

Ю.Н. Никифоров, А.Р. Валиева

Стратегия реализации корпоративных интересов в системе властно-управленческих отношений: теоретический анализ

На сегодняшний день корпорация не только имеет самое прямое отношение к политической системе и является немаловажной ее составляющей. Она – значимый политический актор. Одной из задач крупного бизнеса является определение политической линии с целью эффективного воздействия на государство и политический курс в выгодном для себя направлении. Гибкое применение различных форм, методов реализации интересов корпоративного капитала ориентируется на взаимоотношение с властными структурами. В силу этого, корпорации занимают существенное место в системе выработки, принятия и исполнения государственных решений.

Корпорация как экономическая единица связана с процессом накопления капитала как в масштабе национальной экономики, так и в мировом масштабе. При этом «процесс накопления капитала – постоянное расширение ресурсной базы воспроизводства прибыли, являющийся главным стимулом предпринимательской деятельности» [1]. В связи с этим стратегической целью любой корпорации является обеспечение производственного процесса посредством ресурсов, представляющее совокупность источников материальных и нематериальных ценностей.

В более узком смысле понятие «интерес» обозначает «выгоду или пользу отдельного лица или известной совокупности лиц, противопоставляемые выгоде и пользе других лиц» [2]. Основой интереса являются потребности человека, группы людей, выполняющие роль побудительных стимулов действия. Необходимо отметить, что потребности лежат в основе мотивации действий людей, общества, государства и выражают необходимость в удовлетворении благами. Соответственно потребности определяют основные направления активности совокупных общественных субъектов, индивидов в различных сферах. В этом смысле потребность можно охарактеризовать как «цель, а интерес – как средство ее достижения» [3, с. 453]. Обеспечение воспроизводства прибыли, расширение ресурсной базы требует от современной корпорации формирования и последующей реализации ее интересов на политическом поле. Если интересы формулируются и реализуются для того, чтобы изменить, преобразовать те усилия, при которых удовлетворяются потребности, значит, осознание и выражение потребностей крупного бизнеса в политической сфере подразумевают собой политический интерес.

Политическое участие корпораций, реализацию их интересов следует обосновать тем, что властные структуры имеют потенциальную возможность предоставлять оптимальные условия эффективной экономической деятельности, т.е. определенные субсидии, преференции, налоговые льготы.

Обеспечение потребностей посредством властного управления диктуется тем, что интересы различных социальных групп требуют определенной и согласованной линии поведения в конкретных условиях. Значит, возникает потребность во властном механизме воздействия на поведение людей. Ее смысл, по мнению А.И. Демидова, состоит «в употреблении волевого целенаправленного принуждения, влияния на реализацию тех возможностей, которые соответствуют интересам действующих в обществе социальных групп» [4, с. 32]. Другими словами, власть выполняет регулируемую роль в отношениях между различными интересами, содействуя реализации одних групп интересов и блокируя другие. Одной из значимых характеристик власти является управленческий ресурс, так как «управление – важнейшее назначение политики» [4, с. 38]. Данный ресурс позволяет обозначить власть как инструмент политики, одной из составляющих политической сферы. Значит, вступая в политические отношения, участвуя в политическом процессе, т.е. в «политическом пространстве», корпорация как группа интересов стремится посредством неотъемлемых свойств политической власти (управленческой функцией и ресурсом влияния со стороны тех, кто этой властью обладает) воздействовать на процесс реализации корпоративных интересов, получить дополнительный ресурс своего развития.

Потребностями корпоративного капитала можно обозначить и экономические интересы. Экономические интересы представляют собой «экономические отношения, выражающие направление деятельности участников производственных отношений на удовлетворение их сложившихся и развивающихся потребностей». «Экономические отношения каждого данного общества, – писал Энгельс, – проявляются прежде всего как интересы» [5]. Значит, если краеугольной составляющей политических интересов являются экономические интересы корпорации, то совокупность политических ориентиров по достижению долгосрочных целей и есть стратегия экономического выживания предприятия.

Таким образом, корпоративные интересы, представляющие собой обеспечение производственного

процесса, воспроизводства прибыли корпораций и осуществляющиеся в нескольких направлениях в различных сферах общества, являются детерминирующей основой политических интересов.

Исследовательский процесс в контексте изучения стратегии реализации корпоративных интересов следует, на взгляд авторов данной публикации, считать более продуктивным, если в его рамках особое внимание уделить рассмотрению следующих понятий.

Понятие «стратегия» (от греческого *strategia* ← *stratos* – войско + *ago* – веду) зародилось в военной сфере, в эпоху античности. В «Большом энциклопедическом словаре» под стратегией подразумевается «область военного искусства, охватывающего вопросы теории и практики подготовки страны и ее вооруженных сил к войне, ее планирование и ведение» [6, с. 1155]. В толковом словаре В. Даля стратегия обозначается как «наука о войне, учение о лучшем расположении и употреблении всех военных сил и средств» [7, с. 182].

