

СТРАТЕГИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ЛОББИРОВАНИЯ ИНТЕРЕСОВ ТАБАЧНЫХ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ В ПРИНИМАЮЩИХ СТРАНАХ НА ПРИМЕРЕ РОССИИ И ГРЕЦИИ

Пешкумова А.О.¹

Наряду с национальными государствами, все более важную роль в процессе принятия решений начинают играть негосударственные транснациональные акторы. К ним прежде всего относятся международные неправительственные организации и транснациональные корпорации (ТНК). Их влияние постепенно усиливается, как на международной арене, так и в политике отдельных государств. В рамках настоящего исследования внимание сконцентрировано на ТНК. Пытаясь закрепиться на рынках принимающих стран, ТНК вынуждены осуществлять свою деятельность в соответствии с законодательством этих стран, которое может быть неблагоприятным для них. Поэтому при попытках изменить статус-кво, ТНК прибегают к различным стратегиям лоббирования. На примере четырех крупных табачных корпораций (BAT, JTI, PMI, ITG) в статье выявляются стратегии лоббирования интересов этих транснациональных компаний в процессе принятия «анти табачных законов» в России и Греции.

Ключевые слова:

Табачные ТНК, лоббизм, стейкхолдеры, законодательство, стратегии лоббирования интересов.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире все более значимую и активную роль начинают играть негосударственные транснациональные акторы [55], к которым относятся международные

неправительственные организации и транснациональные корпорации (ТНК). Именно последним посвящено данное исследование.

ТНК – это особый вид компании, переросшей пределы национального государства

¹ Пешкумова Анастасия Олеговна – студентка Факультета социальных наук Департамента политической науки», ассистент по курсу «Формирование государственной политики в России и зарубежных странах» Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики. Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: peschkumova.nastya@yandex.ru

и осуществляющей свою деятельность в других странах через филиалы и дочерние организации [7, 2]. При этом, система принятия решений в ТНК выстроена таким образом, что позволяет проводить согласованную политику и осуществлять стратегию через один руководящий центр, обычно расположенный в стране базирования штаб-квартиры компании. Соответственно филиалы, дочерние организации или же производство ТНК могут находиться в абсолютно различных странах, которые называются принимающими. Задачами ТНК в принимающих странах становятся, во-первых, попадание на местный рынок, а во-вторых, укрепление своих позиций на нем. Тем самым, ТНК имеют собственные интересы в этих странах, которые могут расходиться с интересами принимающего государства. Следовательно, ТНК стремятся включиться в процесс принятия решений страны, становясь одним из значимых акторов политического процесса.

Природа ТНК многогранна, поэтому эти корпорации изучались с разных точек зрения. Так, долгое время ТНК рассматривались, прежде всего, как экономические предприятия, чему посвящены работы зарубежных исследователей: Дж. Гэлбрейта [47], П. Бакли [42], П. Ругмана [65] и др. Среди отечественных исследователей экономическую деятельность ТНК изучали А. Либман [8], И. Г. Владимирова [6] и пр. Следующая группа исследователей ТНК рассматривают их как акторов международных отношений: У. Бек [1], Дж. Робинсон [64], А. Ю. Мельвилль [21], М.М. Лебедева [20] и др. Однако исследования, рассматривающие влияние ТНК на процесс принятия решений в странах, где они не являются резидентами, малочисленны или отсутствуют [63; 64]. В этих условиях и возникает феномен международного лоббизма. Теоретические основы этого феномена

изучались в отечественной науке В.М. Васильевой [4;5].

Лоббирование ТНК своих интересов было изучено в различных отраслях. В российской науке в основном преобладают исследования, посвященные лоббизму ТНК в нефтяной и экологических отраслях. Тогда как табачная отрасль изучена недостаточно.

Проблема исследования состоит в двойной ответственности ТНК. Они хотят влиять на выгодные для себя решения в принимающих странах. Но как это сделать в странах, где, с одной стороны, отсутствуют законы о лоббировании. А с другой стороны, в странах базирования ТНК ратифицирована «Конвенция по борьбе с подкупом иностранных должностных лиц при осуществлении международных коммерческих сделок» [43]. Подписание этой Конвенции предполагает, что в законодательстве государств-участников будет предусмотрена уголовная ответственность за коррупцию в отношении иностранных должностных лиц. Значит, за неправомерные действия ТНК также попадают под ответственность государства-базирования компании. С помощью каких стратегий лоббирования происходит продвижение интересов ТНК в принимающих странах?

Для ответа на этот вопрос необходимо изучить табачные транснациональные корпорации. Основываясь на рейтинге Forbes за 2016 год Global 2000 – World's Top Companies, были отобраны следующие табачные ТНК: British American Tobacco, Philip Morris International, Imperial Tobacco Group и Japan Tobacco International [67]. Эта «четверка» компаний имеет представительство во множестве стран и является лидером в табачной индустрии.

Предметом исследования выступают непосредственно стратегии лоббирования интересов этих транснациональных

компаний в принимающих странах. Для исследования были выбраны Россия и Греция, основываясь на критериях, приведенных в таблице 1.

Таблица 1

Критерии	Россия	Греция
Количество повседневных курильщиков (от 15 лет) [45]	22 %	27,30 %
Наличие законодательства о лоббизме	-	-
Антитабачные законы [12; 57;58]	+	+
Растущий рынок для ТНК	+	+

Для проведения исследования необходимо выстроить следующую стратегию. Поскольку в рассматриваемых странах отсутствуют законы о лоббизме, соответственно процесс лоббирования ТНК своих интересов непрозрачен. Следовательно, необходимо сначала выявить стратегии лоббирования, соотношенные с возможностями ТНК. Затем методом исключения предстоит отобрать и рассмотреть возможные стратегии. Для этого необходимо решить ряд задач:

1. Провести регуляторный мониторинг России и Греции для выявления угроз деятельности табачных ТНК и возможности их устранения или минимизации.

2. Провести анализ стейкхолдеров, используя public policy подход. Этот метод позволяет выяснить, кто заинтересован в принятии или непринятии закона. Стейкхолдерами (в подходе public policy) являются любые лица, кто может предъявлять требования к законопроекту, а также те, на кого может повлиять его принятие [41].

3. Проанализировать точки вето и вето-игроков в процессах принятия решений

в России и Греции по вопросам «антитабачного» регулирования.

4. Определить стратегии лоббирования ТНК на основе результатов анализа стейкхолдеров и точек вето, используя программу Policy Maker 4.

5. Сравнить полученные стратегии лоббирования ТНК «антитабачного» регулирования в Греции и России.

ТНК КАК ГРУППА ИНТЕРЕСОВ

Как представители бизнес-сообщества, ТНК стремятся к минимизации издержек и максимизации прибыли. Одновременно они стремятся реализовать свой интерес при принятии необходимых им политических решений. В силу этого ТНК можно рассматривать с точки зрения теории групп интересов. Основоположниками этой теории принято считать А. Бентли и Д. Трумэна. А. Бентли впервые ввел понятие групп интересов, под которым подразумевал: «объединение граждан, которое нужно рассматривать не как абстрактную физическую единицу общества, а как массовую деятельность, в основе существования которой лежит общий интерес» [39]. При этом он считает, что группы интересов неминуемо становятся активными участниками политического процесса. Причем группа не обязательно должна быть однородной, достаточно быть единогласной по одному важному для нее вопросу. Это положение особенно актуально для данного исследования, поскольку рассматриваются четыре различные табачные ТНК (JTI, BAT, IB, PMI). По отдельности они конкуренты – каждая стремится захватить большую долю рынка. Но при этом они единодушны по поводу негативного воздействия «антитабачных» законов на них и на всю табачную отрасль в целом.

Д. Трумэн развивает идеи Бентли, добавляя также, что распределение благ в обществе осуществляется посредством

административных институтов, в силу чего группы стремятся влиять на эти институты для выработки выгодного для себя решения. То есть Трумэн также выделяет категорию политических групп интересов, которые взаимодействуют с институтами государства [70]. Однако его подход к определению групп интересов больше подходит для партий, что не соотносится напрямую с нашим исследованием.

