

использования собственных мощностей под выпуск агитационной продукции до обеспечения силового давления на политических конкурентов.

Но не только в политических проектах дело. Вертикальные каналы изъятия «откупных» теневой экономики необходимы для погашения межведомственного напряжения. Угроза стабильности власти связана с претензиями разных ведомств и уровней власти на передел средств, поступающих от теневого бизнеса. Сколь бы цинично это ни звучало, но при отсутствии гражданского общества угрозу власти представляют только те процессы, которые происходят внутри властной системы. Все «внешние» процессы и движения легко канализируются в неопасные для власти сюжеты, включая подкуп внесистемных лидеров включением их в действующую власть. Главное для сохранения власти — уметь договариваться со «своими». Вот это действительно проблема, поскольку разные ведомства, разные уровни и ветви власти объективно имеют разные возможности зарабатывать, патронируя теневой бизнес. Одни непосредственно и регулярно соприкасаются с предпринимательством, другие имеют такую возможность эпизодически (например, судебная власть). У одних в руках широкая палитра средств воздействия на бизнес, у других такая палитра крайне бедна. Различие возможностей влиять на бизнес-процесс обуславливает различие теневых вознаграждений, что лежит в основе взаимных претензий, расшатывающих власть. Дифференцированные возможности патронировать теневой бизнес и, соответственно, различие зарабатываемых средств создают опасность блоков и группировок внутри властной системы. Поэтому для стабилизации власти жизненно необходимы вертикальные каналы аккумуляции поступлений от теневого бизнеса.

Скажем, поборы таможенников вполне могли вызывать зависть других ведомств, что неминуемо привело бы к межведомственной войне с участием ОБЭП, Генпрокуратуры, МВД, органов сертификации и лицензирования и т. д. Отчасти этого не удалось избежать (при этом воевали опосредованно, т. е. удары наносились исключительно по предпринимателям). Но в масштабное противостояние ведомств это не вылилось, поскольку таможенная схема была обложена неформальными обязательствами передачи средств наверх, — на оплату услуг по «поддержанию схемы».

Вышеописанный сюжет вызывает аналогию с законом средней нормы прибыли на капитал. Этот закон, сформулированный К. Марксом, касается капитала экономического. Но равный административный капитал также приносит его владельцам примерно равную прибыль. Если экономический закон обеспечивается свободным переливом капитала, т. е. связан с саморегулирующим потенциалом рынка, то равная прибыль на административный капитал достигается посредством неформальных административных указаний, касающихся пропорций оставляемых на месте и передаваемых наверх средств.

Рядовой налоговый инспектор, конечно, «кормится» от контролируемых им объектов, но далеко не все «откупные» теневого бизнеса достаются ему лично. Значительная доля уходит вверх. На более высоких этажах решаются более серьезные проблемы бизнеса, соответственно, цена вопроса растет. И опять происходит дележ с верхами. Все уровни властной иерархии вносят свой вклад в этот поток. Так формируется коррупционная пирамида. При этом вряд ли кто из «пайщиков» понимает конечный размер, маршрут и, главное, назначение отправляемых наверх средств. Но каждый понимает, что его место в системе зависит от неукоснитель-

ного соблюдения заведенного порядка. Не так страшно сорвать план по сбору средств, поступающих в государственный или муниципальный бюджет (всегда можно сослаться на объективные трудности), но невыполнение обязательств по насыщению вертикальных каналов «откупными» теневого бизнеса несовместимо с пребыванием в системе.

Вертикальные потоки концентрации средств, поступающих от теневого сотрудничества бизнеса и власти, снимают межведомственное напряжение, стабилизируя тем самым власть. В предельно жесткой форме это означает, что российская власть покоится на многочисленных коррупционных пирамидах, буквально прошивающих экономическое пространство и уходящих на самый верх. Там, видимо, их вершины сливаются, о чем можно только догадываться (небожители впечатлениями не делятся, а если и делятся, то только после того, как становятся «бывшими»). В этой логике процесс стабилизации власти означает слияние коррупционных пирамид, их сведение в одну точку, а дестабилизация — есть процесс их обособления и конкуренции. Пользуясь емким языком В. Пелевина, наш «консенсус элит» обеспечивается валовым национальным откатом [Интернет-ресурс: <http://www.izvestia.ru/culture/article3003450>].

Если мы свыклись с мыслью, что в стране есть две экономики, вполне сопоставимые по обороту — теневая и легальная (причем различить их все сложнее, так как они причудливо переплетены в жизни одного и того же предприятия), то надо быть всего лишь последовательными и сделать вывод о наличии двух механизмов концентрации средств «наверху» — легального налогообложения и нелегальных поборов как платы за поддержание теневых схем. Первый механизм распространяется на легальную экономику, второй — на теневую. Первый пополняет официальный бюджет государства и расходуется на публично утвержденные цели, тогда как второй служит основой теневого бюджета, используемого властью на несанкционированные цели. Теневая экономика создает финансовый фундамент теневой политики. Финансовые потоки, вливаемые бизнесом в политику, обслуживают не индивидуальные запросы представителей власти, а их корпоративный интерес в воспроизводстве своих властных полномочий.

В предельно жестком виде ответ на вопрос — сможет ли российский бизнес «выйти из тени»? — звучит следующим образом: его не выпустит из «тени» власть, теневой характер которой объективно нуждается в теневом бизнесе. Именно власть конструирует ситуацию, при которой бизнес вынужден участвовать в игре «Кто станет своим для власти». Какие стратегии бизнес при этом использует?

## Стратегии «захвата власти» бизнесом

В деле «захвата власти» бизнесом можно выделить две стратегии: «рыночную» и «инвестиционную». При первой покупается *услуга власти*, при второй — *место во властной иерархии*. «Рыночная» стратегия все более спускается на низовой уровень властной иерархии, являясь безальтернативной для малого и среднего бизнеса. «Инвестиционная» стратегия реализуется преимущественно бизнесом

крупным. Наша задача — описать эти стратегии, характер решаемых ими задач, а также систему возникающих при их использовании рисков<sup>6</sup>.

