Н.В. Зубаревич

КРУПНЫЙ БИЗНЕС В РЕГИОНАХ РОССИИ: ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ ИНТЕРЕСЫ

Аналитический доклад

Рецензенты:
доктор географических наук А.И. Алексеев,
доктор экономических наук Л.Б. Вардомский

Зубаревич Наталья Васильевна

Крупный бизнес в регионах России: территориальные стратегии развития и социальные интересы. Аналитический доклад / Независимый институт социальной политики. — М.: Поматур, 2005.

ISBN 5-86208-176-3

В работе рассмотрена пространственная проекция крупного российского бизнеса: этапы его территориального развития, характер проникновения в регионы в зависимости от структуры их экономики и местоположения, сходство и различия зон влияния разных компаний, типы регионов по «плотности» крупного бизнеса. Для разных типов субъектов РФ дан сравнительный анализ соотношения бизнеса различной величины и происхождения: крупнейших групп и компаний, отраслевого крупного и среднего регионального, а также развитости малого предпринимательства. Рассмотрены города крупного бизнеса, их величина и местоположение, распределение по крупным компаниям. Систематизация территорий и городов по значимости для крупного бизнеса помогает определить, как различаются в пространстве его экономические и социальные интересы. Учет этих интересов дает возможность проводить более эффективную социальную политику.

Работа адресована не только специалистам, занимающимся региональными исследованиями, но также всем интересующимся региональной проблематикой и развитием бизнеса в России.

Издание осуществлено при финансовой поддержке Фонда Форда.
Распространяется бесплатно.

Карты разработаны и выполнены С.Г. Сафроновым

© Н.В. Зубаревич, 2005
© Независимый институт социальной политики, 2005

Оглавление

Введение 4

Раздел 1. Этапы развития и пространственные стратегии крупного бизнеса 8

1.1. Этапы развития крупного бизнеса: территориальная проекция 12

1.2. Современные направления развития и территориальной экспансии (2003–2005 гг.) 16

1.3. Сложившиеся зоны влияния крупных компаний и групп: сходство и различия 23

Раздел 2. «Бизнес-среда» регионов 34

2.1. Типы регионов по значимости для крупного бизнеса и динамике его проникновения 34

2.2. Региональные «матрицы»: от крупного бизнеса до ПБЮЛ 41

2.3. Монофункциональные города крупного бизнеса 58

Раздел 3. Политические и социальные интересы крупного бизнеса в регионах 65

3.1. Политическая проекция экономических интересов: отношения с губернаторами 65

3.2. Социальные интересы крупного бизнеса в регионах разного типа 73

Вместо заключения. Территориальные «точки соприкосновения» интересов бизнеса, местного сообщества и властей 77

Приложения 80

Введение

Этот аналитический доклад выходит за пределы традиционной тематики исследований Независимого института социальной политики. В проектах института основное внимание уделялось проблемам социального развития и политике государства в этой сфере. В последние годы расширились региональные исследования, нацеленные на анализ социальной ситуации и политики властей регионов. Пора сделать следующий шаг — ведь помимо государства в регионах есть и другие акторы социальной политики.

Становление рыночной экономики в России привело к появлению частного бизнеса, в том числе крупного, представленного интегрированными бизнес-группами и компаниями. Их влияние на экономическое развитие многих регионов очень велико. Если одна компания обеспечивает более 60–75% налоговых поступлений в бюджет, как это происходит, например, в Вологодской области или республике Саха (Якутия), вряд ли можно рассматривать развитие такого региона без учета экономических интересов бизнеса. Это касается и других субъектов РФ, в которых широко представлены крупные компании. Обладая значительными ресурсами, крупный бизнес становится важным политическим и социальным актором в регионах и городах базирования своих предприятий.