Среди современных исследований также вопросам воздействия бизнеса на выработку политических решений посвящены работы М. Хойнаки, которая особенно подчеркивает важную роль создания альянсов группами интересов для наибольшего оказания давления на лиц, принимающих решения [53]. А «четверка» табачных ТНК представляет собой альянс, подчеркивая возможные издержки для всей отрасли при принятии законов.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЛОББИЗМ КАК ФОРМА ВЛИЯНИЯ ГРУПП ИНТЕРЕСОВ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ

Лоббизм в этом исследовании будет рассматриваться как «механизм влияния внешних акторов на процесс принятия государственных решений и как инструмент конвертации ресурсов групп интересов в политическое влияние» [4]. Однако особенностью исследования является то, что субъекты лоббистской деятельности – **табачные ТНК - являются внешними акторами по отношению к рассматриваемым странам, то есть не являются резидентами этих стран.** Объектом лоббизма выступают органы государственной власти принимающей страны. Следовательно, деятельность ТНК по продвижению интересов можно обозначить таким термином как международный лоббизм [5].

Существуют различные виды международного лоббизма. Исходя из законности

методов, лоббизм может быть: «белым» – легальные методы, «серый» – нарушает этические нормы, но законодательно разрешен, «черный» – включает легально запрещенные методы [5, 226]. С другой стороны, механизмы международного лоббизма могут быть прямыми (непосредственное влияние на лиц, принимающих решение) или косвенными – влияние на политику принимающих стран через третьих лиц, которыми могут быть СМИ, НКО и т.д. ТНК могут с их помощью мобилизовать общественное мнение для проведения информационной кампании (grassroots lobbying [5, 227]).

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ЛОББИЗМА

Институциональные факторы лоббизма позволяют определить ключевые точки влияния на процесс принятия решений, а затем выработать подходящие стратегии продвижения интересов. К институциональным факторам, прежде всего, относится структура политических возможностей (political opportunity structure), а также количество, последовательность точек вето и позиции вето-игроков. Структура политических возможностей выступает «фильтром между мобилизацией усилий, выбором стратегий, возможностью изменять социальное окружение» [3]. Ее основные характеристики следующие. Во-первых, она может быть открытой или закрытой к требованиям слабо организованных акторов. При открытой структуре больше точек доступа для лоббирования интересов, а закрытая предполагает интеграцию с государством, что сложно сделать ТНК, учитывая их международный статус и двойную ответственность. Во-вторых, сила или слабость государства заключается в возможности эффективной реализации государственной политики в том виде, в котором она была принята. Если государство в этой части слабое, то возможно оказывать влияние

на реализацию политики. Исходя из этих критериев, можно предположить, что в России закрытая структура политических возможностей, а в Греции – открытая.

Одной из областей лоббирования является законодательный процесс. Поэтому необходимо рассмотреть возможные точки вето и наличие вето-игроков. Данный анализ будет произведен на основе труда Дж. Цебеллиса «Veto players: how political institution work» [71]. Вето-игроки – коллективные или индивидуальные акторы, чье одобрение необходимо, чтобы изменить законодательно статус-кво (то есть законодательство). Они могут быть институциональными, то есть, встроены в институт принятия решений и влияют на него. Также возможны ситуационные вето-игроки, чье присутствие институционально не закреплено, поэтому они могут меняться с течением времени. Анализ вето-игроков необходим для выявления результатов лоббизма. Так, при изменении изначальной позиции вето-игрока, можно предполагать о наличии на него определенного воздействия со стороны групп интересов. Под точкой вето понимается «политическая арена», способная заблокировать принятие решения [71]. Е. Иммергут писала, что «точки вето» создаются институтами и могут быть использованы группами интересов, чтобы оказывать влияние на принятие выгодного для себя решения [54]. Следовательно, для выстраивания стратегий лоббирования группам интересов необходимо учитывать эти составляющие, чтобы определять возможные точки воздействия.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ТАБАЧНОГО ВОПРОСА

В XXI веке началась активная борьба с курением. Так, в 2003 году была принята Рамочная Конвенция ВОЗ по борьбе против табака. Ее подписание означает обязанность принять соответствующие «антитабачные»

законы странами-подписчиками. В Греции и в России подобные законы были приняты относительно поздно: в 2010 и в 2013 годах соответственно. Эти законы чрезвычайно невыгодны табачной отрасли. Поэтому корпорации могут стараться повлиять на принятие необходимого им решения. Чтобы понять механизмы продвижения интересов табачных ТНК, далее будут изучены непосредственно принятые законы, определены ключевые стейкхолдеры и, соответственно выведены, стратегии лоббирования.

ГРЕЦИЯ: РЕГУЛЯТОРНЫЙ МОНИТОРИНГ И АНАЛИЗ СТЕЙКХОЛДЕРОВ

Для анализа стейкхолдеров сначала необходимо определить области регулирования, на которые влияет закон и внесенные в него поправки. Действующий Закон № 3868, а именно, глава «Меры по полному запрещению курения в общественных местах» от 2010 года, оказал значительное влияние на отрасль и на табачные ТНК в стране. Области его регулирования:

- **Продажа табачной продукции.** Запрещена продажа табачной продукции несовершеннолетним и несовершеннолетними. Запрещается открытая выкладка табачной продукции на полках магазинов, за исключением специализированных магазинов по продаже табачных изделий, дьюти-фри (duty-free) и т.д. Можно отметить также запрет на продажу сигарет поштучно и пачек с содержанием сигарет менее 20 штук, что вынуждает ТНК менять стратегии продажи своей продукции.

- **Реклама табачной продукции.** Законом был расширен перечень мест запрета рекламы табачной продукции. В частности, под запретом оказалась демонстрация табачной рекламы перед началом фильмов в кинотеатре. Следовательно, происходит блокирование каналов распространения информации

о табачной продукции, и уменьшаются возможности ее продвижения.

• **Употребление табачных изделий.** Действующим законом определяются места, где курение запрещено – в закрытых помещениях на работе, в магазинах, в развлекательных клубах, кроме специальной территории для курения, в аэропортах, на остановках общественного транспорта, в кафе. Однако в нем не определены параметры специальных зон для курящих людей, как это было в законе от 2008 года. Вместо этого в законе устанавливается разрешение на употребление табачной продукции в казино и развлекательных клубах, площадь которых больше 300 квадратных метров. То есть этим

затрагиваются интересы рестораторов и владельцев малых кафе или баров.

• **Уплата штрафов.** Действующее законодательство повысило штрафы для управляющих лиц, установив их в размере от 500 до 10000 евро. Но размер штрафов для граждан, употребляющих табачные изделия в запрещенных местах, сохранился в прежнем размере.

Исходя из описанных областей регулирования, можно идентифицировать стейкхолдеров. В виду социальной значимости закона для идентификации стейкхолдеров будет использован public policy подход. Подробные позиции сторонников и противников закона представлены в табл. 2 и в табл. 3.

Таблица 2. Стейкхолдеры-сторонники закона в Греции

<i>Стейкхолдер</i>	<i>Позиция/деятельность</i>
Министерство здравоохранения и социальной солидарности. Министр (на 2010 год) – Марилеза Ксеноджайаннакопулу	Инициатор законопроекта [68].
Правительство Греции – премьер-министр Г. Папандреу	Поправки к закону как дополнение к политике преодоления долгового кризиса.
Джордж Бехракис	Финансировал исследований Гарварда о вреде курения [46], а также открыл собственную лабораторию для проведения подобных исследований [73].
Школа общественного здравоохранения Гарварда	Исследования о вреде курения, публичная поддержка законопроекта деканом и профессорами [52].
Греческое онкологическое общество	Эксперты по заболеваниям, вызванных курением финансируются Бехракисом.
Панайотис Бехракис доктор медицины, глава Координационного комитета по борьбе с курением	Курение создает нагрузку на бюджет государства и является причиной долгового кризиса.
Некурящие граждане	Немобилизованная аудитория - публично не высказываются.