### «Рыночная» стратегия

Теневой диалог власти и бизнеса может проходить в «рыночной» логике, при которой властные возможности рассматриваются как товар (услуга), который может быть куплен. Бизнес интересуется властными решениями как напрямую связанные с данным бизнесом (например, установление импортных квот на определенный вид товаров), так и косвенно на него влияющего (например, экологическое регулирование). По этому поводу разворачивается острейшая конкурентная «борьба влияний» с попытками предотвратить (или ускорить) принятие решения, изменить смысл, формулировки принимаемого документа<sup>7</sup>.

Но «покупка» власти не ограничивается властью законодательной. «Рыночные» услуги исполнительной власти касаются как ускорения разрешенных законом (и напрямую предписанных для исполнения) процессов, так и принятия решений в законодательно неоформленном пространстве (в «правовых пустотах»). Возможны и противозаконные решения, но это особо рискованный сегмент рынка теневых услуг власти. То есть «рыночная» стратегия состоит в систематическом и устойчивом приобретении бизнесом услуг власти, оказываемых в теневом режиме, что превращает отношение чиновника и предпринимателя в подобие контрактной сделки.

Решения власти имеют определенную цену. Складываются устойчивые расценки, и эти расценки зависят от трех факторов:

размер ренты, которая может быть присвоена за счет получения нужного решения или потеряна при неполучении этого решения;

время, в течение которого может быть получена рента;

котировка (статус) места чиновника, получающего оплату за услугу, во властной иерархии.

Очевидно, что эти факторы действуют лишь как тенденция. Цена может сильно варьировать, что является результатом торга, в котором решающую роль играет социальный капитал контрагентов. Значение имеет, кто и в какой форме выступил посредником сделки. Важно и то, взял ли посредник на себя роль гаранта сделки или ограничился информационным посредничеством.

Различаются как «оборонные», так и «наступательные» стратегии бизнеса. «Оборонные» действия обеспечивают лояльность власти к нарушениям, когда власть закрывает глаза на преступления закона (например, взятка проверяющему

<sup>6</sup> Подчеркнем, что в данной работе термин «захват власти» распространяется на все уровни и ветви власти. Это принципиально отличается от терминологии Д. Гамбетты, который в рамках теории агентских отношений связывал «захват власти» с деятельностью принципала (законодательного органа), а «коррупцию» — с деятельностью агента (представителя исполнительной власти) [Радаев 2005, с. 171—175].

<sup>7</sup> Отметим, что российская практика подкупа голосов политиков и должностных лиц не нова. Еще М. Острогорский и М. Дюверже отмечали, что в развитии парламентских групп, например британских, довольно большую роль играла коррупция: «...в Палате даже существовало окошечко, где парламентарии могли узнать цену своего голоса в момент баллотировки» [Дюверже 2002, с. 25].

налоговому инспектору). «Наступательная» стратегия обеспечивает не безнаказанное нарушение формальных норм, а их изменение (выработку) в соответствии с требованиями бизнеса, т. е. предполагает теневое лоббирование конкретных решений органов власти (как представительных, так и исполнительных), что включает:

внесение необходимых поправок в проекты принимаемых или в действующие законы, приказы, распоряжения;

выделение бюджетных средств на определенные цели и объекты;

заключение договоров на поставку товаров и осуществление работ за счет бюджета;

принятие решений о выделении квот, выдаче лицензий, разрешений о приватизации объектов, продаже либо сдаче в аренду, в пользование государственного или муниципального имущества и земельных участков.

Цена решения вопросов рассчитывается исходя из возможного объема потерь или приобретений конкретного бизнеса, а также исходя из ценности (веса) самого документа, получаемого в результате решения. В наших интервью звучали оценки: «цена» запроса депутата Государственной Думы 3-го созыва (т. е. до того, как партия «Единая Россия» монополизировала эту площадку) составляла до 500 долл., а запроса Государственной Думы (т. е. проведенного через пленарное заседание) — до 2000 долл. Цена решения, принятого высшими чиновниками (министром, вице-премьером, премьером), может достигать десятков миллионов долларов.

Оценки услуг лоббистов можно найти в печати: «...В случае внесения в основную часть федерального бюджета финансирования капитальных вложений в тот или иной объект, группе осуществившей эту операцию лоббистов в момент принятия бюджета выплачивается 5% от суммы капиталовложений. Если же они не торопятся и ждут поступления средств “заказчику-бюджетополучателю”, сумма может вырасти до 10%. Если капвложения включаются в перечень дополнительных доходов бюджета, сумма выплат в момент принятия соответствующего решения Госдумой составляет лишь 2%. Однако если группа лоббистов согласна ждать до прихода средств на счета бюджетополучателя, она получает “за качество” около 10%.

Эксклюзивная услуга — “сопровождение” проекта внутри Минфина; плата за получение бюджетных капиталовложений точно по нужному бюджетополучателю графику ...может обойтись ему до 30%. По приватизационным сделкам стоимость лоббистской деятельности по включению того или иного объекта в законодательно утвержденный список приватизируемых объектов составляет 1% от ожидаемых поступлений от приватизации сразу же после принятия решения. Если лоббисты согласны ждать до момента приватизации, оплата их услуг возрастает до 2—3%» [Делягин 2001, с. 99—100].

Оплата принимаемых Государственной Думой законопроектов «стала основным источником пополнения семейной и партийной казны депутатов. Заказчики — крупные фирмы, представители министерств или корпораций — имеют дело с руководством крупных фракций, реже — с видными депутатами. Деньги берутся наличными или через подставные депутатские фирмы. Сумма “гонорара” обычно составляет 2—3% от предполагаемой прибыли» [Мухин 2003, с. 80].

По данным Фонда ИНДЕМ, «стоимость внесения любого законопроекта на рассмотрение Государственной Думой РФ — примерно 250000 долл. ...Де-

путаты Государственной Думы РФ, входящие в такие ключевые комитеты, как, например, бюджетный, имеют от коррупционных сделок доходы примерно по 300000 долл. в год»<sup>8</sup>.

Эти цифры не следует воспринимать как законченный прайс-лист. И в печати, и в наших экспертных интервью можно найти массу нестыковок. Примерно равным услугам власти вменяют существенно разные «цены», что связано с ситуацией торга и влиянием социального капитала его участников.

Покупка административных услуг отчасти исследована<sup>9</sup>. Развернуто публичное обсуждение этой проблемы. Политиками, чиновниками и исследователями широко употребляется термин «взяткостность законов». Этот термин означает, что в момент принятия закона уже можно «вычислить», за какие услуги и какой слой чиновников будет брать взятки (или получать комиссионные — «откаты»). Исходя из открывающихся возможностей, можно примерно определить объем создаваемого административного рынка.

