

DOI: 10.24290/1029-3736-2023-29-2-86-102

ПРОДВИЖЕНИЕ ИНТЕРЕСОВ РОССИЙСКИХ БИЗНЕС-ГРУПП ЗА РУБЕЖОМ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ РИСКОВ

П.С. Каневский, канд. полит. наук, доц. кафедры политологии и социологии политических процессов социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234*

Статья посвящена анализу транснационального лоббизма российских бизнес-групп в условиях новых геополитических рисков. Российские группы интересов на протяжении последних трех десятилетий активно встраивались в механизмы транснационального лоббизма, продвигая и защищая свои интересы в национальных и наднациональных юрисдикциях. Вместе с тем сегодня место России в системе транснационального лоббизма претерпевает коренные изменения. Традиционные зарубежные экономические партнеры, такие как Евросоюз, США, ряд стран Юго-Восточной Азии, после 24 февраля 2022 г. начали обрубать экономические связи с Россией, а российский бизнес стал терять давно разработанные и изученные рынки и политические связи. Это поставило перед Россией и российским бизнесом вопросы диверсификации путей продвижения своих интересов, поиска новых торговых партнеров. В статье предложена авторская типологизация этапов развития российского лоббизма за рубежом, которая учитывает нынешние реалии. Автор анализирует, каким образом развивались и менялись стратегии и направления российских бизнес-групп за рубежом и как это было связано с изменениями в общей геополитической ситуации. В статье рассматривается специфика современного этапа, который предполагает коренное изменение направлений в продвижении интересов российских бизнес-групп, подробно анализируется потенциал лоббирования российских интересов в Китае, даются отдельные рекомендации по совершенствованию лоббистских стратегий российских компаний.

Ключевые слова: лоббизм, транснациональный лоббизм, группы интересов, лоббистская стратегия, геополитические риски.

* Каневский Павел Сергеевич, e-mail: baggio-18@yandex.ru

ADVOCATING INTERESTS OF RUSSIAN BUSINESS GROUPS ABROAD IN THE CONTEXT OF GEOPOLITICAL RISKS

Kanevsky Pavel S., Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Department of Political Science and Sociology of Political Processes, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninsky Gory, 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: baggio-18@yandex.ru

Current article analyses transnational lobbying by Russian business groups in the face of new geopolitical risks. Over the past three decades, Russian interest groups have been actively integrated into the mechanisms of transnational lobbying, promoting and advocating their interests on the levels of national and supranational jurisdictions. Today Russia's place in the system of transnational lobbying is undergoing fundamental changes. After February 24, 2022, traditional foreign economic partners, such as the European Union, the United States, and a number of Asian countries, began to break their economic ties with Russia, and Russian business began to lose long-developed and studied markets and political contacts. This poses the question of diversifying lobbying routes and searching for new trading partners. The author proposes his typology of the stages of development of Russian lobbying abroad, considering current realities. The author analyzes how the strategies and directions of Russian business groups abroad developed and shifted and how this was connected with changes in the general geopolitical situation. The article discusses the specifics of the current stage, which involves a radical change in the direction of promoting the interests of Russian business groups, analyzes in detail the potential for lobbying of Russian interests in China, and provides individual recommendations for improving the lobbying strategies of Russian companies.

Key words: lobbying, transnational lobbying, interest groups, lobbying strategies, geopolitical risks.

Транснациональный лоббизм является сложным, малоизученным и практически не систематизированным по сей день явлением как в общей теории групп интересов и лоббизма, так и в теории международных отношений. Глобализация привела к интенсификации трансграничных связей не только между обществами и государствами, но и между многочисленными группами интересов, которые получили в свое распоряжение абсолютно новые инструменты влияния на принятие решений.

Деятельность групп интересов в корне изменила механизм принятия решений в международном пространстве, сделав группы интересов, наряду с государствами и международными организациями важнейшими акторами международных отношений. Дж. Пигман считает, что сегодня изучение международных отношений и дипломатии должно быть сосредоточено на “представительстве и ком-

муникации между глобальными акторами, включая государства, многосторонние институты, организации гражданского общества и крупные компании”¹. А Дж. Уайзманн говорит о “многосторонней дипломатии как отношениях между государственными субъектами (государствами, группами государств или международными организациями) и негосударственными субъектами”². П.А. Цыганков, в свою очередь, справедливо отмечает, что “сегодня государства испытывают давление со стороны негосударственных игроков и их объединений. Символическими образами современного мира стали новые акторы, в числе которых транснациональный олигархический капитал, политические институты, профессиональные организации, группы интересов, медиа, отдельные биржевые спекулянты, политически мотивированные амбициозные миллиардеры, террористические группировки”³. Иными словами, многосторонняя, многоуровневая система международных отношений более не строится только лишь на межгосударственных связях, а включает в себя значительное количество негосударственных групповых интересов.