Таблица 3. Стейкхолдеры-противники закона в Греции

<i>Стейкхолдер</i>	<i>Позиция/деятельность</i>
ВАТ (в Греции филиал ВАТ Hellas)	• Представлены важнейшие марки компании Prince, Lucky Strike, Kent

	<ul style="list-style-type: none"> • Вклад в экономику страны виде налогов инвестиций. Общие налоговые отчисления составили около 3,2 миллиардов евро, а инвестиции 100 миллионов евро [40].
PMI (в Греции аффилированная компания Pappastratos)	<ul style="list-style-type: none"> • Множество рабочих мест для населения [37]. • С 2003 г. инвестиции более 700 млн. евро в развитие инфраструктуры и персонала • Вложения в программу корпоративной социальной ответственности на предоставление помощи уязвимым социальным группам в случае экономического кризиса (2009-2016 гг. - 1,5 млн. евро) [51].
IT (В Греции филиал Imperial Tobacco Hellas S.A.)	<ul style="list-style-type: none"> • Рынок Греции стратегически важный растущий рынок • Развитие продаж премиальной марки Davidoff (рост доли с 2011 г по 2016 с 4,3%, до 6,9%) • Инвестирование в потребительскую активность населения
JTI (в Греции JTI Hellas)	<ul style="list-style-type: none"> • Импорт и торговля в регионе марками: Winston, Camel, Old Holborn. • Новая важная марка Natural American Spirit - «единственные глобальные эксклюзивные сигареты без добавок (additive-free)» [50]. • Важный работодатель.
Курильщики	Не мобилизованная аудитория.

Основываясь на позициях стейкхолдеров, проведем оценку их вовлеченности и силы влияния на процесс принятия решения. Наибольшую поддержку закону оказывали: Правительство, Минздрав, Большая Фарма, Дж. Бехракис, Гарвард. Однако наибольшей силой, способной повлиять на решение обладают только первые 4 стейкхолдера, исходя из их финансовых и/или политических ресурсов. Среди сильных стейкхолдеров также находится Фонд Блумберга. Однако он скорее является косвенным сторонником закона, поскольку этот фонд финансирует деятельность ВОЗ. Также среди сторонников важны исследовательские центры: Гарвард и Греческое онкологическое общество (ГОО). Однако по карте можно заметить, что у них разная степень поддержки закона, ввиду их статуса и потенциальных возможностей. Степень поддержки закона ГОО ниже, поскольку этого стейкхолдера уже представляет другой более сильный актор – Дж. Бехракис. Поэтому ГОО нет необходимости

чрезмерного высказывания своей позиции: общество является больше исполнителем, то есть проводит необходимые исследования.

Что же касается противников закона, то среди них наиболее сильными и вовлеченными являются табачные ТНК. PMI, JTI, BAT и IB делят между собой греческий рынок. Эти ТНК не просто реализуют свою продукцию в Греции, но также ее и производят. Обладая финансовыми ресурсами, инвестируя весомые средства в экономику Греции, неудивительно, что они представляют собой наиболее сильную оппозицию закону. Также среди противников закона есть владельцы ресторанов, кафе и баров. Но поскольку они практически не обладают значимыми ресурсами, их сила не так велика. Следовательно, табачным ТНК для продвижения своих интересов необходимо повлиять на самых сильных стейкхолдеров.

Карта позиций стейкхолдеров²

РОССИЯ: РЕГУЛЯТОРНЫЙ МОНИТОРИНГ И АНАЛИЗ СТЕЙКХОЛДЕРОВ

Федеральный Закон от 23 февраля 2013 года № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий табака» оказал значительное влияние на деятельность ТНК. Ранее были приняты НПА, регулирующие только область маркировки и упаковки табачных изделий [11; 29: 30; 31]. Действующий закон расширил области регулирования.

Следовательно, для идентификации основных стейкхолдеров необходимо сначала определить сферы, регулирование которых существенно влияет на табачную индустрию. Области регулирования следующие:

- **Потребление.** Запрещается курение табака в помещении и во многих общественных местах, в том числе, в поездах дальнего следования и судах дальнего плавания по перевозке пассажиров и т.д. Курение допускается только в специально выделенных местах. Запрет на курение в некоторых местах, в частности, в поездах дальнего следования, доставляет существенные неудобства многим

курильщикам. Кроме того, теперь необходимо оборудовать дополнительные места для курения при их отсутствии.

- **Регулирование цен и налоговые сборы.** Повышаются акцизы на табачную продукцию в целях уменьшения спроса на нее, устанавливается минимальная розничная цена табачных изделий. Тем самым табачные компании вынуждены пересмотреть производство своей продукции и ценовую политику своих марок.

- **Стимулирование продаж табака: реклама и спонсорство.** Запрещается демонстрация табачной продукции и ее потребление во вновь созданных телефильмах. Демонстрация возможна, если курение является частью замысла или при условии информирования о вреде курения. Для табачных корпораций происходит блокировка многих каналов распространения информации о своей продукции, а, следовательно, и привлечения новых потребителей.

- **Продажа табачных изделий.** Торговля в розницу осуществляется теперь только в магазинах и павильонах, а при их

² Цвет стейкхолдера означает степень силы: черный прямоугольник – самые сильные, серые – средние по силе, белый – наименее сильные (в зависимости от их доступа к различным ресурсам).

отсутствии возможны развозные продажи или продажи в других объектах. Открытая выкладка товаров тоже под запретом. Нельзя продавать пачки с содержанием сигарет меньше двадцати штук, поштучно, а также в наборе с другими товарами. Запрещаются продажи несовершеннолетним и несовершеннолетними.

На основе рассмотренного регулирования можно выделить основных стейкхолдеров в соответствии с public policy подходом. Позиции сторонников и противников законопроекта представлены в табл. 4 и в табл. 5.

Таблица 4. Стейкхолдеры-противники закона в России

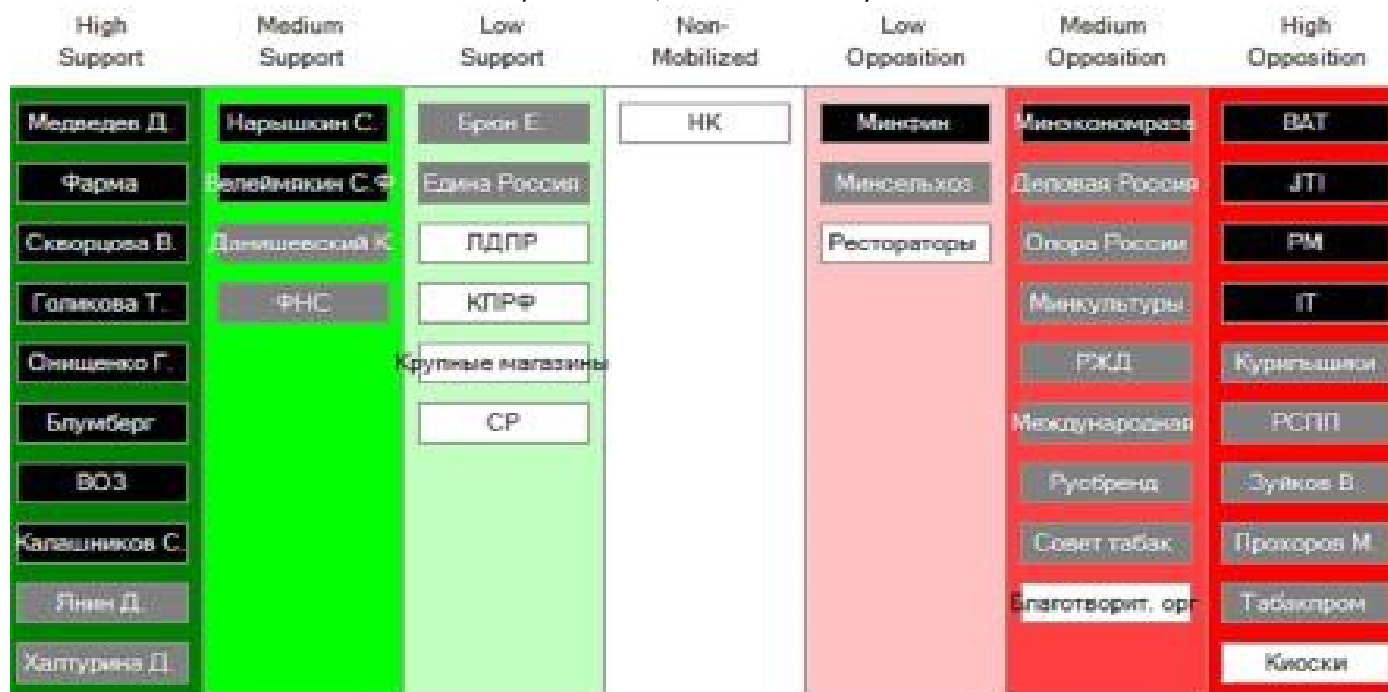
Стейкхолдер	Позиция/деятельность
ВАТ	<ul style="list-style-type: none"> • Объем инвестиций в российскую экономику с 1991 года превысил миллиард долларов [2]. Представлены премиальные марки • Производство продукции и рост доли рынка за счет марки Rothmans, а также увеличение доли премиум-сегмента марки Kent.
ГТ	<ul style="list-style-type: none"> • Налоговые отчисления в бюджет страны составили 105 миллиардов рублей с 2010 по 2014 гг. • Производство продукции на фабриках в Волгограде и в Ярославле
РМІ	<ul style="list-style-type: none"> • Инвестиции в российскую экономику в размере около двух миллиардов долларов [36]. Доля брендов компании от общего объема рынка составляет 28,4%. Россия является одним из главных рынков сбыта табачной продукции компании, также лидирующая по темпам роста. • Но с 2015 по 2016 год доля на рынке уменьшилась на 4,6 %, что в основном связано с повышением цен на акцизы.
ГТІ	<ul style="list-style-type: none"> • Табачная фабрика «Петро», расположенная в Санкт-Петербурге – крупнейший производственный центр компании в мире • С 1999 по 2015 годы объем инвестиций компании в экономику России составил около 1,9 миллиардов долларов [35].
Табакпром (Женин В. гендиректор)	Слишком жесткие законодательные ограничения в части выкладки продукции и в запрете спонсорства благотворительных организаций. Может возникнуть контрафакт в связи с повышением цены пачки.
Международная Ассоциация производителей табака	Пересмотр производства, следовательно, и высоки издержки.
Общероссийское движение за права курильщиков	Открыт сбор подписей за изменение антитабачного закона. В числе поддержавших петицию множество знаменитостей: Гарик Сукачев, Валерий Сюткин, Михаил Боярский – лидер движения и др [14].
Минфин	Уменьшению притока инвестиций в российскую экономику [22].
Минэкономразвития	Против установления минимальной цены и запрета выкладки табачной продукции [10].
Минкультуры	Против положений о запрете демонстрации курения во вновь созданных фильмах, а также запрете спонсорства.
А. Петриков (Минсельхоз)	Сигарет не будут потреблять меньше, а будут покупать оптом.
Деловая Россия, Опора России, РСПП	На комиссиях по рассмотрению законопроекта не раз высказывали свою критику.
Благотворительные организации (Фонд «Дорога вместе», Фонд «Справедливая помощь» и т.д.)	Против запрета спонсорства со стороны табачных организаций.