### **«Инвестиционная» стратегия, или формы «политического инвестирования»**

Иные возможности теневого сотрудничества власти и бизнеса открываются в рамках «инвестиционной» или «венчурной» логики. В этом случае покупается не властная (административная) услуга, а обязательства политика, который при избрании (назначении на должность) должен будет обеспечивать властные аспекты развития конкретного бизнеса. Другими словами, бизнес покупает не услуги чиновника или законодателя, а место во власти, ставя на него своего человека. Правда, нет никаких гарантий, что оказавшийся во власти ставленник бизнеса не начнет вести свою игру. Соответственно, затраты бизнеса включают систему мер, гарантирующих управляемость «выдвиженца».

«Политическое инвестирование» возможно в трех формах:

лоббирования назначения на руководящие должности в структуры исполнительной власти, т. е. покупка мест во властной иерархии;

проведение своего кандидата к победе на всевозможных выборах местного, регионального и федерального уровней (или покупка мест в партийных списках);

покупка и финансирование деятельности политических партий.

Здесь надо сделать важную оговорку. Реальное желание бизнеса проникнуть во власть не следует путать с имитацией, в основе которой лежит «засветка» и ничего более. В последнее время становится все больше кандидатов во власть, которые изначально знают, что их не изберут. Их принципиальной задачей является полномасштабная раскрутка своей фирмы за счет бесплатного эфирного времени в СМИ, доставшегося на жеребьевке. После того, как их имя становится узнаваемым, их бизнес резко повышает шансы на привлечение

<sup>8</sup> Эти данные приведены в докладе Фонда ИНДЕМ «Диагностика российской коррупции: социологический анализ» [Интернет-ресурс: <http://www.anti-corr.ru/awbreport/index.txt.asp?filename=rutxt/01/xml>].

<sup>9</sup> Наиболее полный обзор теорий коррупции, включая ее функциональную, институциональную и неолиберальную концепции, можно найти в: [Социально-экономические аспекты... 1998].

долгожданных инвесторов и партнеров. Вспомним В. Брынцалова, сумевшего превратить президентскую гонку в бренд своей фирмы. Участие в выборах — дорогое удовольствие. Но, по мнению специалистов, рекламная кампания с аналогичным эффектом стоила бы значительно дороже.

Покупка должностных мест осуществляется, естественно, не буквально. Внешне соблюдаются правила бюрократического приличия: отбор, проверка компетентности, утверждение в должности и т. д. Но за этой внешней механикой скрывается предзаданность результата, поскольку бизнес готов щедро оплачивать приход к власти «своего» человека<sup>10</sup>.

Вокруг покупок должностных мест складываются достаточно устойчивые «таксы». Необходимо оговориться, что подобные расценки были и во времена СССР. Так, в закрытом докладе первого секретаря ЦК КП Азербайджана Г. Алиева в 1970 г. были озвучены следующие неофициальные расценки на занятие руководящих постов в республике: должность районного прокурора — 30 тыс. руб., должность начальника районного отдела милиции — 50 тыс. руб., должность первого секретаря райкома КП Азербайджана — 200 тыс. руб. Средняя официальная зарплата по стране в те годы составляла 257 руб. в месяц [Бондаренко 2002, с. 94—95]. Наивно думать, что такая система прижилась только в Средней Азии.

Но вернемся к дням нынешним. Из интервью с участниками исследования следует, что для окончательного утверждения на должность члена Совета Федерации (при наличии решения регионального законодательного собрания) нужно заплатить порядка 2 млн долл. Примерно такого же размера такса для назначения на руководящие должности в ведущих министерствах (руководитель службы или агентства). Впрочем, эти «таксы» не вывешиваются на дверях кабинетов, поэтому разброс в их оценках довольно велик. Так, по данным Фонда ИНДЕМ, стоимость назначения депутата на должность председателя комитета оценивается примерно в 30 тыс. долл. США [Интернет-ресурс: <http://www.anti-corr.ru/awbreport/indextxt.asp?filename=gutxt/01/xml>]. Эти деньги кандидат на должность не платит лично. Оплату расходов берет на себя заинтересованный в назначении бизнес.

Оплата должностных назначений может осуществляться как наличными деньгами, так и на бартерной основе. Пример из интервью: в обмен на просьбу губернатора помочь с газификацией сельской местности в Брянской области Газпром выдвинул требование о назначении своего представителя в качестве члена Совета Федерации от этой области. Договоренность была достигнута.

Возможность «купить» место во власти быстро осознал и криминальный бизнес. Не случайно понятийный ряд «бандитская крыша» и «красная крыша» (охрана бизнеса правоохранительными органами) в середине 1990-х годов пополнился «депутатской крышей». И вот уже есть информация о том, что «93 из 450 избранных в декабре 1999 г. депутатов Государственной Думы до избрания находились в оперативной разработке спецслужб и правоохранительных органов, это около 20% депутатского корпуса» [Мухин 2003, с. 90].

<sup>10</sup> Эту схему изобрели не мы и не сейчас. Например, в 1714 г. в Англии был учрежден пост политического секретаря казначейства, вскоре переименованного в the Patronage secretary (секретарь-покровитель), который устраивал выдвижение на правительственные должности с помощью подкупа [Дюверже 2002, с. 25].

Впрочем, продаются места не только в государственных, но и в общественных организациях, имеющих возможность влиять на власть. В этом смысле примечательна история назначения Леонида Невзлина лидером Российского Еврейского Конгресса (РЕК). Прежде этот пост занимал В. Гусинский. Ему не повезло: он занял у «ЮКОСа» 200 млн долл. под векселя. Эти векселя были предъявлены к погашению в тот момент, когда структуры Гусинского оказались в весьма трудном положении в свете аналогичных требований Вяхирева и Лужкова. Можно, конечно, считать это простым совпадением, но «ЮКОС» снял свои требования об оплате векселей одновременно с уходом Гусинского с поста президента Российского Еврейского Конгресса и назначением на этот пост Невзлина [Скворцов 2001].