По словам П. Керра, “современная дипломатия является средством защиты интересов”⁴. Между деятельностью групп интересов и государств на международном уровне обнаруживается много общего — действия и тех, и других направлены на продвижение и защиту собственных интересов. Группы интересов встраиваются в механизмы принятия внешнеполитических и межгосударственных решений, а государства могут пользоваться сетями влияния, создаваемыми организованными группами, с целью достижения своих внешнеполитических и внешнеэкономических целей.

В конечном счете развитие транснационального лоббизма является следствием нескольких факторов:

- усиления групп интересов как негосударственных акторов в международном и транснациональном пространстве;
- усиления групп интересов в процессе формирования внешнеполитической и внешнеэкономической стратегии отдельных государств и международных организаций;

¹ *Pigman G.* Contemporary diplomacy // *Polity*. 2010. N 2. P. 11.

² *Wiseman G.* “Polylatéralism” and new modes of global dialogue. *Diplomatic studies programme, Center for the study of diplomacy* // *Discussion Paper*. 1999. N 59. P. 10–11.

³ Состоятельность государства и национальные интересы России в глобальном мире: материалы круглого стола // *Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки*. 2017. № 3. С. 92.

⁴ *Kerr P.* Diplomatic persuasion: an under-investigated process // *The Hague Journal of Diplomacy*. 2010. N 5. P. 236.

– возникновение новых сфер принятия решений, в которых официальные государственные структуры стали лишь одним из субъектов взаимодействия наряду с негосударственными акторами;

– аутсорсинга традиционных дипломатических и внешнеполитических государственных функций, которые перекадываются на группы интересов — от международных лоббистских фирм до корпораций и частных армий;

– сближения интересов отдельных организованных групп и органов власти — группы интересов все чаще выступают инструментами в руках национальных правительств, равно как и наоборот; иными словами, возникает взаимосвязанный механизм групповых и государственных интересов, что ведет к гибридизации международного пространства.

В условиях усиления организованных групп происходит гибридизация дипломатии. Ее уже невозможно описать исключительно через призму межгосударственных отношений, так как негосударственные акторы становятся прямыми или косвенными участниками обсуждаемых и принимаемых решений на международном и наднациональном уровнях. Конечно, целый ряд сфер принятия решений остаются исключительной прерогативой обычного дипломатического взаимодействия, однако возникает все больше сфер, в которых государства действуют наряду с группами интересов или даже вторичны по отношению к ним. Таким образом, государства являются одновременно и субъектами, и объектами лоббизма в усложняющемся глобальном пространстве.

В конечном счете, как транснациональный лоббизм, так и традиционная дипломатия подразумевают продвижение интересов посредством влияния на центры власти, на информирование официальных лиц и общества по поводу проводимой политики или продвигаемой точки зрения, на коммуникацию посредством формальных и неформальных каналов, на выстраивание отношений с представителями власти на разных уровнях. Таким образом, транснациональный лоббизм можно определить как влияние групп интересов на национальные и наднациональные органы власти в своих интересах и/или интересах отдельных государств с целью получения политической, экономической или символической выгоды⁵.

⁵ Данное определение международного лоббизма впервые было представлено автором в 2017 г. на научном семинаре “Lobbying and Diplomacy: two faces of the same coin?” в Сьенс По, Париж (См.: *Kanevskiy P. Between diplomacy and lobbying: the case of Russia-EU relations // Working Paper. Workshop “Lobbying and Diplomacy: Two Faces of the Same Coin?”* P., 2017. P. 3).

При этом развитие транснационального лоббизма находится в прямой зависимости от динамики развития всей международной системы. В условиях нарастающей геополитической конфронтации между странами Запада, Китаем и Россией, торговых войн, разрыва привычных цепочек взаимозависимости, роста недоверия между различными странами происходит неизбежная политизация транснационального лоббизма. Например, транснациональные бизнес-группы вынуждены корректировать свои стратегии влияния, так как они сталкиваются с ситуацией, когда экономическая конкуренция оказывается вписана в логику политической конфронтации.

В наиболее общем виде модели транснационального лоббизма можно разделить на четыре типа:

1. Наднациональный лоббизм, который включает в себя влияние групп интересов на наднациональные центры принятия решений в международных организациях и объединениях, таких как Евросоюз, Евразийский экономический союз, Организация Объединенных Наций, Всемирная торговая организация, Североатлантический альянс (НАТО) и пр.

2. Дипломатический лоббизм, в рамках которого группы интересов формируют внешнеполитическую, внешнеэкономическую и идеологическую позиции своих государств и внешнеполитических ведомств с тем, чтобы те продвигали их интересы на международном уровне.

3. Иностраный лоббизм, который подразумевает влияние групп интересов, зарегистрированных на территории определенных государств, представляющих свои собственные интересы или интересы конкретных государств, на органы власти других суверенных государств.

4. Этнический лоббизм — разновидность иностранного лоббизма, в рамках которого субъектами лоббизма выступают этно-конфессиональные группы, находящиеся на территории конкретного государства, которые продвигают как интересы проживающих там диаспор, так и государств, с которыми у данных диаспор сохраняются социальные, политические и экономические связи.