О развитии крупного российского бизнеса написано немало. Территориальное размещение крупного бизнеса рассматривалось в серии публикаций СМИ о крупнейших собственниках в федеральных округах[1]. Систематическая аналитика, но без пространственного акцента, публикуется в обзорах Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (Я. Паппэ)[2]. Экономические и институциональные аспекты становления и развития крупного бизнеса отражены в работах Я. Паппэ, А. Дынкина, политические аспекты взаимодействия бизнеса и власти — в работах А. Зудина, С. Перегудова, эта же тема в региональной проекции рассматривается Н. Лапиной и А. Чириковой, Р. Туровским[3]. Развитие бизнеса в регионах заявлено

---

[1] Коммерсантъ-Власть. 2001. № 36–52; Деловая хроника. 2001. № 1; 2002. № 1, 3, 5, 7, 9, 11.

[2] Сайт ЦМАКП: http://www.forecast.ru.

[3] *Паппэ Я.* «Олигархи»: Экономическая хроника, 1992–2000. М.: ГУ ВШЭ, 2000; *Паппэ Я.* Треугольник собственников в региональной промышленности // Политика и экономика в региональном измерении / Под ред. В. Климанова, Н. Зубаревич. М.; СПб.: ИГПИ: Летний сад, 2000; *Паппэ Я.* Российский крупный бизнес как экономический феномен: особенности становления и современного этапа развития // Проблемы прогнозирования. 2002. № 1; *Дынкин А., Соколов А.* Интегрированные бизнес-группы — прорыв к модернизации страны. М.: Центр исследований и статистики науки, 2001; *Зудин А.* Неокорпоративизм в России? (Государство и бизнес при Владимире Путине) // Pro et contra. 2001. № 4; *Перегудов С.* Корпорации, общество, государство: эволюция отношений. М.: Наука, 2003; *Лапина Н., Чирикова А. Регионы — лидеры: экономические акторы, структура власти, политическое и информационное пространство. М: ИНИОН, 2002; Туровский Р.* Губернаторы и олигархи: история отношений // Полития. 2001. № 5.

как одно из основных исследовательских направлений недавно созданного Института региональной политики[4].

Исследования социальной политики российского бизнеса начались на несколько лет позднее — с появлением самого объекта исследований и формированием общественного запроса. Проекты в этой сфере осуществлены Ассоциацией менеджеров и крупнейшими российскими корпорациями, а также журналом «Эксперт»[5]. Растущий интерес к этой тематике в научных кругах подтверждается изданием нескольких новых книг[6], среди которых есть региональные исследования Н. Лапиной и А. Чириковой.

В отличие от научных исследований, в политической практике и оценках СМИ понятие «социальная ответственность бизнеса» варьируется в очень широком диапазоне: от очевидных обязанностей платить налоги и создавать новые рабочие места до предложений заняться чуть ли не всем спектром социальной политики, которую проводит государство. Не вдаваясь в полемику по определению границ «социальной ответственности бизнеса», сразу отметим — эта книга о другом.

Вместо темы «социальной ответственности» предлагается иной подход — выявить *социальные интересы бизнеса*, с учетом которых можно более эффективно формировать стратегическое взаимодействие власти, общества и бизнеса. Контуры такого взаимодействия нельзя абстрактно нарисовать на бумаге, необходимо представлять географию бизнеса, прежде всего крупного, и его активы в регионах страны, весьма разные и динамично меняющиеся.

Становлению крупного бизнеса в регионах посвящен первый раздел книги. В нем выделены основные этапы проникновения и формирования зон влияния крупного бизнеса, показаны изменения последних лет в этом процессе, обусловленные логикой развития бизнеса и другими, чаще всего политическими, факторами, представлена география крупнейших интегрированных бизнес-групп (ИБГ) и компаний, сходство и различия пространственных стратегий экспансии в зависимости от отраслевой структуры бизнеса.

---

[4] Сайт Института региональной политики: http://www.regionalistica.ru.

[5] Информационная открытость социальной политики российских компаний. М.: Ассоциация менеджеров, 2004; Человеческие ресурсы региона и корпоративная политика // Материалы науч.-практ. конф.; Независимый институт социальной политики, ОАО «ГМК «Норильский никель». М.: Поматур, 2003; *Шмаров А., Бочков П., Лукаш С.* Посылаю тебе девку. Позаботься о ребенке // Эксперт. 2005. №10.