Вышеназванные формы «политического инвестирования» существенно различаются с точки зрения возможного наказания. Оплата за назначение человека на должность является деянием криминальным с соответствующими последствиями. Использование же в ходе выборов теневых средств лишь в одном своем звене, связанном с незаконным выводением денег из оборота предприятий («обналичиванием»), квалифицируется как налоговое нарушение. Все остальные этапы использования «черных» денег в политических проектах при их обнаружении квалифицируются лишь как административные нарушения. Последствиями таких нарушений могут быть отмена регистрации избирательного объединения или кандидата, отмена полученного ими результата, удержание в пользу бюджета внесенного для регистрации залога, штрафы, налагаемые на виновных лиц.

Покупка партий является еще менее рискованной сделкой с точки зрения возможного наказания. Ведь официально партии не продаются. Процедура купли—продажи заменяется проведением съезда с избранием нового лидера. Все проходит совершенно официально и регистрируется в Минюсте.

Подчеркнем, что названия двух стратегий — «рыночная» и «инвестиционная» — оправданны лишь как образные. На деле описываемые процессы крайне слабо соответствуют логике рынка или инвестирования.

Так, не удастся перенести понятие «административного» рынка на отношения между чиновником и бизнесменом. Когда чиновник оказывает услуги предпринимателю, последний, как правило, лишен возможности выбора. Теоретически, если вопрос не решен на одном уровне, можно обратиться выше. Однако многие вопросы требуют решения на определенном уровне, а выше решаются проблемы более сложные и масштабные, и совсем за другие деньги. Сверху вниз движение тоже, как правило, невозможно. Если начальник отказал, то подчиненный не решит вопрос, опасаясь последствий. Другими словами, рынок такого рода услуг полностью «монополизирован».

Казалось бы, «инвестиционная» логика должна быть более основательна, т. к. политик, получая авансом ресурсы от бизнесмена, попадает в зависимость, которую необходимо отработать. Однако практика показывает, что это не всегда так.

## **Риски «политического инвестирования»**

«Политическое инвестирование» — процесс рисковый. Риски сводятся к двум моментам:

изменение полномочий проведенного во власть субъекта;

изменение его мотивации по отношению к бывшему «спонсору».

Наиболее показательны урезания полномочий губернаторов Федеральным центром. Заметим, что их лишили наиболее доходных полномочий (лицензирование тотализаторов и игорных заведений, отмена региональных спецмарок на алкогольную продукцию и права «второго ключа» при выдаче лицензий на недропользование). Соответственно проиграли структуры, инвестирующие средства в губернаторские выборы в целях решения соответствующих задач.

Привлекательность «политических инвестиций» чутко реагирует на все изменения формальных полномочий и неформальных договоренностей властных позиций. Относительное снижение «рентабельности» депутатского мандата федерального уровня связано с тем, что решение многих ключевых вопросов перенесено в структуры исполнительной власти (к примеру, согласования по бюджету сегодня проводятся в министерствах и ведомствах) [Лапина, Чирикова 2004].

Мотивы «выдвиженца» тоже могут поменяться. Проведенный во власть субъект становится обладателем принципиально новых возможностей. Среди них — возможность контролировать информационное поле и силовые структуры. Как следствие, появляется соблазн в одностороннем порядке расторгнуть обязательства перед своим «инвестором».

Свежий, широко освещенный прессой пример — ситуация с губернатором Рязанской области Г. Шпаком и его спонсором Н. Сучковой. Получив приличные деньги на проведение избирательной кампании, Шпак после победы «кинул» своего спонсора. Поскольку деньги были теневыми, а расписок никто никому не давал, единственное, что оставалось обманутой Сучковой — устроить публичный скандал, который, естественно, ни к чему не привел.

Бывает, что для «кидания» нужны более изощренные технологии и кропотливый труд. Так, губернатор Брянской области Ю. Лодкин довольно спешно решал вопрос с финансированием своих выборов. Деньги были нужны позарез. Поэтому завод «БМЗ», считавшийся флагманом брянской индустрии, очень быстро и тихо был продан фирме, пообещавшей решающее участие в выборной кампании. Ситуация полностью контролировалась: об этом событии в местной прессе появилась всего одна статья на два абзаца. После выборов губернатор решил, что продешевил и повел решительное наступление на собственников. Была возбуждена процедура банкротства. Вскоре выяснилось, что банкротство затеяно в интересах Уральской горно-металлургической компании (УГМК). После трех лет споров и судебных разбирательств «БМЗ» перешел под управление некоего холдинга, акционерами которого являются фирмы, прямо аффилированные с УГМК.

Впрочем, известны и более драматичные истории, связанные с подобным «инвестированием». Выборы А. Лебеда губернатором Красноярского края в значительной степени опирались на помощь местного предпринимателя Анатолия Быкова. Вышедший из повиновения губернатор повел атаку на бывшего «спонсора». За внешне личностным конфликтом стоял интерес холдинга «Русал» к Красноярскому алюминиевому заводу (КраАЗу), блокирующий пакет акций которого принадлежал Быкову. Развязку этой истории знает вся страна: Быков попал под стражу по обвинению в инициировании убийства другого бизнесмена. Он был выпущен только тогда, когда в результате дополнительной эмиссии акций КраАЗа доля собственности Быкова сократилась до символического размера (с 28% на момент ареста до 2% при выпуске на свободу) [Волков 2005, с. 331].

Эта история показательна в том смысле, что «рыночная» и «инвестиционная» стратегии, сменяя друг друга, явились этапами отношений власти и бизнеса. На первом этапе работала «инвестиционная» логика, позволившая крупной экономической структуре, руководимой А. Быковым, провести «своего» человека во власть. На втором этапе ее сменила «рыночная» логика, когда за услуги губернатора была предложена столь высокая цена, что он решился аннулировать систему прежних обязательств. Фактически, губернатор встал на сторону «Русала» и стоящими за ним О. Дерипаски и М. Черного. Приобретя вместе с местом во властной иерархии доступ к силовым и информационным ресурсам, губернатор устранил «спонсора» легально и публично.

Отсюда следует, что в ситуации, когда покупается не властная услуга, а вкладываются деньги в будущие властные приобретения (такие вложения могут быть названы «политическими инвестициями»), главной проблемой инвестора является защита своих вложений. Ему необходимо добиться реальной управляемости полученного в результате инвестиций объекта.