Россия, как прочие крупные экономики мира, в последние десятилетия активно встраивалась в механизмы транснационального лоббизма. Лоббизм российских организованных групп в международном пространстве — это крайне актуальная тема, так как речь идет о защите и продвижении национальных интересов, развитии российской экономики, выходе российского бизнеса на внешние рынки и налаживании равноправного диалога с зарубежными пар-

тнерами. После распада социалистического блока и прежней системы взаимосвязей СССР с социалистическими странами Россия оказалась перед необходимостью выработки новой международной повестки. Быстрое становление рыночных отношений и частного сектора поставили задачи не только развития внутреннего рынка, но и эффективного продвижения российских групповых интересов в других странах. В годы активной демократизации и либерализации речь шла в первую очередь о западных странах, многие из которых еще во времена позднего социализма стали ключевыми направлениями внешнеэкономической стратегии, а в 1990-е гг. превратились в главных торговых и инвестиционных партнеров.

Вместе с тем сегодня место России в системе транснационально-го лоббизма претерпевает коренные изменения. Традиционные зарубежные экономические партнеры, такие как Евросоюз, США, ряд стран Юго-Восточной Азии, начали обрубать экономические связи с Россией, а российский бизнес стал терять давно разработанные и изученные рынки. Это прямым образом отразилось и на внешнеполитических и внешнеэкономических функциях российских компаний. Привычные лоббистские каналы в европейских столицах, Вашингтоне моментально схлопнулись, российских лоббистов лишили аккредитации, крупные лоббистские фирмы разорвали все контракты по услугам связей с органами власти, а о заключении новых контрактов сейчас не может быть речи.

Иными словами, завершилась целая эпоха продвижения российских групповых интересов в евро-атлантическом регионе, а также в некоторых странах Азии и Океании. Эта эпоха начиналась не в 1990-е гг., а гораздо раньше, в 1970-е гг., когда между Советским Союзом и странами Западной Европы (прежде всего ФРГ) началось сближение по ряду экономических отраслей, в первую очередь в сфере энергетики. Российские энергетические, а позднее и прочие промышленные и финансовые интересы постепенно проникали в западные сети согласования и принятия решений, налаживая диалог в условиях взаимовыгодного партнерства.

С.С. Костяев в 2009 г. выделял три этапа развития российского лоббизма за рубежом⁶. Первый этап — это переходный период от распада СССР в 1991 г. до 1993 г., когда вместо государственных монопольных торговых структур типа «Амторга» стали появляться относительно независимые субъекты, прежде всего, из числа нарождающихся крупных компаний и монополий. Следующий этап

⁶ См.: *Перезудов С.П., Уткин А.И., Костяев С.С. Лоббизм российского бизнеса в США и ЕС: эволюция и перспективы.* М., 2009. С. 27.

(1993–2003 гг.) стал расцветом российского лобби в США и Европе, когда российские компании осуществляли активное продвижение своих интересов в Вашингтоне и Брюсселе. К этому стоит добавить, что данный период также характеризовался плюрализацией системы групп интересов в России. Иными словами, существовала тенденция к увеличению количества организованных групп, представлявших частные интересы, преимущественно в сфере промышленности и бизнеса. Последовавший за этим этап с 2004 по 2008 гг., напротив, характеризовался более активным взаимодействием между частным сектором и государством. Это было связано с новым витком развития политической системы и системы групп интересов. “Равноудаленность олигархов”, дело ЮКОСа, выстраивание вертикали власти привели к пересмотру стратегий по продвижению российских интересов за рубежом. Особенно сильно эта тенденция прослеживалась в США. Однако приход к власти Д. Медведева в 2008 г. и начало “перезагрузки” в отношениях с Соединенными Штатами вновь привели к частичному росту активности российских групп интересов. Особенно это было заметно на американском направлении, в котором свои позиции усилили энергетический, металлургический и банковский секторы.

Сегодня периодизацию С.С. Костяева следует дополнить исходя из новых геополитических реалий. Во-первых, событий вокруг Украины в 2014 г., которые открыли новую страницу взаимоотношения России и западных стран, во-вторых, начала специальной военной операции (СВО) в 2022 г., которая знаменовала окончание более чем 30-летнего периода интеграции российских бизнес-интересов в странах и наднациональных организациях Запада. Резкое усиление конфронтации и начало санкционных войн привели к тому, что российские группы интересов оказались в крайне невыгодном для себя положении на Западе и сегодня вынуждены пересматривать стратегии транснационального лоббизма.

Политизация экономических отношений привела к тому, что уже после 2014 г. Россия и США начали планомерно обрывать контакты во многих ключевых областях, от энергетики до торговли технологиями. В Европе ситуация между 2014 и 2022 гг. отличалась от американской, так как российский бизнес был более успешно встроен в групповые сети влияния Евросоюза, а большой торговый оборот и зависимость от российских энергоресурсов долгое время удерживали ключевых европейских партнеров от резких шагов по отношению к России. Впрочем, в этот период Россия уже сталкивалась с многочисленными проблемами политического характера, прежде всего раскручивающимся маховиком санкционной политики.