В. Зуйков (Национальная торговая ассоциация)	Потреблять сигарет меньше не будут, но повысится наличие контрафактной продукции и криминализация в обществе [25].
Русбренд	Запрет на продажу табачных изделий в помещениях менее 50 кв. метров, что приведет к закрытию и потере прибыли малого бизнес [19].
Коалиция владельцев малых торговых форматов и киоскеров России	Против запрета выкладки табачной продукции и ее продажи в киосках, что угрожает малому бизнесу. Обращалась с письмом к В.В. Путину с просьбой повлиять на жесткие ограничения их бизнеса [24].
Владельцы ресторанов (Ассоциация рестораторов и отельеров России)	Умеренные противники, поскольку считают, что количество курящих посетителей постоянно снижается. Однако, все же есть опасения по поводу оттока посетителей [13].
РЖД	Невозможно контролировать курение пассажиров в тамбуре [17].
Михаил Прохоров	Закон принимается слишком быстро, а план по преодолению его негативных последствий отсутствует.

Таблица 5. Стейкхолдеры-сторонники закона в России

Стейкхолдер	Позиция
Т. Голикова (министр соцразвития и здравоохранения на 2011 г.)	Инициатор первой версии закона 2011 г., далее он был отправлен на доработку.
В. Скворцова (Минздрав)	Инициатор и сторонник того, антитабачный закон спасет в России 150-200 тысяч жизней ежегодно.
С.Ф. Велеймякин (заместитель Скворцовой)	Инициатор и представитель законопроекта в Госдуме. Цель закона - недопущение новых социальных групп в процесс потребления табака, в частности молодежь и детей.
Г. Онищенко (Роспотребнадзор)	В своих выступлениях неоднократно отмечал необходимость принятия данного закона, а также ужесточения положений закона.
С. Нарышкин (Председатель Госдумы)	Закон положительно скажется на здоровье людей, но еще будет корректироваться, ввиду возникновения достаточно серьезных издержек.
Депутаты Госдумы	Все фракции поддерживают, но наименьшую поддержку высказала фракция Справедливой России (в частности Митрофанов А.В.).
Д. Медведев (Премьер-министр)	Акцент на положительных последствиях: сокращение числа курящих, ежегодно будут спасены и до 200 тысяч жизней.
С. Калашников (Глава Комитета Госдумы по охране здоровья)	Фреймирует повестку дня в СМИ, отмечая что права курильщиков не ущемляются, а наоборот, защищаются законом.
АТАКа (председатель Данишевский К.)	Активно призывали население поддержать законопроект на открытых голосованиях, продвигали баннеры в поддержку закона.
ФНС	Рост акцизов табачных компаний
Фармацевтические компании	Рост спроса на лекарства для борьбы с курением
Крупные торговые компании розничной продажи	Право на продажу табачной продукции только в них.
Фонд «Инициативы Блумберга»	С 2008 года фондом было выделено \$720 тыс. на борьбу с курением в России, которые были перераспределены в различные фонды.
ВОЗ	Ратификация Россией в 2008 г. Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака. ВОЗ спонсируется фондом Блумберга.
Д. Халтурина (сопредседатель Российской антитабачной коалиции)	Зарубежный опыт как подтверждение эффективности антитабачных законов борьбе с курением.
Д. Янин (председатель Международной конфедерации обществ потребителей (КонфОП))	Снижение смертности среди населения.
Е. Брюн (главный нарколог РФ)	Косвенная поддержка, но граждане смогут курить только при внутренней мотивации, а не давления извне.

Карта позиций стейкхолдеров³



Далее была проведена оценка вовлеченности стейкхолдеров и силы их влияния на процесс принятия решения. Наиболее сильными сторонниками являются стейкхолдеры, обладающие прежде всего политическими ресурсами: премьер-министр, Минздрав, Главный санитарный врач страны, Председатель Госдумы, председатель Комитета Госдумы по охране здоровья. Кроме того, среди сторонников присутствуют представители антитабачных ассоциаций. Однако сами по себе эти акторы не так сильны. Скорее, сила их влияния подкрепляется другими более сильными стейкхолдерами, такими как фармацевтические компании и фонд Блумберга, который финансирует некоторые из представленных ассоциаций. Фракции депутатов также сложно отнести к сильным стейкхолдерам, т.к. большинство из них не высказывались по рассматриваемому закону. Однако средней по силе является фракция Единой России, так как ее представители иногда выступали с заявлениями в

поддержку закона. Также этой фракции принадлежит большинство в Госдуме.

Что же касается противников, то вновь наиболее сильными из них являются табачные ТНК, Минфин и Минэкономразвития. Последние опасаются утраты привлекательности России как страны для инвестиций. Кроме того, среди противников есть и другие министерства, различные ассоциации и их представители.

АНАЛИЗ ТОЧЕК ВЕТО И ВЕТО ИГРОКОВ

В этой части статьи разбираются существующие точки вето и вето-игроки, действующие в системе принятия государственных решений в Греции и в России. Анализ точек вето и вето игроков проводится на основе работы Цебелиса. Теоретические основания этого подхода были рассмотрены выше. А далее будет изучено конкретное поведение

³ Цвет стейкхолдера означает степень силы: черный прямоугольник – самые сильные, серые – средние по силе, белый – наименее сильные (в зависимости от их доступа к различным ресурсам).

вето-игроков на примере принятия антитабачных законов в России и Греции.

Первыми значимыми вето-игроками являются субъекты, обладающие правом законодательной инициативы. Эти вето-игроки важны, поскольку определение повестки дня является одним из возможных способов влияния на изменение статус-кво. Основываясь на Конституциях рассматриваемых стран, этими вето-игроками могут быть различные субъекты.

В России [16]: Президент РФ, Совет Федерации (и его члены), Депутаты Госдумы, Правительство РФ, законодательные (представительные) органы субъектов РФ, Конституционный и Верховный Суды РФ по вопросам их ведения; в Греции [15]: Правительство и Парламент.