Способы контроля за соблюдением неформальных договоренностей политиков и предпринимателей, конечно, существуют. Речь идет о силовом давлении, об угрозе обнародования компромата. Однако действенность этих мер весьма ограничена. Это связано с тем, что «делегат от бизнеса», получивший доступ к власти, становится субъектом, распоряжающимся (прямо или косвенно) силовыми и информационными ресурсами. В этом случае риск и цена его силового притеснения резко возрастает. То есть нужны иные меры, обеспечивающие послушность представителя власти. И такие меры успешно освоены крупными бизнес-структурами. Если деньги в политические проекты вкладывают серьезные структуры, такие как, например, СУАЛ, РУСАЛ и РАО «ЕЭС», то они могут не опасаться за соблюдение неформальных договоренностей, под которые даются деньги на выборы. Их интересы гарантированно будут соблюдаться. Почему?

Дело в том, что у этих структур есть серьезные рычаги воздействия, скажем, на избранного губернатора (что, видимо, сыграло не последнюю роль в решении федерального центра отменить губернаторские выборы). В их числе регулирование уплаты налогов на территории региона, участие в социальных программах, более или менее лояльное отношение к должникам, деятельность которых важна для обеспечения социальной стабильности в регионе. Поэтому более мелкий бизнес, инвестирующий средства в политические проекты ради реализации своих бизнес-интересов, вынужден присоединяться к пулу участников, возглавляемых особо влиятельной структурой или персоной. Это и есть логика формирования «политических команд», теневых финансовых группировок, которые фактически выполняют роль политических партий, но не в публичном, а в теневом политическом пространстве.

## ***Избирательные кампании как рынок теневых услуг***

Вопрос о том, куда крупнейшие отечественные финансово-промышленные группы предпочитают инвестировать средства, имеет неожиданный ответ: одним из важнейших приоритетов является инвестирование в выборы. Годовой оборот рынка политконсалтинга зависит от того, сколько и какого уровня выборы проходят в этот год. Если год «урожайный», то годовой оборот составляет до 500

млн долл. [Минченко 2004]. И это не все затраты на избирательные кампании, а только те, которые проходят через консалтинговые фирмы.

И тут нельзя не упомянуть весьма пикантную особенность таких инвестиций — их преимущественно *теневой характер*. Использование «черных» наличных денег в избирательных кампаниях широко практикуется как «левыми», так и «правыми», как кандидатами от власти, так и оппозиционерами<sup>11</sup>. Технология избирательных кампаний в общем и целом строится на широком использовании ресурсов теневой экономики. Именно поэтому злосчастная коробка из-под ксерокса, всплывшая в избирательном марафоне Б. Ельцина, не вызвала протестов и инициатив публичных разбирательств ни одной политической партии. Все боялись обращения внимания в свою сторону. Какова финансовая сторона российской избирательной практики?

### **«Белые», «черные» и «серые» статьи бюджета избирательных кампаний**

Многочисленные интервью с политтехнологами, проводшими не одну кампанию, показывают, что официально, т. е. в «белую», оплачиваются лишь те расходы, информация о которых легко может стать достоянием проверяющих органов и конкурентов по избирательной кампании, а именно:

аренда помещения штаба и общественных приемных, связанные с этим коммунальные услуги;

публикации в рамках официальной кампании в СМИ, т. е. в течение 30 дней перед голосованием (в соответствии с результатами жеребьевки газетных площадей, теле- и радиоэфиров);

официально объявленные тиражи агитационных материалов;

официально арендованные рекламные поверхности;

частично работа агитаторов.

Вот, собственно, и все. Остальная часть расходов кампании осуществляется из фонда неучтенных наличных средств. По оценкам действующих политтехнологов, потребность в официальных денежных средствах при проведении избирательных кампаний депутатов различных уровней относительно невелика и составляет в среднем от 30 до 50% реального бюджета (в кампаниях по выборам глав исполнительной власти — губернаторов, мэров крупнейших городов — эта доля еще меньше)<sup>12</sup>. Практически во всех выборных кампаниях расходы по отчету, сдаваемому в избирком, существенно ниже установленного законом предельного значения.

<sup>11</sup> Теневое финансирование выборных кампаний и деятельности политических партий — явление отнюдь не только российское. Так, в ходе «Уотергейтского скандала», повлекшего отставку президента Р. Никсона (1974 г.), были вскрыты массовые случаи незаконных финансовых пожертвований на политические цели со стороны крупных американских корпораций. А в декабре 1999 г. разразился скандал по поводу так называемых черных фондов правившей последние 16 лет партии христианских демократов, что задело имя прежнего канцлера Германии Гельмута Коля [Бондаренко 2002, с. 167—168].

<sup>12</sup> Примерно та же пропорция отмечается при выборах Президента Украины. По официальным данным, на выборы было потрачено полтора млрд долл., а по неофициальным В. Янукович потратил около трех млрд долл., а В. Ющенко — около двух млрд [Петров, Галимова, Озерова 2004].

Деятельность профессиональных исполнителей политических проектов — это пример достаточно широкого и емкого теневого рынка услуг. Ни один политтехнолог и даже ни одна официально зарегистрированная политтехнологическая фирма не примут заказ на проведение избирательной кампании до тех пор, пока не получат в качестве аванса, образно говоря, «чемодан денег». На большие кампании таких «чемоданов» нужно несколько. На что расходуются теневые средства избирательного бюджета? Полностью или частично «вчерную» оплачиваются:

- гонорары и командировочные расходы политтехнологов и специалистов штабов, аренда жилья для них;

- транспортные расходы;

- мобильная связь;

- работа журналистов, дизайнеров, юристов;

- оплата лояльности журналистов и редакторов СМИ, лидеров общественного мнения, блокирование «вредной» информации в СМИ;

- рекламные и полиграфические услуги, оплачиваемые сверх официальных тиражей, а также размещение публикаций в прессе, радио- и телеэфиры, оплачиваемые вне рамок официальной политической рекламы или за пределами установленного законодательством срока;

- обеспечение безопасности, охрана помещений и готовых тиражей агитационных материалов при их перевозке и хранении.

Такие неучтенные оплаты повсеместно практикуются ввиду их технологического удобства. Скажем, необходимо быстро задействовать несколько сотен или даже тысяч агитаторов. Оформление тысяч трудовых договоров затянет процесс и существенно поднимет цену делопроизводства. Или нужно обеспечить срочный выход материала в СМИ (по закону оплата публикации должна поступить на счет СМИ до выхода тиража, а следовательно, с учетом времени банковского оборота, платеж должен быть произведен минимум за два дня до этого). Особой оплаты требуют материалы провокационного, скандального, оскорбительного или компрометирующего характера (так называемый черный PR)<sup>13</sup>. Понятно, что речь идет о неучтенной наличности.