В результате между 2014 г. и 2022 г. российский лоббизм за рубежом был сконцентрирован на нивелировании санкций, вводимых западными правительствами. Например, в Вашингтоне сложился целый пул фирм, защищавших интересы российских компаний. Среди них можно было выделить McLarty Inbound и Squire Patton Boggs (работали с компанией “Газпром” и ее дочерними структурами), Mercury (“Новатэк”), Sidley Austin (ВТБ), BGR Group (“Альфа Банк”), Madison Group и SGR LLC (“Сбербанк”), Prime Policy Group (МТС), Gibson, Dunn & Crutcher (“Трубная металлургическая компания”), Madison Group (оператор коммерческих пусков ракеты “Протон” International Launch Services, подконтрольный центру имени Хруничева); свои лоббисты были у “Северного потока — 2” и “Евраза”⁷.

Согласно открытым данным, российские компании из первой сотни по уровню капитализации и аффилированные с ними структуры в 2016 г. вложили в лоббистские услуги в США 1,65 млн долл., в 2017 г. сумма составила 1,73 млн долл.⁸ Причем последняя цифра не учитывала расходов со стороны международного консорциума Nord Stream 2 AG, который за 2017 г. потратил 1,45 млн долл., работая с четырьмя разными фирмами⁹. По сравнению с предыдущими годами это был заметный скачок, который был вызван именно активизацией контр-санкционных мер. И если интересы российских энергетических и металлургических компаний в той или иной степени всегда были представлены в США, то банковский сектор, впервые оказавшись под ударом кредитных ограничений, начал проявлять невиданную активность. Только за 2015–2016 гг. “Сбербанк”, “Газпромбанк” и “Альфа Банк” официально перечислили своим лоббистам 1,76 млн долл.; услуги банку ВТБ фирмой Sidley Austin оценивались в 440 тыс. долл.¹⁰

В Европе в силу исторически более тесных связей с местными политическими и деловыми сообществами интеграция российских групп интересов в процессы принятия решения была более глубокой. Многие крупные российские корпорации работали как с ведущими консалтинговыми фирмами в Брюсселе, такими как G-Plus или Edelman, так и с органами власти отдельных стран. Для

⁷ См.: Center for Responsive Politics. URL: www.opensecrets.org (дата обращения: 30.04.2023).

⁸ См.: Там же.

⁹ См.: Там же.

¹⁰ См.: *Ахмадиев Э., Подрез Т.* Американские лоббисты помогут ВТБ решить проблему санкций // Известия. 2016.04.02. URL: <https://iz.ru/news/603191> (дата обращения: 30.04.2023).

более эффективного продвижения своих интересов представители российских деловых кругов предпочитали осуществлять лоббистскую деятельность через свои дочерние структуры. Сформировалась устойчивая практика использования российскими компаниями своих контрагентов и дочерних компаний для продвижения собственных интересов. Например, в Словении этим занималась дочерняя компания ПАО «Газпром» Geoplın d.o.o., в Австрии — дочерняя компания ПАО «Сбербанк» Sberbank Europe AG и т.п. При этом наибольшую активность проявляли компании энергетического сектора. В первую очередь, выделялся Газпром, сумевший создать самую широкую сеть влияния в Европе. В ряде стран, в частности, в Великобритании, Испании, Австрии, Франции через лоббистов-консультантов действовали представители российского банковского сектора.

Взаимодействие с деловыми ассоциациями было важным дополнением стратегий российских групп интересов в Европе. Причем речь шла как о национальных, так и наднациональных ассоциациях. Российские компании были членами таких общеевропейских объединений как BUSINESSEUROPE, FuelsEurope, CONCAWE, CEFIC, European Energy Forum и пр. На национальном уровне российские группы осуществляли влияние посредством таких ассоциаций, как Французская независимая ассоциация электроэнергетики и газа, Германо-российский экономический альянс, Ассоциация банков Италии и пр. Использование бизнес-ассоциаций является эффективным способом встраивания в коллективный процесс обсуждения и принятия решений.

Вместе с тем взаимодействие российских корпораций с профессиональными лоббистами не шло в сравнение с аналогичными действиями азиатских и ближневосточных групп, не говоря об американских группах, которые в значительно большей степени проникали в процесс принятия решений. Российские интересы в Европе всегда были весьма узкопрофильными и касались в первую очередь энергетики, в меньшей степени — финансов и небольшого числа инфраструктурных проектов. За исключением Газпрома, основная часть российских компаний всегда была недостаточно встроена в европейские политические сети. Лишь малая часть взаимодействовала с лоббистами-консультантами и работала с европейским сообществом посредством проведения публичных кампаний. Одна из основных причин такого положения заключалась в том, что российские компании недостаточно эффективно выстраивали коммуникационные стратегии. В то же время российский бизнес всегда сталкивался с высоким уровнем недоверия на Западе. Транснаци-

ональный лоббизм является крайне политизированным пространством, а потому обладания ресурсами недостаточно для оказания эффективного влияния.