Ввиду того, что в России множество субъектов с правом законодательной инициативы, сложно определить конкретных вето-игроков, которые могли бы обладать контролем над повесткой дня. Особенно, учитывая количество депутатов Госдумы, сенаторов и депутатов в регионах России. Следовательно, в первую очередь, стоит рассматривать институциональных вето-игроков по конкретному антитабачному закону. В Греции же при наличии только двух вето-игроков, можно предположить, что контроль над повесткой распределен между этими двумя органами.

Правом законодательной инициативы при внесении рассматриваемых законов воспользовались правительства стран и в Греции, и в России. Следовательно, этих вето-игроков можно определить, как коллективных и институциональных вето-игроков, так как право вносить законопроекты установлено Конституциями соответствующих стран.

Далее в законодательном процессе в России законопроект направляется к

Председателю Госдумы. Его можно рассматривать как индивидуального вето-игрока, поскольку от его решения зависит, в какой комитет Госдумы будет направлен законопроект. Однако Председатель все же институционально ограничен Регламентом Госдумы, согласно которому он отправляет законопроект в Комитет Государственной Думы в соответствии с вопросом его [Комитета] ведения [28]. В Греции же внесенные законопроекты передаются в одну из постоянных парламентских комиссий.

Изучаемый законопроект был направлен в Комитет Государственной Думы РФ по охране здоровья. Председателем этого комитета являлся представитель фракции ЛДПР – С.М. Фургал. Однако большинство членов комитета (12 из 17-ти) являются представителями фракции «Единая Россия». [33]. То есть можно выделить наличие ситуационного вето-игрока, так как члены этой фракции составляют большинство комитета, и без их участия не может быть одобрен законопроект. Это положение подтверждается Регламентом Государственной Думы: «Решение комитета принимается большинством голосов от общего числа членов комитета». А сам Комитет выступает в качестве внутриинституциональной структуры, то есть обеспечивает и организует деятельность вето-игроков в рамках определенного набора делегированных им полномочий [26].

В Греции же законопроект рассматривался постоянной комиссией по социальным вопросам. Председателем комиссии является член Демократической коалиции [66]. Всего в комиссии 51 член. Однако сложно выделить доминирование одной фракции. Большинство составляет фракция Всенародного греческого движения (ПАСОК) – 19 депутатов и представители фракции Новой Демократии – 14 депутатов. Поэтому сложно выделить в этой комиссии какую-либо фракцию в

качестве ситуационного вето-игрока. Перед обсуждением законопроекта в Парламенте сначала рассматриваются доклады комиссии. В Конституции страны прописано: «Обсуждение начинается после устных докладов компетентного министра и представителей парламентской комиссии» [15]. То есть Комиссия в Греции, как и комитеты в России, выступает в роли внутриинституциональной структуры.

Следующим этапом в России является прохождение законопроекта через Совет Государственной Думы, а далее через Ответственный комитет, который совпал с Профильным. Совет Госдумы тоже можно рассматривать в качестве внутриинституциональной структуры, поскольку он обладает техническими возможностями возврата законопроекта авторам, а также может затянуть принятие решения на неопределенное время [27].

Затем законопроект идет на рассмотрение в первом чтении в Государственную Думу РФ. При этом Госдуму можно считать уже точкой вето. Изучаемый законопроект рассматривался Госдумой шестого созыва. Важными вето-игроками являются депутаты Государственной Думы, так как от того, как они проголосуют, зависит судьба законопроекта. В Госдуме присутствует ситуационный вето-игрок – фракция партии «Единая Россия». Всего в Думе 450 депутатов, а представителей этой партии 238, что составляет больше половины. Чтобы законопроект был принят, необходимо большинство голосов депутатов. А это невозможно сделать без голосов фракции «Единая Россия». Из этого следует вывод, что произошло совпадение точки вето и ситуационного вето-игрока. В трех чтениях законопроект был принят, причем в третьем чтении за него проголосовало 98% депутатов [32].

В Греции законодательный процесс оказывается более простым, чем в России. После изучения и выступления с докладом соответствующей комиссии и представителя профильного Министерства происходит голосование по законопроекту на Пленуме Парламента Греции. То есть Парламент является институциональным коллективным вето-игроком в терминологии Цебелиса. Всего в Парламенте 300 депутатов, а в результате выборов 2009 года большинство в нем – представители партии ПАСОК (160 депутатов) [74]. Поэтому членов партии ПАСОК в Парламенте можно также идентифицировать как ситуационных вето-игроков, поскольку без них становится невозможным принятие законов. Кроме того, премьер-министр страны, а также один из инициаторов и сторонников законопроекта – Георгиос Папандреу – одновременно являлся и главой этой партии. Не приходится сомневаться, что законопроект был принят. Законы, не требующие толкования, вступают в силу сразу после публикации [15].

Следующим вето-игроком в законодательном процессе в России выступает Совет Федерации. Его можно определить как вето-игрока с правом относительного вето. Статьей 105 Конституции РФ предусмотрено: «В случае несогласия Государственной Думы с решением Совета Федерации федеральный закон считается принятым, если при повторном голосовании за него проголосовало не менее двух третей от общего числа депутатов Государственной Думы» [16]. Совет Федерации еще является и точкой вето, поскольку от его решения зависит, будет ли дальше рассматриваться законопроект или нет.

Далее закон направляется на подпись Президенту РФ, который является институциональным вето-игроком, так как может наложить вето на закон. Однако, как и в ситуации с Советом Федерации, вето Президента

– относительное, так как возможно его преодоление двумя третями от общего количества депутатов Государственной Думы и сенаторов Совета Федерации. Кроме того, утверждение закона Президентом является еще одной точкой вето. «Антитабачный закон» успешно прошел через все точки вето и вето-игроков и был принят.

СТРАТЕГИИ ЛОББИРОВАНИЯ ИНТЕРЕСОВ ТАБАЧНЫХ ТНК В ГРЕЦИИ

На основе проведенного анализа стейкхолдеров и точек вето были определены возможные стратегии лоббирования интересов, которые будут приведены ниже. Общим для всех стратегий является их цель, заключающаяся в уменьшение количества и силы сторонников поправок к закону. Вот эти стратегии:

- **мобилизация противников законопроекта на публичные демонстрации, митинги.** Данный метод также называется грасрутс (grassroots) – оказание влияния на лицо, принимающее решение посредством создания видимости общественной мобилизации. В 2010 году, в период обсуждения поправок, Греция находилась в долговом кризисе, связанным со значительным бюджетным дефицитом в стране. Ранее в 2009 году к власти пришло новое правительство во главе с Георгиосом Папандреу, который начал реализовывать жесткие антикризисные меры. Эти меры касались сокращений государственных расходов, особенно в части выплат зарплат бюджетникам, сокращения пособий госслужащим, повышения пенсионного возраста, увеличения акцизов, в том числе, на табак. 2010 год ознаменовался множественными забастовками госслужащих и работников частного сектора. Соответственно, в таких условиях появилась возможность к общим требованиям добавить рассмотрение вопросов «антитабачного» законодательства, которые могли затеряться в основной

повестке. Также в СМИ активно высказывались владельцы ресторанов по поводу негативного влияния на них принятых поправок. В совокупности с кризисом в стране, они несли еще большие издержки. Поэтому неудивительно участие в митингах мелких и средних предпринимателей. Тем самым метод грасрутс, как разновидность косвенного лоббизма, может рассматриваться одной из стратегий предотвращения или оттягивания принятия решения по поводу новых поправок;

- **убеждение оппозиции перейти в немобилизованную группу.** Прежде всего, это касается поддержки научным сообществом поправок к «антитабачному» закону. Среди этих стейкхолдеров особенно важны Гарвардский университет и Греческое онкологическое общество. Однако они спонсируются другим значимым стейкхолдером – Дж. Бехракисом. Поэтому возможности для реализации этой стратегии для ТНК были малы;

- наиболее вероятная и действительно реализованная стратегия – **снижение организационной силы оппозиции путем отказа им в материальных ресурсах.** Однако эта стратегия сработала таким образом, что, наоборот, активное инвестирование в экономику страны способствовало принятию более мягких, но все же существенных поправок к закону. Все изучаемые ТНК и так являются важными для экономики страны инвесторами и работодателями. Причем инвестирование следует рассматривать не как одномоментное вложение средств, а как долгосрочную перспективу. Так в 2012 году ТНК Филип Моррис запустило производство на дополнительном заводе в Западной Аттике, которое заменило производство табачной продукции на других заводах в Европе [44]. Ранее компании принадлежало производство на заводе Папастратос, чья деятельность способствовала 1,4 млрд. евро

государственных доходов от налогов на табачные изделия, что соответствует 4% от общего объема доходов страны. Также головная компания Филип Моррис купила более 50% греческого производства табака, тем самым поддерживая более 12 тысяч местных фермеров [61]. Глава компании встречался в 2013 году уже с новым премьер-министром Никосом Теофилополусом. В результате встречи выяснилось, что между ТНК и Правительством ранее было подписано соглашение об увеличении инвестиций на 20%, что позволит создать новые рабочие места. Однако наиболее полно эта стратегия реализовалась не в момент принятия решения о поправках, а в том, что с 2010 года в стране больше не предпринимались попытки по ужесточению табачного законодательства.