Часть расходов принципиально не может быть оплачена официально. Это расходы по криминальному сопровождению избирательных кампаний. К ним относятся:

- оплата действий, которые содержат состав административных нарушений (мелкое хулиганство, вандализм, проведение несанкционированных публичных акций и т. д.);

- оплата действий, которые могут вызвать негативную оценку с точки зрения общественной морали и тем самым ухудшить позиции кандидата («слив компромата»);

- оплата действий, которые содержат состав уголовных преступлений (заказное убийство, поджог, нанесение телесных повреждений, похищение документов или людей, имитация или реальное совершение теракта).

Учет денег, направляемых на оплату кампании наличными, конечно, сущес-

<sup>13</sup> В своих воспоминаниях, опубликованных в «Новой газете», политтехнолог делится: «Я слышала, что за статью наш штаб выложил несколько десятков тысяч долларов» [Вертлиб 2004, с. 23].

твует. Но они проводятся исключительно по «черной бухгалтерии» и ни в одном официальном отчете не фигурируют. Есть теневая бухгалтерия, есть первичные документы (чеки, счета, расписки). На основании этих документов составляются отчеты. Однако проверить эти отчеты чрезвычайно сложно, а по многим позициям просто невозможно (например, если деньги передаются доверенному статусному лицу или журналисту — с него не берется никакой расписки).

Некоторые сюжеты так и просятся в текст. Приведем лишь один фрагмент интервью с участником избирательной кампании в городской совет одного северного городка:

*«При официальном бюджете кампании в 90 тыс. руб. мы потратили порядка 90 тыс. долл. Разница в 30 раз обрекала на невероятные фантазии по занижению затрат. Это превратилось в своего рода игру, ребята из штаба соревновались в остроумии. Иногда это проходило на грани фола и напоминало прямую издевку над избиркомом. Например, по документам арендованная штабом площадь составляла 1,5 кв. м. Этого было достаточно, чтобы поставить стол и стул. На самом деле штаб занимал целый этаж в другой части города. Понятно, что все агитаторы и расклейщики работали по договору о безвозмездном оказании услуг, а зарплату получали из “черной” кассы. Помню, как в электричках решили крутить аудиокассеты в пользу нашего кандидата. Эти кассеты стоили копейки, но и здесь решили сэкономить. Оформили эти кассеты не как купленные, а как взятые напрокат.*

*Некоторые придумки вызывают восхищение. Все знают, что сделать уличные плакаты — дорогое удовольствие. Так наши заранее зарегистрировали в Питере соответствующую фирму, которая в нужный момент объявила о бесплатном изготовлении плакатов в порядке рекламной акции. Об этом подписали соответствующий договор, что было совсем не трудно, т. к. “их” печать лежала в портфеле нашего юриста. Конкуренты тоже клюнули на слух о рекламной акции, но сколько они в Питер ни звонили, как нетрудно догадаться, трубку там никто не брал.*

*А деньги лились рекой. Мы полностью оплатили предвыборную кампанию конкурента, который в решающий момент добровольно сошел с дистанции и дал громкие интервью о “неспортивном” поведении всех кандидатов, кроме нашего. Чтобы этому подставному кандидату не было плохо, всю его семью отправили отдыхать за рубеж, пока не улягутся выборные страсти. Понятно, что такие сценарии стоят недешево. Но дело даже не в величине затрат, а в том, что их в принципе нельзя предъявить избиркомом».*

Теневые средства используются не только сверх избирательного фонда, но и в значительной мере формируют этот фонд. Как неучтенный «черный нал» вводится в официальный бюджет кампании?

## **Механизм вливания средств теневого бизнеса в избирательные кампании**

Как правило, для превращения «черных», т. е. официально неучтенных наличных денег в безналичные средства, перечисляемые организациями в избирательный фонд, используются подставные фирмы<sup>14</sup>. В меньшей степени это справедливо

<sup>14</sup> Более подробно механизм теневого финансирования избирательных кампаний изложен в: [Барсукова, Звягинцев 2006].

для избирательных кампаний, проводимых «партией власти». Для нее в подобных схемах нет нужды, так как административный ресурс принуждает предприятия перечислять легальные средства (прибыль после налогообложения) в избирательный фонд. Во всех остальных случаях (да отчасти и для «партий власти») деньги на кампанию, выделяемые политическими инвесторами, сначала обязательно превращаются в «черный нал», затем передаются из рук в руки, и только после этого, через специальные схемы «заводятся» либо на избирательные счета, либо на счета фондов, руководимых надежными партийными кадрами.

Роль фондов как особой формы юридических лиц здесь трудно переоценить, поскольку фонд может получать и перечислять деньги вне всяких сделок по покупке или продаже товаров и услуг. Фонд получает и перечисляет деньги «на благотворительные цели», «на уставные цели». Таким образом, если фонд получил деньги даже не от очень «чистой» организации, но в платежном поручении было указано, что средства предназначены «на уставные цели», то в дальнейшем фонд является полноправным владельцем этих средств. Он может дальше перечислять средства либо в другой фонд (чтобы удлинить цепочку и затруднить отслеживание целевого направления средств), либо прямо на избирательный счет нужного кандидата или избирательного объединения.

Закономерен вопрос: зачем в принципе деньги предприятия сначала обналичиваются, т. е. переводятся в форму «черного нала», а затем по отдельной схеме обезналичиваются, т. е. «заводятся» на официальные счета для дальнейшего перечисления в избирательный фонд? Почему политические инвесторы не вносят их в избирательный фонд легально, не утруждая себя сложными схемами?

Во-первых, подобные превращения затрудняют отслеживание размера и источника финансирования политических проектов. По тем или иным соображениям политический инвестор может избегать формальной включенности в политический процесс. При этом неважно, что реальный источник ресурсов той или иной кампании многим известен, однако формально демонстрируется политический нейтралитет. Как только деньги превращены в «черный нал», они не проходят ни по одной отчетности, ни по каким банковским проводкам. В дальнейшем они возникают как бы «ниоткуда», от фирм, подлежащих последующей ликвидации. Ликвидация «грязных» фирм является одной из самых распространенных административных услуг, и цена на эту услугу известна.