Еще в большей степени это было очевидно в США, где несмотря на некоторые успешные лоббистские компании Россия так и не смогла создать единую систему продвижения своих интересов. Пророссийские лоббисты всегда имели крайне незначительное влияние на американскую повестку по отношению к России. Неспособность изменить отношение к России приводило к нивелированию многих усилий со стороны вашингтонских консультантов, которым было не под силу повернуть вспять маховик санкционной политики. Единственное, на что в реальности было способно такое лобби, — решение краткосрочных задач. Проблема ограниченности точечного лоббизма раскрывает одну из главных причин отсутствия российской коммуникационной стратегии — в Вашингтоне невозможно серьезно влиять на повестку без учета всех уровней и особенностей принятия решений. А это включает в себя общественное мнение, медийное пространство, партийно-идеологические нюансы, электоральную динамику, взаимодействие с другими группами интересов, которые обладают необходимым политическим капиталом.

Проблема российского лоббизма, которая всегда была характерной как для Европы, так и для США, заключалась в неспособности создать монолитное и консолидированное лобби, которое было бы проводником разнообразных групповых интересов. Данная проблема является следствием не только недостаточных коммуникационных усилий отечественных групп интересов, но и сложного политического и идеологического окружения, в котором они находились. Причем российские группы интересов сталкивались с этим на протяжении всего постсоветского периода, даже в годы относительно благополучных отношений со странами Запада. Достаточно вспомнить болезненный процесс вступления России в ВТО, постоянную политизацию энергетических связей, трудности по гармонизации европейского и евразийского таможенного союзов, долгое нежелание США отменить поправку Джексона-Вэника. Соприкосновение интересов носило скорее точечный характер, что предопределяло относительную слабость российских групповых интересов на Западе.

2022 г. стал точкой окончательно разрыва политических и экономических связей со странами Запада. Это поставило перед Россией вопросы диверсификации внешних рынков, поиска новых торговых партнеров. Россия в 2022 г. продолжила активное наращивание торгово-экономических связей с Китаем, быстрыми

темпами развиваются экономические отношения с такими странами, как Индия, Объединенные Арабские Эмираты, Турция, Южная Корея, Сирия, Никарагуа, Бразилия, Израиль, целым рядом африканских стран.

Из перечисленных стран Китай, несомненно, становится сегодня одним из ключевых направлений переориентации российских бизнес-интересов. Статистические данные показывают, что торгово-экономические связи усиливаются. В 2022 г. товарооборот между Россией и Китаем вырос на 29,3% в годовом выражении. По итогам года показатель составил рекордные 190,27 млрд долл. Импорт из России в Китай составил 114,15 млрд долл., что на 43,4% больше итогов 2021 г. Экспорт из Китая в Россию вырос на 12,8%, до 76,12 млрд долл. Положительное сальдо России увеличилось почти в три раза, до 38 млрд долл.¹¹ После обвала торговли с Евросоюзом, Китай стал первым торговым партнером России.

Повторим уже приведенные выше цифры. По данным таможен КНР, по итогам 2022 г. из России в Китай было отправлено товаров на 114 млрд долл. (на 43,4% больше, чем в 2021 г.). В то же время китайский экспорт товаров в Россию оказался существенно меньше — 76 млрд долл. (прирост 12,8%). Таким образом, в торговле заметен явный дисбаланс между экспортом и импортом. К тому же примерно 70% российского экспорта в КНР — это сырьевые и энергетические ресурсы¹². Что логично, учитывая первоочередную заинтересованность Китая в российских энергоносителях.

Вместе с тем, диверсификация внешней торговли остро поставила вопрос о том, что российскому бизнесу требуется лучшее понимание того, каким образом устроены данные рынки, как наиболее эффективно продвигать российские бизнес-интересы, как выстраивать отношения с местными органами власти. Данные вопросы вскрыли проблему неподготовленности целого ряда отраслей и компаний к быстрой перенастройке своих лоббистских связей за рубежом.

Китай несмотря на расширение экономических контактов не является исключением. Взаимодействия с органами власти являются важнейшим условием для продвижения деловых интересов в

¹¹ Товарооборот России и Китая достиг рекордных \$190 млрд // Коммерсантъ. 2023.13.01. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5761392> (дата обращения: 30.04.2023).

¹² Торговля России и Китая // TAdviser. 30.01.2023. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D1%8F_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8_%D0%B8_%D0%9A%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%8F (дата обращения: 30.04.2023).