СТРАТЕГИИ ЛОББИРОВАНИЯ ИНТЕРЕСОВ ТАБАЧНЫХ ТНК В РОССИИ

Табачными ТНК в России также формировались различные стратегии лоббирования интересов. Целью этих стратегий, как и в Греции, была минимизация сторонников принятия закона. Среди этих стратегий:

- **манипулирование законодательным процессом.** В 2012 году, на стадии подготовки к проведению первого чтения законопроекта, в Госдуму был внесен еще один альтернативный «анти табачный» законопроект депутатом Митрофановым. В соответствии с 110 статьей Регламента Госдумы, если по одному и тому же вопросу в первом чтении вносятся альтернативные законопроекты, то «Совет Государственной Думы принимает решение отложить рассмотрение в первом чтении законопроекта, внесенного в Государственную Думу ранее, устанавливает срок рассмотрения альтернативных законопроектов и поручает ответственному комитету подготовить альтернативные законопроекты к рассмотрению Государственной Думой в первом чтении одновременно с

законопроектом, внесенным в Государственную Думу ранее» [28]. Тем самым, внося альтернативный законопроект, можно затянуть стадию рассмотрения законопроекта, выдвинутого Минздравом. В данном случае, первое чтение изначального законопроекта перенесли на начало 2013 года. Что дало табачным ТНК время продумать дальнейшие стратегии поведения;

- **уменьшение силы коалиции сторонников законопроекта созданием внутренней напряженности.** В контексте этой стратегии стоит рассматривать таких акторов, как фракции Госдумы. Изначально их мнение по поводу законопроекта было не однородным. В частности, лидер фракции «Справедливая Россия» Сергей Миронов не раз высказывался на парламентских слушаниях против некоторых положений законопроекта. По его мнению, запрет на продажу сигарет в киосках и маленьких магазинах приведет к бунту среди населения [9]. Можно наблюдать расхождение по позициям в Госдуме, поскольку остальные фракции выразили поддержку закону. Этот раскол особенно проявился при голосовании во всех трех чтениях: депутаты от фракции «Справедливая Россия» воздержались от голосования или не присутствовали на заседании вовсе. А в третьем чтении против проголосовал единственный депутат – И.Л. Зотов, также представитель этой фракции. Но данное расхождение в позициях не способствовало непринятию или смягчению закона, в виду наличия такого ситуативного институционального игрока, как фракция Единая Россия, поддерживающая принятие законопроекта. Таким образом, эта стратегия не принесла желаемых результатов, но выявила наличие различных точек зрения в Парламенте. В свою очередь, табачные ТНК заручились поддержкой одного из стейкхолдеров;

- **увеличения организационной силы противников закона**, то есть заключение союзов с ассоциациями табачных производителей, рестораторами и благотворительными организациями. Все эти ассоциации являются также и основными стейкхолдерами-противниками закона. По словам П. Лысова, который был руководителем кампании со стороны табачников, выстраивание альянсов являлось одной из стратегий продвижения интересов. В частности, объединившись с благотворительными организациями, они отстаивали спонсорство табачных ТНК фондов. Также были созданы альянсы и с производителями табачной продукции. Несмотря на то, что существует раскол по линии дешевых и премиальных сигарет, этим законодательством производится удар по всей отрасли в целом. Следовательно, для противостояния необходимо объединение. Существовал, например, альянс с Ассоциацией киоскеров России, поскольку законом запрещается продавать сигареты в небольших магазинах. Результаты этого союза оказались более плодотворными, поскольку в законе оставили разрешение на торговлю сигаретами в павильонах;

- **привлечение общественного мнения (грассрутс)** также было использовано в России. Эта стратегия сочетается с предыдущей, так как объединились курильщики, представляемые Общероссийским движением за права курильщиков, и табачные ТНК. Ими была подготовлена петиция за изменение антитабачного закона. Причем поддержку этой петиции оказали не только обычные граждане, но и некоторые знаменитости, в том числе, председатель движения Михаил Боярский. Тем самым, этот альянс способствовал привлечению внимания и ресурсов общественности к этому закону;

- **привлечение внимание власти к отрасли как важнейшей доходной части**

бюджета: «Табачная отрасль вносит в ВВП страны больше 2% дохода. Как только закручивать стали, то появился контрафакт». И действительно, каждая из рассматриваемых ТНК инвестировала немалые средства в российскую экономику, что было подтверждено на этапе анализа стейкхолдеров. Однако данная стратегия также не оказала значимого результата. По мнению О.Г. Румянцева и П.А. Лысова, стратегии лоббирования интересов табачных ТНК не принесли результатов в виду особенностей нашей политической системы. Принятие этого закона было приоритетной задачей в виду долгого времени отсутствия значимых «побед». Цель этого закона была больше политической, поэтому табачным ТНК не удалось на него повлиять. Также важную роль сыграли и международные организации, в том числе, Всемирная организация здравоохранения, поддерживаемая «Большой Фармой» и фондом «Инициативы Блумберга».

СРАВНЕНИЕ СТРАТЕГИЙ ЛОББИРОВАНИЯ В ГРЕЦИИ И РОССИИ

Наиболее распространённой стратегией в обоих странах являлась использование **финансовых ресурсов табачных ТНК**. А именно инвестирование больших средств в экономику принимающего государства. В краткосрочной перспективе эта стратегия не принесла должного результата табачным ТНК. Однако в Греции уже после принятия закона были заключены соглашения между табачными ТНК и Правительством страны. Эти меры были необходимы Правительству Греции для преодоления серьезных последствий долгового кризиса. Следовательно, эта стратегия для Греции оказалось действенной в долгосрочной перспективе, что позволяет и дальше табачным ТНК расширяться на рынке этого государства. В России же данная стратегия не оказала столь должного эффекта ни в краткосрочной, ни в

долгосрочных перспективе. Акцентирование внимания на инвестициях и налоговых отчислениях компаний в бюджет страны позволило только заручиться поддержкой таких стейкхолдеров, как Минфин и Минэкономразвития. Кроме того, эти стейкхолдеры опасались, что с принятием «антитабачного» закона увеличится количество контрафактной продукции на рынке. И действительно, по словам экспертов так и произошло. В частности, эксперт П.А. Лысов в своем интервью сообщил следующее: «Действительно, появился контрафакт, причем уникальный, практически не отличающийся от премиальных сигарет. В частности, спустя месяц после работы закона, табачными компаниями были отправлены специальные рейды, которые нашли около 40 точек продаж нелегальной продукции. И с каждым месяцем их количество увеличивалось». Соответственно, появление чрезмерной контрафактной продукции негативно сказывается на деятельности крупных табачных ТНК, которым приходится привлекать дополнительные ресурсы для борьбы с контрафактом.

Следующая общая стратегия – **мобилизация общественности (грассрутс)** – была реализована в каждой из стран по-разному. Так, в Греции принятие поправок к антитабачному законодательству совпало с началом долгового кризиса и принятием Правительством программы его преодоления. Политика жесткой экономии не нашла поддержки среди населения, что привело к многочисленным забастовкам. Эта ситуация оказалась выгодной для табачных ТНК, которые мобилизовали представителей частного сектора. В особенности это касается рестораторов, так как в соответствии с поправками к закону запрещается курить в ресторанах, барах и кафе. Исключения были сделаны только для развлекательных клубов площадью более 300 метров и только с разрешения Министерства

здравоохранения и социальной солидарности. Тем самым, у владельцев малых ресторанов возможен отток клиентов, поскольку курение в Греции считается частью культуры и приятного времяпрепровождения. Однако эти поправки все же были приняты, что можно связать с недостаточным привлечением внимания к этому вопросу, а также с упущением его из повестки в связи с долговым кризисом.