Во-вторых, в результате подобных схем удастся существенно экономить. Легально на избирательные цели перечисляется прибыль, оставшаяся после уплаты налогов. При указанной же схеме затраты составляют стоимость услуг обналичивающих и обезналичивающих контор (как правило, от 1 до 5% от суммы), что не идет ни в какое сравнение с величиной налогов.

Представим пошагово схему мобилизации средств на проведение выборов «независимого» кандидата (напомним, что выборы «одномандатников» сохранились на региональном и местном уровнях). Этапы мобилизации средств следующие:

политический инвестор концентрирует неучтенную наличную массу. Делает он это двумя способами: а) обналичивая выведенные из собственного бизнеса средства, б) собирая наличность от зависимых от него структур. В качестве таких структур особенно удобно иметь рынки, ярмарки и пр. объекты, имеющие неучтенный наличный оборот. Если у зависимых структур наличных денег нет, то используются все те же схемы обналичивания;

собранные наличные средства передаются «подрядчику», который берется организовать кампанию (это может быть отдельный политтехнолог, специализированная на выборах фирма или лицо, ответственное за их поиск);

«подрядчик» оставляет часть средств в наличной форме, а часть пропускает по специальной схеме для зачисления в избирательный фонд кампании взносами от физических лиц или безналичными переводами от юридических лиц. Из этого фонда будут осуществляться «белые» платежи. Оставшаяся наличность предназначена для оплаты услуг, не фиксируемых в официальном отчете о расходах кандидатов;

политический инвестор, а также зависимые от него структуры в меру желания сделать доступными широким массам свои политические пристрастия (дополнительно к теневым вливаниям) могут делать безналичные перечисления в избирательный фонд.

Если речь идет об участии в выборах ставленника власти, то принуждение собственников предприятий к финансированию выборов может быть довольно жестким. Хрестоматийный пример — выборы Б. Ельцина. «В 1996 г. перед президентскими выборами доходило до откровенного бандитизма: в Москве главы районных управ вызывали к себе “на ковер” местных бизнесменов и “воров в законе” и предлагали на выбор: либо вы вносите “добровольные пожертвования в предвыборную кассу Б.Н. Ельцина”, либо у нас с вами будет другой разговор» [Головин 2002]. Стремительный рост рейтинга Ельцина (что в буквальном смысле дорогого стоит) говорит о том, какой выбор сделали предприниматели. Только по официальным данным избирательный бюджет Ельцина составил около 15 млн руб. (в деноминированном исчислении) по сравнению с 300 тыс., перечисляемыми ЦИКом. Очевидно, что неофициальная картина выглядела куда внушительнее [Яхлакова 2005, с. 110].

При избрании *по партийным спискам* схема несколько усложняется, не меняя принципиальный характер. Появляется фигура партийного казначея — человека, ведающего финансами партии. Он передает часть денег, полученных от политического инвестора, «подрядчику» (действия которого аналогичны вышеописанному сценарию), а часть средств, используя надежную схему безналичивания, переводит на счет партии или аффилированного фонда. С этих счетов безналичные деньги совершенно легально пополняют избирательный фонд кандидатов, избираемых по партийным спискам.

Пропорции теневого и легального участия политического инвестора в выборах зависят от его желания публично проявить свои политические симпатии. Отсюда простой вывод: спонсоры «партии власти» действуют более легально, чем спонсоры оппозиции.

У представителей «партии власти» есть еще одно существенное преимущество: их партийные списки, как правило, продвигают или даже лично возглавляют губернаторы (по крайней мере, они охотно это делали до того, как их начал назначать президент). Это означает, что вся экономика региона относится в наших терминах к «зависимым» предприятиям, на которые распространяется негласный приказ о спонсировании выборов.

Заметим, что избирательные кампании в стране год от года дорожают. И это при разговорах о том, что бизнес ощущает инвестиционный голод. Очевидно, что в нынешней ситуации самые выгодные инвестиции в России делаются не в экономику, а в политику.

## Вместо заключения. «Захват бизнеса» властью: новые тенденции

Статья концентрируется на стратегиях «захвата власти» бизнесом. Напомню, что его эмпирическая база относится к 2004—2005 гг. С тех пор в отношениях власти и бизнеса многое изменилось. Актуальным стал разговор о «захвате бизнеса» властью. Последние тенденции таковы, что вышеобсуждаемые схемы вливания теневых капиталов в политическую сферу работают с существенной поправкой — при негласном согласовании с властью предержащими. В диалоге власти и бизнеса последний явно потерял инициативу. То есть описанные схемы сохраняются, но право их применения все более дозирует власть.

В отношениях власти и бизнеса в пореформенной России можно выделить три этапа: одноразовые коррупционные сделки, неформальные контрактные отношения предпринимателей и чиновников и, наконец, «захват бизнеса» властью. Эти стадии отличаются не только регулярностью и устойчивостью контактов предпринимателей и представителей власти. *Логика эволюции состоит в переходе от вымогающей роли чиновничества (со ссылками на жену и детей) к встраиванию бизнеса в единую властно-экономическую вертикаль (со ссылками на национальные интересы).* Конечно, отношения бизнеса и власти всегда были асимметричными, поскольку власть, пользуясь силовой и налоговой монополиями, устанавливает монополию административную, т. е. предлагает услуги (лицензирования, сертификации, регистрации и пр.), от которых нельзя отказаться. Однако формирование института «комиссаров» при юридически частном бизнесе — принципиально новая форма рентоориентированного поведения российской политической и хозяйственной власти<sup>15</sup>. Государство возвращает себе «ключевые высоты» в стратегических отраслях.

Подчеркнем, что «захват бизнеса» лишь в малой степени обусловлен алчностью представителей власти. Для удовлетворения личного потребления вполне подходит прежний формат коррупционных неформальных контрактов. Претензия власти контролировать финансовые потоки крупных экономических агентов нацелены на консервацию политической элиты «нового созыва», для чего формируется зависимость юридически свободного бизнеса от расположения власти. Необходимо лишь соблюсти два условия: дать бизнесу увязнуть в «тени», а затем продемонстрировать решимость борьбы с «теневиками». «Политические инвестиции» бизнеса в этом случае носят вынужденный характер.