стране. Однако КНР имеет крайне сложную бюрократическую систему и политико-управленческую культуру, которая определяется спецификой как современной китайской государственности, так и вековыми традициями, многие из которых не менее важны, чем формальные правила. В Китае, как и в большинстве стран Юго-Восточной Азии, нет четких законов и норм, регулирующих лоббизм, но есть целый свод неформальных правил и особая деловая культура, без понимания которых об успешной интеграции на китайский рынок говорить не приходится.

К термину и практике “лоббизма” в его западном (и российском) понимании в Китае сложилось скорее негативное отношение. Лоббизм ассоциируется с давлением “групп личной заинтересованности” (既得利益集团), которые преимущественно понимаются как коррумпированные объединения, возникающие на стыке государственных и деловых интересов. В 2017 г. на заключительном собрании партийной практики массового образования Си Цзиньпин заявил, что “абсолютно недопустимо заниматься формированием банд и шаек, абсолютно недопустимо создавать группы интересов и проводить обмен интересами”¹³. Вместе с тем, в Китае существует и другое понимание групп интересов (利益集团) — групп, которые не связаны с корыстными целями, а создаются для отстаивания социально значимых интересов и не вмешиваются в политику. В частности, Чжан Пейган, известный как отец “экономики развития”, считает, что группа интересов — это “группа членов общества, которая имеет общие установки, стремления, интересы и правила поведения в экономической жизни”¹⁴.

В реальной политической практике лоббизм носит неинституционализированный характер, а усилия групп интересов направлены преимущественно на закрепление личных договоренностей с представителями власти или ключевых корпоративистских институтов страны, таких как ассоциации промышленности и торговли, которые защищены специальными законами и имеют права участия в процессе принятия решений.

В Китае существует целая система неформальных связей, которая называется “Гуаньси” (關係), термин, который может быть переведен на русский язык как “связи” или “блат”. Данное понятие не имеет отрицательной окраски и обозначает помощь, поддержку или услугу. “Гуаньси” держится на многоуровневых связях, которые

¹³ Нармаев М., Синькевич А., Дэн В. Лоббизм в Китае: группы интересов // Современные проблемы международных отношений и мировой политики. М., 2019. С. 173.

¹⁴ Там же. С. 172.

могут включать в себя семью, знакомых, коллег по работе, такие связи часто развиваются многими поколениями. Устная договоренность посредством “гуаньси” может иметь больший вес в Китае, нежели формально подписанный контракт. Наладить такие связи иностранным лоббистам крайне сложно.

Выстраивание коммуникационной стратегии является одним из краеугольных камней продвижения групповых интересов в Китае. Переговорная культура КНР — это “сложный механизм взаимодействия между партнерами с огромным количеством подводных камней и недосказанностей”¹⁵. Китайская деловая и политическая культура не терпят неформальностей, поверхностных, “легких” отношений, которые гораздо важнее для выстраивания коммуникации на Западе. Открытость и искренность не свойственны китайской культуре в целом, а в бизнесе и политике тем более.

В процесс подготовки и принятия решений вовлечено множество государственных и окологосударственных структур. Однако без партнеров в деловой среде внутри страны напрямую выйти на стейкхолдеров из числа чиновников или партийных комитетов практически невозможно. Поэтому создание коалиций и внедрение в китайские деловые сети является важным этапом в построении лоббистской стратегии. Важное место в китайской системе лоббизма занимают деловые ассоциации, прежде всего торговые палаты и специфические отраслевые объединения.

Наиболее крупной и могущественной ассоциацией является Всекитайская федерация промышленности и коммерции (ВФПМ), созданная в 1953 г. в качестве преемника торговых палат, основанных во времена династии Цин. В китайской административно-управленческой иерархии статус главы ВФПМ, которым сегодня является Гао Юнлон, равняется рангу национального лидера. Членами ВФПМ являются преимущественно представители крупного бизнеса, однако на уровне региональных представительств она охватывает более 2,5 миллионов предприятий. Формально ВФПМ управляется Объединенным фронтом Коммунистической партии Китая, параллельно являясь учредительной организацией Народного политического консультативного совета Китая и обладая местами во Всекитайском собрании народных представителей¹⁶. Ор-

¹⁵ Марченко В. Такой загадочный Китай: что ждет российского предпринимателя в Поднебесной? // Школа Сколково. 2018.14.08. URL: <https://www.skolkovo.ru/news/takoj-zagadochnyj-kitaj-chto-zhdet-rossijskogo-predprinimatelja-v-podnebesnoj/> (дата обращения: 30.04.2023).

¹⁶ Groot G. Understanding the role of Chambers of commerce and industry Associations in United front work // Jamestown Foundation. 2018.19.06. URL: <https://jamestown.org>.

ганизация оказывает помощь правительству в управлении частной экономикой Китая и выступает в качестве связующего звена между частным сектором и правительством. В большинстве случаев установление связей с ВФПМ, особенно для внешних групп интересов, происходит через отдельные китайские компании, что вновь возвращает к необходимости грамотной коалиционной работы.