В России эта стратегия была реализована через третьих лиц, а именно Общероссийским движением за права курильщиков. Кроме различных выступлений в СМИ российских знаменитостей-участников движения, для привлечения внимания была составлена петиция и направлены письма Президенту РФ. Петиция нашла отклик у звезд российской эстрады и среди публичных личностей, тем самым создав широкий резонанс в обществе.

Особенной стратегией в России стало **заключение альянсов**, как табачных ТНК между собой, так и с различными ассоциациями. Эта стратегия принесла хоть небольшой, но результат. Так, в соответствии с законопроектом предполагалось разрешить продавать сигареты только в крупных торговых помещениях. Однако в последней редакции была разрешена продажа сигарет в павильонах. О.Г. Румянцев считает, что сохранение павильонов, как мест продажи сигарет, стало маленькой победой табачников. Но она была бы невозможна без заключений альянсов между производителями и торговцами, а именно с Ассоциацией киоскеров – одним из важных стейкхолдеров. Другие же альянсы, в том числе в отрасли, оказались не столь удачными. Эксперты считают, что «Альянсы в индустрии не были подкреплены альянсами со стейкхолдерами (в госорганах), так как они (стейкхолдеры-сторонники среди госорганов) решили в первую очередь делать политическую кампанию». Следовательно,

табачные ТНК применяли как схожие, так и различные стратегии. Однако в зависимости от страны результаты стратегий отличаются.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Транснациональные корпорации действительно являются значимыми акторами политического процесса, влияния которых не стоит недооценивать. Пытаясь закрепиться на рынках принимающих стран, им приходится осуществлять свою деятельность в соответствии с законодательством этих стран, которое может быть неблагоприятным для их отрасли. Поэтому при попытках изменить статус-кво ТНК применяют различные стратегии лоббирования. На изучение этих стратегий среди табачных ТНК в России и в Греции было направлено это исследование.

В результате были выявлены различные стратегии ТНК в Греции и в России. Греция, представляя собой демократическое государство, имеет открытую структуру политических возможностей. Соответственно для нее должны были быть характерны методы лоббирования, связанные с мобилизацией общественного мнения. Но оказалось, что наиболее действенной стратегией стало сотрудничество с представителями органов власти. Это может объясняться существованием долгового кризиса в стране. Эта стратегия оказалась действенной в долгосрочной перспективе, поскольку с 2010 года больше не принималось никаких поправок к антитабачному законодательству.

Рассматривая структуру политических возможностей России как закрытую, следовало бы предположить, что основные стратегии будут связаны с кооперацией с представителями органов власти. Однако в действительности оказалось, что табачные ТНК в основном применяли стратегии по мобилизации общественного мнения и заключения альянсов с другими стейкхолдерами.

Использование этих стратегий свидетельствует об отсутствии прямого доступа табачных ТНК к лицам, принимающим решения. Кроме того, принятие антитабачного закона было связано с рядом факторов, с которыми не смогли справиться табачные ТНК. Во-первых, с масштабным замещением табачной индустрии фармацевтическими компаниями, которым нужно продавать свою продукцию. Во-вторых, с проведением, под флагом популяризации здорового образа жизни, политической имидж-кампании для первых лиц государства. В этих условиях, даже многочисленные и влиятельные стейкхолдеры вместе с табачными корпорациями не смогли противостоять принятию закона.

Таким образом, табачные ТНК используют и унифицированные, и национально специфические стратегии лоббирования интересов. Учитывая реальную политику в государстве, они делают выбор в пользу определенных стратегий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бек У. Что такое глобализация // Ошибки глобализма—ответы на глобализацию. 2008.
2. Бритиш Американ Тобакко Россия // British American Tobacco Russia [Электронный ресурс] URL: http://www.batrussia.ru/group/sites/BAT_7YLHWS.nsf/vwPagesWebLive/DO7YKMMJ?opendocument (Дата обращения: 08.06.17)
3. Васильева В.М. Государственная политика и управление. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2017.
4. Васильева В.М. Лоббизм: проблемы теоретической интерпретации // Мир и политика. – 2012. – №. 1 (64).
5. Васильева В.М. Международный лоббизм как форма представительства бизнес-

- интересов // Государственная политика. – 2012. – С. 225-230.
6. Владимирова И.Г. Компании будущего: организационный аспект // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – №. 2. – С. 58-72.
7. Голикова Ю. А. Транснациональные корпорации: определение сущности и характеристика деятельности в современных условиях // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. – 2010. – Т. 10. – Вып. 4. – С. 32-39.
8. Драчева Е. Л., Либман А. М. Формирование системы внутренних рынков транснациональных корпораций и место России в этом процессе // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – №. 6. – С. 94-103.
9. Дуленкова А. Табачные лоббисты остановили Минздрав // Известия. – 2012.
10. Дуленкова А. Экономистам не нравится антитабачный закон Минздрава // Известия. – 21.06.2012. – №. 112.
11. Закон Российской Федерации «Федеральный закон от 22 декабря 2008 г. N 268-ФЗ "Технический регламент на табачную продукцию"» // Российская газета. [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2008/12/26/tabak-dok.html> (Дата обращения: 24.05.17).
12. Закон Российской Федерации Федеральный закон от 23.02.2013 N 15-ФЗ (ред. от 28.12.2016) "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака" // Российская газета. [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2013/02/26/zakon-dok.html> (Дата обращения: 24.05.17).
13. Запрет на курение - проблема для ресторана? // Restoranoff.ru [Электронный ресурс] URL: [_kurenije__problema_dlja_restorana/](http://restoranoff.ru/trends/focus/Zapret_na_kurenije_problema_dlja_restorana/) (Дата обращения: 28.05.17).
14. Звезды против антитабачного закона - 2 // Общероссийской движение за права курильщиков [Электронный ресурс] URL: <http://tabak-zakon.ru/news/23643/> (Дата обращения: 28.05.17).
15. Конституция Греции (Греческой Республики) от 11 июня 1975 г. Ст. 73 // Родительский комитет [Электронный ресурс] URL: <http://www.r-komitet.ru/law/faith/foreignn/razdel/greek> (Дата обращения: 31.05.17).
16. Конституция Российской Федерации: принята всенародным референдумом 12 декабря 1993 г. (с изм. и доп. от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ) // Российская газета. 1993. 25 дек. № 237.17. Курение дальнего следования // Российская газета [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2013/12/24/poezda.html> (Дата обращения: 26.05.17.).
18. Курение может влиять на бизнес // Деловая Россия [Электронный ресурс] URL: <https://deloros.ru/kurenije-mojet-vliyat-ne-biznes.html> (Дата обращения: 28.05.17).
19. Курильщикам в России придется не сладко // Восток медиа [Электронный ресурс] URL: <https://vostokmedia.com/news/society/02-11-2011/kurilshikam-v-rossii-prividetsya-nesladko> (Дата обращения: 28.05.17).
20. Лебедева М. М. Мировая политика. – М.: Аспект Пресс, 2004.
21. Мельвиль А.Ю. Становление транснациональной политической среды и «волны» демократизации // Современные международные отношения и мировая политика / Отв. ред. А.В. Торкунов, 2004.
22. Минфин: запрет на курение ограничивает приток инвестиций в деятельность