[6] Социальная политика бизнеса в российских регионах: Сб. науч. трудов // ИНИОН РАН. Центр науч.-информ. исслед. глобал. и регион. проблем / Отв. ред. Н. Лапина. М., 2005; *Якимец В.* Межсекторное социальное партнерство: основы, теория, принципы, механизмы. М.: Эдиториал УРСС, 2004; Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность / Под ред. А. Дынкина. М.: ИМЭМО, 2004.

Во втором разделе ракурс анализа меняется, основное внимание уделено региональной «*бизнес-среде обитания*» — соотношению разномасштабного бизнеса. В начале раздела представлена типология регионов по «укорененности» крупного бизнеса, позволяющая понять значимость тех или иных субъектов РФ для ведущих бизнес-групп и компаний. Очевидно, что пространство бизнеса не исчерпывается только крупными компаниями, поэтому на примере отдельных регионов разного типа рассмотрено соотношение крупного и среднего бизнеса, региональных и «внешних» экономических акторов, дающее представление об особенностях их бизнес-среды. Систематизированные «матрицы» бизнеса для регионов России представлены в приложении. Вполне очевидно, что эти моментальные снимки быстро устаревают, но они важны для понимания региональных особенностей развития бизнеса. Далее показана специфика малого бизнеса в регионах и те факторы, которые определяют различия в его развитости. Помимо региональных конфигураций бизнеса разного масштаба в книге представлен анализ монопрофильных городов крупного бизнеса — их размещение и людность, распределение по разным компаниям и бизнес-группам.

Бизнес работает не в безвоздушном пространстве, а в регионах и городах России с разным уровнем социально-экономического развития. Дифференциация человеческого капитала, основных социальных проблем (бедности, безработицы и др.) в пространстве страны играет роль барьера или стимула для развития бизнеса. Специфика социально-экономических проблем формирует различные ожидания населения, разный спектр потребностей в тех или иных мерах социальной политики, в том числе корпоративной. Данная тема требует специального исследования, первым шагом на этом пути стала недавно вышедшая книга «Россия регионов: в каком социальном пространстве мы живем?»[7]. Вниманию читателей также предлагается «Социальный атлас российских регионов», размещенный на сайте НИСП: http://www.atlas.socpol.ru. Доступность сайта позволила автору не дублировать эту тему в книге.

Небольшой по объему третий раздел книги только открывает тему социального партнерства бизнеса, власти и гражданского общества в регионах разного типа. Это скорее заявка на дальнейшее исследование возможностей и приоритетов такого партнерства. В начале раздела рассмотрены политические аспекты взаимодействия крупного бизнеса с региональными властями, необходимые для понимания возникающих барьеров в их отношениях. Далее сделана попытка структурировать социальные интересы бизнеса на региональном уровне. Сопоставление «пространства интересов» крупного бизнеса и

---

[7] Россия регионов: в каком социальном пространстве мы живем? / Независимый институт социальной политики. М.: Поматур, 2005.

«пространства социальных проблем» помогло увидеть точки соприкосновения и направления социальной политики, отвечающие интересам бизнеса.

Книга открывает серию публикаций рабочих материалов НИСП по социальной политике в регионах. В дальнейшем предполагается обобщение форм политики бизнеса и опыта его взаимодействия с региональными органами власти и структурами гражданского общества. Это задача на перспективу, и она весьма сложна: несмотря на обилие публикаций в СМИ, информация пока недостаточно полна и репрезентативна, ее сложно очистить от искажений и структурировать по регионам для количественного и качественного анализа. Для получения более полной картины необходимы методики обработки данных о социальной политике компаний и дальнейшие исследования в регионах, которые планируются в рамках проекта НИСП.

Выражение благодарностей

Автор признателен Я. Паппэ за консультации и ценные замечания, давшие ключ к пониманию процессов трансформации бизнеса, Н. Лапиной и А. Чириковой за сотрудничество и информацию об исследовании социальной политики в регионах с развитой бизнес-средой, а также своим коллегам С. Сафронову и Е. Лаптевой за помощь в подготовке книги.

Особые благодарности Независимому институту социальной политики и Фонду Форда за поддержку исследования.