В Китае сегодня растет количество профессионалов из сферы GR, что связано с усилением координации между государством, деловыми ассоциациями и отдельными компаниями. Все большее количество компаний обзаводятся специалистами по связи с органами власти, которые в том числе перенимают опыт крупных транснациональных компаний, ведущих свою деятельность в Китае. Бывшие китайские чиновники и высокопоставленные члены партии являются одними из наиболее востребованных экспертов для китайского бизнеса, что соответствует и общемировой практике. Лоббистские контакты стали повседневной практикой диалога между бизнесом и государством в Китае. В особенности данное взаимодействие развито в исполнительной ветви власти — министерствах и комиссиях Госсовета, органа, ответственного за проведение в жизнь законов и постановлений, принятых Всекитайским собранием народных представителей и его Постоянным комитетом.

Большую роль в продвижении групповых интересов в Китае играют четкое понимание законов и регулятивных рисков. Китайские регуляторы и надзорные органы крайне внимательно относятся к продвижению групповых интересов, в особенности если речь идет об иностранных компаниях. Однако «мнение о том, что китайская судебная система сложна и запутана, основано чаще всего на том, что иностранные компании пытались установить свои правила игры на китайском рынке, которые шли в разрез с китайским законодательством, ввиду чего китайская судебная система априори не могла выступать на их стороне»¹⁷.

Регулятивные риски следует оценивать исходя из конкретной отрасли. Однако регулятивные механизмы в Китае сильно отличаются от западных аналогов, с чем уже столкнулись многие российские компании, продвигающие свои интересы в Поднебесной. Например, «Сбер», решивший открыть филиал в Китае, столкнулся со сложным и бюрократизированным процессом со стороны

[org/program/understanding-the-role-of-chambers-of-commerce-and-industry-associations-in-united-front-work/](https://www.wilson.com/program/understanding-the-role-of-chambers-of-commerce-and-industry-associations-in-united-front-work/) (дата обращения: 30.04.2023).

¹⁷ Непарко М.В., Фролова А.Ю. Проблемы и перспективы торгово-экономических отношений между Россией и Китаем для субъектов российского малого и среднего бизнеса // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 5–2. С. 155.

Народного банка Китая, что усугублялось коммуникационными трудностями. Как утверждал первый зампред правления “Сбера” Александр Ведяхин в конце 2022 г., “мы активно сейчас с ними [с Народным банком Китая] в коммуникациях, туда уехал огромный пакет документов, китайский регулятор очень скрупулезно относится ко всем документам и запрашивает их в очень большом количестве”¹⁸.

Россия находится лишь в начале пути налаживания системных контактов с китайскими партнерами и понимания работы китайских государственно-регулятивных механизмов. Однако это проблема практически всех незападных направлений продвижения российских групповых интересов. Отечественному бизнесу зачастую не хватает экспертных данных, качественной аналитики, знания языков, понимания того, как коммуницировать с представителями политических и деловых кругов. Это ставит перед российским государством, бизнесом, экспертным сообществом задачу быстрого поиска наиболее оптимальных коммуникационных и GR-стратегий, необходимых для действенного продвижения групповых интересов за рубежом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Ахмадиев Э., Подрез Т. Американские лоббисты помогут ВТБ решить проблему санкций // Известия. 2016.04.02. URL: <https://iz.ru/news/603191>

Ильичева Л.Е. Лоббизм в США: опыт функционирования // Научное обозрение. Серия 2: Гуманитарные науки. 2015. № 5.

Как осуществляется лоббизм в США и что можно позаимствовать для России. Исследовательская группа Terra America по заказу фонда ИСЭПИ. М., 2013.

Марченко В. Такой загадочный Китай: что ждет российского предпринимателя в Поднебесной? // Школа Сколково. 2018.14.08. URL: <https://www.skolkovo.ru/news/takoj-zagadochnyj-kitaj-chto-zhdet-rossijskogo-predprinimatelja-v-podnebesnoj/>

Нармаев М., Синькевич А., Дэн В. Лоббизм в Китае: группы интересов // Современные проблемы международных отношений и мировой политики. М., 2019.

Непарко М.В., Фролова А.Ю. Проблемы и перспективы торгово-экономических отношений между Россией и Китаем для субъектов российского малого и среднего бизнеса // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 5–2.

Перегулов С.П., Уткин А.И., Костяев С.С. Лоббизм российского бизнеса в США и ЕС: эволюция и перспективы. Институт США и Канады РАН. М., 2009.

¹⁸ Сбербанк направил в Китай “огромный пакет” документов для первого филиала // РБК. 2022.26.12. URL: <https://www.rbc.ru/business/26/12/2022/63a99c579a79476186281438> (дата обращения: 30.04.2023).

Руденкова Д.Э. Регулирование лоббизма в Европейском союзе: история и перспективы // Вестник Московского университета. Серия 25. Международные отношения и мировая политика. 2015. № 1.