В этой ситуации представители власти могут обогащаться, не продаваясь непосредственно. Поле «рыночной стратегии», когда властные решения рассматриваются как товар, сокращается. По крайней мере, на федеральном уровне. Это не означает, что теневые откупные бизнеса иссякают. Но это уже не подношения за отдельные услуги власти, а допуск власти к курированию теневых потоков и их использование в «государственных интересах». Растет готовность бизнеса «поделиться» как добровольный жест по отношению к неподкупной власти. Отсутствие этого жеста равноценно самоубийству. Теневая политика является политикой непредсказуемости и неопределенности, поскольку не ог-

<sup>15</sup> Образ «комиссаров» заимствован у В. Радаева [Радаев 2006].

раничена декларируемыми целями и принципами универсализма. Предметом торга становится не столько отдельная властная услуга, сколько толкование бюрократией «государственного интереса».

Еще совсем недавно «захват бизнеса» властью означал создание чиновниками и политиками «своих» фирм, через которые прокачивались государственные ресурсы, или, как вариант, властные решения обменивались на долю собственности в бизнесе. Получателем ренты был индивид. Принципиальная новизна состоит в погружении крупного бизнеса в «зону зависимости», что служит скорее корпоративным интересам политической элиты в самосохранении, нежели обогащению ее отдельных представителей.

В этой связи по-новому выглядит практика назначения губернаторов. Большинство губернаторов осталось на своих местах. Но отдельные случаи указывают на намерения федерального центра ограничить возможности финансово-промышленных группировок в «кадровом отборе». Красноречивый пример — назначение «внеолигархического» губернатора в Иркутской области, где сошлись интересы СУАЛа, «Интерроса», «Русала» и «Иркутсэнерго». Центр показал, кто в доме хозяин. И сделал это демонстративно, учитывая, что А. Тишанина (назначенного губернатора) не было в первоначальном списке полпреда Сибирского федерального округа А. Квашнина. Аналогично губернаторами Нижегородской, Калининградской областей и Алтайского края были назначены «варяги», что вызвало шок у местных деловых элит.

Кадровая политика «новых губернаторов» вполне укладывается в вектор федеральных интересов, оттесняя от власти оппозиционных деятелей и представителей олигархических структур. Показательны в этом плане назначения в администрации Тульской области. При новом губернаторе большинство позиций сразу заняли представители ВПК и «силовых структур». Небольшая справка о составе администрации Тульской области: губернатор (Дудка В.Д.) — полковник, вице-губернатор — полковник, директор департамента здравоохранения — полковник медицинской службы, директор департамента социального развития — полковник медицинской службы, председатель комитета по управлению госимуществом — подполковник, председатель комитета по печати и телерадиовещанию — подполковник милиции, начальник организационного управления — майор милиции<sup>16</sup>.

Защищаясь от усиливающейся интервенции власти, бизнес уходит в «тень». Что не вызывает особых возражений у власти, озабоченной лишь тем, чтобы этот «поход» был ей подконтролен. Принципиальных же возражений нет, поскольку теневая экономика служит финансовым донором теневой политики.

В современной России теневая экономика и теневая политика неразрывно связаны. Они воспроизводят друг друга. Экономические агенты «теневизируют» политику, покупая места во властной иерархии, продвигая своих людей на выборах и финансируя политические партии. В свою очередь, политика «теневизирует» экономику, используя ее в качестве финансового источника реализации политических проектов. При этом речь идет не о сращивании теневой экономики и теневой политики как двух негативных, но автономных

<sup>16</sup> Использованы материалы аналитического доклада Центра политической конъюнктуры России «Наделение полномочиями губернаторов: технология отбора региональных лидеров».

явлений, а об их взаимообусловленности. Теневая экономика и теневая политика не существуют в России порознь; они представляют собой две стороны единого процесса восстановления властной иерархии как основного принципа распределения экономических возможностей.

## Литература

- Барсукова С.Ю., Звягинцев В.И. Механизм «политического инвестирования», или как и зачем бизнес участвует в выборах и оплачивает партийную жизнь // Политические исследования. 2006. № 2. (Это же: «Экономическая социология». 2006. Т. 7. № 2. [www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)).
- Бондаренко С. Коррупцированные общества. Ростов-на-Дону: ОАО «Ростиздат», 2002.
- Вертлиб А. Так рос единорос... // Новая газета. 16.12.2004.
- Волков В. Силовое предпринимательство: экономико-социологический анализ. М.: ГУ-ВШЭ, 2005.
- Головин О. Не давайте им обезьян! // Завтра. ру, 2002, № 27 (450) (<http://zavtra.ru/cgi/veil/data/zavtra/02/450/71.html>).
- Деягин М. Экономика Путина: агония или возрождение? // Мир России. 2001. № 1.
- Дюверже М. Политические партии / Пер. с фр. Л.А. Зимина. М.: Академический проект, 2002.
- Евсеев В., Барсукова С. Основы организации работы с органами власти / Под ред. А. Дынина. М.: Ассоциация менеджеров, 2005.
- Лапина Н., Чирикова А. Путинские реформы и потенциал влияния региональных элит. Аналитический доклад. М., 2004 (рукопись).
- Минченко Е. «Единой России» надо серьезно подумать над коррекцией идеологии // Новая политика. 17.12.2004.
- Мухин А. Российская организованная преступность и власть. М.: Центр политической информации, 2003.
- Петров Г., Галимова Н., Озерова М. Переход Украины через майдан // Московский комсомолец. 23.11.2004.
- Радаев В. Экономическая социология. М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2005.
- Радаев В. Государство и рынок: От адюльтера к браку по расчету // Ведомости. 2006. № 15.
- Скворцов С. Если РЕКи поворачивают, значит, это кому-нибудь нужно // Московская правда. 07.03.2001.
- Социально-экономические аспекты коррупции / Отв. ред. и сост. И.Ю. Жилина. М.: ИНИОН РАН, 1998.
- Яхлакова Т. Цена и качество кандидата // Большая политика. № 1. Ноябрь 2005.
- Интернет-ресурсы:**  
<http://www.polit.ru/lectures/2004/12/02/livshitz.html>  
<http://www.izvestia.ru/culture/article3003450>  
<http://www.anti-corr.ru/awbreport/indextxt.asp?filename=rutxt/01/xml>