Однако в XX в. термин «стратегия» получил распространение и в других сферах человеческого общества, где требовалась разработка программы достижения целей в будущем, рассчитанная на длительную перспективу, и стратегия стала отождествляться с «искусством руководства чем-либо, ведением борьбы с чем-либо» [8, с. 454].

Следовательно, стратегия реализации корпоративных интересов в системе властно-управленческих отношений направлена на выработку определенных политических ориентиров, обеспечивающих эффективность производственной организационно-экономической деятельности корпораций.

Стратегия и тактика – явления, прочно связанные между собой. Тактика в политике означает приемы, методы, формы политической деятельности, направленные на достижение целей того или иного этапа политической стратегии [3, с. 472]. Другими словами тактика представляет собой средство, все то, что «субъект использует в движении к результату, это механизмы приведения действительности в соответствие с избранными целями» [4, с. 186]. Специфика применяемых в политике средств заключается в большой роли нормативной составляющей в них: практически все они представляют собой устойчивые правила поведения, так как именно в нормах происходит переход от целей к средствам [4, с. 186].

Выделим основные моменты процесса реализации стратегии корпоративных интересов в системе властно-управленческих отношений:

1. Определение политических целей, ключевых направлений политической деятельности корпорации. При этом субъектами, формирующими стратегию реализации политических интересов, выступают, главным образом, руководители корпорации (президент компании, генеральный директор, топ-менеджеры,

а также владельцы крупного пакета акций, имеющие решающий голос на собрании правления). Однако разработка политического курса корпорации базируется и на определенной позиции государства, занятой в тот или иной период по отношению к крупному бизнесу. Так, смена политического режима, видоизменения социально-экономической политики государства, введение новых принципов в системе взаимоотношения власти и корпораций предопределяют формирование политической стратегии последних. Следовательно, план политических действий является двойственным процессом, осуществляемым как со стороны органов власти, так и со стороны самих экономических акторов. Исходя из того, что государство представляет собой доминирующий фактор в определении политического курса корпораций, стратегия обеспечения корпоративных интересов в сфере властно-управленческих отношений в этом случае выступает в качестве системы организационных мер по достижению политических целей для решения экономических задач в соответствии с реальной действительностью государственной политики.

2. Выработка политических решений. Согласно В.В. Ильину и А.С. Панарину, выработка политических решений – это ценностно-детерминированный, многочисленный, многоканальный акт, включающий: 1) стадию упреждающих инициатив; 2) стадию импровизаций. Если первая стадия как система материальных и идеальных действий рассчитана на ослабление потенциальных противников с усилением союзников, наряду с самоусилением, то вторая стадия представляет собой оперативные ответы на фактические вызовы [9, с. 38]. Другими словами, разработка политических решений в процессе реализации корпоративных интересов должна иметь в наличии запасные варианты действий, дополнительные резервы в зависимости от меняющихся условий, т.е. обладать гибкостью и адаптивностью.

3. Установление конкретных форм, методов, приемов для достижения политической стратегии. Данный этап процесса реализации стратегического плана корпорации включает в себя необходимые тактические элементы, исполнение которых происходит непосредственно во взаимодействии с органами власти. Итак, выделим, прежде всего, те основные формы достижения политической стратегии, благодаря которым и происходит ее реализация в процессе взаимодействия с органами власти:

- лоббирование;
- административный ресурс;
- институциональная форма взаимоотношений.

Следует отметить, что стратегия реализации корпоративных интересов в сфере властно-управленческих отношений представляет собой гибкую систему выработки политического курса, способную быстро и эластично реагировать на требования, предъявляе-

мые современной социально-экономической и политической ситуацией в стране. Вместе с тем добавим, что целью формирования и осуществления политической стратегии корпоративных акторов в российских

условиях (2000–2006 гг.) является не только воздействие на политический процесс, стремление оказать влияние на принятие государственных решений, но и сам факт их непосредственного существования.

Библиографический список

1. Современная корпорация и ее экономическое значение [Электронный ресурс] //rus-lib.ru/book /30/ tku/3/013-028.html
2. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона [Электронный ресурс] // brokhaus.narod.ru/i/1720.htm
3. Политическая энциклопедия : в 2 т. – М., 1999. – Т. 1.
4. Демидов А.И. Учение о политике: философские основания / А.И. Демидов. – М., 2001.
5. Философский словарь [Электронный ресурс] // www.5-ka.ru/ilos/412.html
6. Большой энциклопедический словарь. – СПб., 2001.
7. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка / В.И. Даль. – М., 2002. – Т. 4.
8. Словарь иностранных слов и выражений. – М., 1998.
9. Ильин В.В. Философия политики / В.В. Ильин, А.С. Панарин. – М., 1994.