Сбербанк направил в Китай “огромный пакет” документов для первого филиала // РБК. 2022.26.12. URL: <https://www.rbc.ru/business/26/12/2022/63a99c579a79476186281438>

Состоятельность государства и национальные интересы России в глобальном мире: материалы круглого стола // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2017. № 3.

Товарооборот России и Китая достиг рекордных \$190 млрд // Коммерсантъ. 2023.13.01. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5761392>

Торговля России и Китая // TAdviser. 2023.30.01. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D1%8F_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8_%D0%B8_%D0%9A%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%8F

REFERENCES

Ahmadiev Je., Podrez T. Amerikanske lobbisty pomogut VTB reshiti' problemu sankcij [American lobbyists will help VTB solve the problem of sanctions] // Izvestija. 2016.04.02. URL: <https://iz.ru/news/603191> (in Russian).

Groot G. Understanding the role of Chambers of commerce and industry Associations in United front work // Jamestown Foundation. 2018.19.06. URL: <https://jamestown.org/program/understanding-the-role-of-chambers-of-commerce-and-industry-associations-in-united-front-work/>

Il'icheva L.E. Lobbizm v SShA: opyt funkcionirovanija [Lobbying in the USA: experience of functioning] // Nauchnoe obozrenie. Serija 2: Gumanitarnye nauki. 2015. N 5 (in Russian).

Kak osushhestvljaetsja lobbizm v SShA i chto mozžno pozaimstvovat' dlja Rossii [How lobbying is carried out in the USA and what can be borrowed for Russia]. Issledovatel'skaja gruppa Terra America po zakazu fonda ISJePI. M., 2013 (in Russian).

Kanevskij P. Between diplomacy and lobbying: the case of Russia-EU relations // Working Paper. Workshop “Lobbying and Diplomacy: Two Faces of the Same Coin?” P., 2017.

Kerr P. Diplomatic persuasion: an under-investigated process // The Hague Journal of Diplomacy. 2010. N 5. P. 236.

Marchenko V. Takoj zagadochnyj Kitaj: chto zhdet rossijskogo predprinimatelja v Podnebesnoj? [Such a mysterious China: what awaits a Russian businessman in China?] // Shkola Skolkovo. 14.08.2018. URL: <https://www.skolkovo.ru/news/takoj-zagadochnyj-kitaj-chto-zhdet-rossijskogo-predprinimatelja-v-podnebesnoj/> (in Russian).

Narmaev M., Sin'kevich A., Djen V. Lobbizm v Kitae: gruppy interesov [Lobbying in China: interest groups] // Sovremennye problemy mezhdunarodnyh otnoshenij i mirovoj politiki. M., 2019 (in Russian).

Neparko M.V., Frolova A. Ju. Problemy i perspektivy torgovo-jekonomiceskikh otnoshenij mezhdru Rossiej i Kitaem dlja sub#ektor rossijskogo malogo i srednego biznesa [Problems and prospects of trade and economic relations between Russia

and China for Russian small and medium-sized businesses] // *Jekonomika i biznes: teorija i praktika*. 2019. N 5–2 (in Russian).

Peregudov S.P., Utkin A.I., Kostjaev S.S. Lobbizm rossijskogo biznesa v SShA i ES: jevoljucija i perspektivy [Russian business lobbying in the US and EU: evolution and prospects]. Institut SShA i Kanady RAN. M., 2009 (in Russian).

Pigman G. Contemporary Diplomacy // *Polity*. 2010. N 2.

Rudenkova D. Je. Regulirovanie lobbizma v Evropejskom sojuze: istorija i perspektivy [Regulation of lobbying in the European Union: history and prospects] // *Vestnik Moskovskogo universiteta*. Serija 25. Mezhdunarodnye otnoshenija i mirovaja politika. 2015. N 1 (in Russian).

Sberbank napravil v Kitaj “ogromnyj paket” dokumentov dlja pervogo filiala [Sberbank sent a “huge package” of documents to China for the first branch] // *RBK*. 26.12.2022. URL: <https://www.rbc.ru/business/26/12/2022/63a99c579a79476186281438> (in Russian).

Sostojatel'nost' gosudarstva i nacional'nye interesy Rossii v global'nom mire: materialy kruglogo stola [Consistency of the state and national interests of Russia in the global world: materials of the round table] // *Vestnik Moskovskogo universiteta*. Seriya 12. Politicheskie nauki. 2017. N 3 (in Russian).

Tovarooborot Rossii i Kitaja dostig rekordnyh \$190 mlrd [Trade turnover between Russia and China reached a record \$190 billion] // *Kommersant*. 2023.13.01. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5761392> (in Russian).

Torgovlja Rossii i Kitaja [Trade between Russia and China] // *TAdviser*. 2023.30.01. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D1%8F_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8_%D0%B8_%D0%9A%D0%B8%D1%82%D0%B0%D1%8F (in Russian).

Wiseman G. “Polylateralism” and new modes of global dialogue. Diplomatic studies programme, Center for the study of diplomacy // *Discussion Paper*. 1999. N 59.