- авиаузлов // Росбалт [Электронный ресурс] URL: <http://www.rosbalt.ru/main/2013/09/04/1171889.html> (Дата обращения: 28.05.17).
23. Орлуша о петиции курильщиков // BFM.RU [Электронный ресурс] URL: <https://www.bfm.ru/news/241159> (Дата обращения: 28.05.17).
24. Открытое письмо Коалиция киоскеров Президенту РФ // Коалиция владельцев малых торговых форматов и киоскеров. [Электронный ресурс] URL: http://kioskers.ru/news/novosti_koalitsii/open_letter_from_a_coalition_of_vendors_to_the_president_of_the_russian_federation/ (Дата обращения: 28.05.17).
25. Покушение на мелкую розницу // Коалиция владельцев малых торговых форматов и киоскеров [Электронный ресурс] URL: http://kioskers.ru/news/novosti_koalitsii/the_attempt_of_the_small_retail/ (Дата обращения: 28.05.17).
26. Помигуев И.А. Роль вето-игроков в федеральном законодательном процессе современной России [Электронный ресурс] URL: https://istina.msu.ru/media/dissertations/dissertation/db7/75d/19814741/Dissertatsiya_Pomiguyev_I.A.pdf (Дата обращения: 01.06.17).
27. Помигуев И.А. Совет Госдумы: реальный вето-игрок или технический исполнитель // Полис: Политические исследования. – 2015. – N 2. – С. 171-183.
28. Постановление Государственной Думы «Регламент Государственной Думы» от 22.01.1998 № 2134-II ГД // Собрание законодательства Российской Федерации. 1998 г. № 7. Ст. 801 с изм. и доп. в ред. от 24.06.2016
29. Постановление от 22 января 1998 г. N 2134-II ГД О Регламенте Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации // Консультант. URL: <http://www.consultant.ru/law/review/lawmaking/reglduma/> (Дата обращения: 06.06.17).
30. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации (Минздравсоцразвития России) от 5 мая 2012 г. N 490н г. Москва "Об утверждении предупредительных надписей о вреде курения, сопровождаемых рисунками" // Российская газета [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2012/06/01/kurenie-dok.html> (Дата обращения: 24.05.17).
31. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 28 февраля 2005 г. N 163 г. Москва Об утверждении предупредительных надписей о вреде курения табака // Российская газета. [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2005/04/07/tabak-doc.html> (Дата обращения: 24.05.17).
32. Система анализа результатов голосований на заседаниях Государственной Думы // Государственная Дума. Официальный сайт [Электронный ресурс] URL: <http://vote.duma.gov.ru/vote/80256> (Дата обращения: 01.06.17).
33. Состав Государственной Думы шестого созыва // Государственная Дума. Официальный сайт [Электронный ресурс] URL: <http://www.gosduma.net/about/history/conventions/6/?letter=%D0%92%D1%81%D0%B5&subdivision=131030> (Дата обращения: 01.06.17).
34. Табачные лоббисты остановили Минздрав // Известия URL: <http://izvestia.ru/news/540400> (Дата обращения: 28.05.17).
35. JTI Россия // JTI [Электронный ресурс] URL: <http://www.jti.com/about-jti/jti-glance/where-we-operate/europe/russia/russian/obzor/> (Дата обращения: 08.06.17).

36. PMI Россия // Philip Morris International [Электронный ресурс] URL: <https://www.pmi.com/markets/russia/ru/about-us/about-us-russia> (Дата обращения: 08.06.17).
37. About us. // British American Tobacco Hellas [Электронный ресурс] URL: http://www.bathellas.gr/group/sites/BAT_9W3LMZ.nsf/vwPagesWebLive/DO9T5K3S?opendocument (Дата обращения: 11.05.17).
38. BAT Hellas presents investment plan to State Minister // Athens News Agency. 23. 02. 2016.
39. Bentley A. The Process of Government: A Study of Social Pressures. – Cambridge Mass. – 1967. – P. 221 – 222.
40. Bringing value every day to Greek society. // British American Tobacco Hellas. URL: [http://www.bathellas.gr/group/sites/bat_9w3lmz.nsf/vwPagesWebLive/DO9T5K3S/\\$FILE/med-MDABCCQ4.jpg?openelement](http://www.bathellas.gr/group/sites/bat_9w3lmz.nsf/vwPagesWebLive/DO9T5K3S/$FILE/med-MDABCCQ4.jpg?openelement) (Дата обращения: 11.05.17).
41. Bryson J.M., Patton M.Q., Bowman R.A. Working with evaluation stakeholders: A rationale, step-wise approach and toolkit // Evaluation and program planning. – 2011. – Т. 34. – № 1. – С. 1-12.
42. Buckley P. J., Casson M. The future of the multinational enterprise. – Springer. –2016.
43. Convention on Combating Bribery of Foreign Public Officials in International Business Transactions // OECD [Электронный ресурс] URL: https://www.oecd.org/daf/anti-bribery/ConvCombatBribery_ENG.pdf (Дата обращения: 08.06.17).
44. Crisis: Greece; Philip Morris opens a new production line. // ANSA med [Электронный ресурс] URL: http://www.ansamed.info/ansamed/en/news/nations/greece/2012/12/13/Crisis-Greece-Philip-Morris-opens-new-production-line_7946762.html (Дата обращения: 08.06.17).
45. Daily Smokers // OECD Data [Электронный ресурс] URL: <https://data.oecd.org/healthrisk/daily-smokers.htm> (Дата обращения: 10.04.17).
46. Dr. George D. Behrakis donates 1,8 million of dollars to Harvard University // Greek USA Reporter [Электронный ресурс] URL: <http://usa.greekreporter.com/2010/09/21/dr-george-d-behrakis-donates-18-millions-of-dollars-to-harvard-university/> (Дата обращения: 20.05.17).
47. Galbraith J. K. The anatomy of power // Challenge. – 1983. – Т. 26. – №. 3. – С. 26-33.
48. George D. Behrakis Research LAB Greece Hellenic Cancer Society // George D. Behrakis RESEARCH LAB Greece [Электронный ресурс] URL: <http://tackshs.eu/project-partner/hellenic-cancer-society/> (Дата обращения: 20.05.17).
49. George D. Behrakis Ερευνητικό Εργαστήριο // Smoke Free Greece [Электронный ресурс] URL: <http://smokefreegreece.gr/research-lab/> (Дата обращения: 23.05.17).
50. Global Flagship Brands (GFB) Portfolio // Japan Tobacco Inc. Annual Report FY – 2016. – р. 1-146.
51. Greece // Philip Morris International [Электронный ресурс] URL: <https://www.pmi.com/markets/greece/en> (Дата обращения: 11.05.17).
52. Greece goes smoke-free in restaurants, bars with HSPH support // Harvard T. H. Chan [Электронный ресурс] URL: <https://www.hsph.harvard.edu/news/features/greece-smoke-free/> (Дата обращения: 20.05.17).
53. Hojnacki, Marie. “Interest Groups' Decisions to Join Alliances or Work Alone” // American

- Journal of Political Science 41.1. – 1997. – P. 61–87.
54. Immergut E. M. Institutions, veto points, and policy results: A comparative analysis of health care // Journal of Public Policy. – 1990. – Т. 10. – №. 04. – P. 391-416.
55. Keohane R.O., Nye J.S. Transnational Relations and World Politics: An Introduction // International Organization. – 1971. – Vol. 25. – № 3. – P. 329-349.
56. Kitschelt H. Political Opportunity Structures and Political Protest: Anti-Nuclear Movements in Four Democracies // British Journal of Political Science. – 1986. – P.57-85.
57. Law 3868 amending Law 3730/2010 // World Health Organization [Электронный ресурс] URL: <http://data.euro.who.int/tobacco/Sites/Legislation.aspx?legislatureId=55> (Дата обращения: 22.05.2017).
58. Law Number 3730 on Protection of minors from tobacco and alcoholic beverages and other provisions // World Health Organization [Электронный ресурс] URL: <http://data.euro.who.int/tobacco/Sites/Legislation.aspx?legislatureId=56> (Дата обращения: 22.05.2017).
59. Malta and Greece // EIN presswire [Электронный ресурс] URL: <http://www.einpresswire.com/article/326307732/philip-morris-international-signs-a-new-three-year-agreement-with-greek-government-for-the-purchase-of-greek-oriental-tobacco-and-announces-that> (Дата обращения: 08.06.17).
60. Market Footprint // Imperial Brands [Электронный ресурс] URL: <http://www.imperialbrandspc.com/About-us/Market-footprint.html> (Дата обращения: 08.06.17).
61. Philip Morris investment a strong vote of confidence to Greek economy, PM says // ANA-MPA [Электронный ресурс] URL: <http://www.amna.gr/english/article/3679/> (Дата обращения: 08.06.17).
62. Philip Morris investment a strong vote of confidence to Greek economy, PM says [Электронный ресурс] URL: <https://www.inewsgr.com/253/philip-morris-investment-a-strong-vote-of-confidence-to-greek-economy-pm-says.htm> (Дата обращения: 08.06.17).
63. Polk A., Schmutzler A., Müller A. Lobbying and the power of multinational firms // European Journal of Political Economy. – 2014. – Т. 36. – С. 209-227.
64. Robinson J. Multinationals and political control. – Gower Publishing Company, Limited, 1983.
65. Rugman A.M. A new theory of the multinational-enterprise-internationalization versus internalization // Columbia Journal of World Business. – 1980. – Т. 15. – №. 1. – С. 23-29.
66. Standing Committee on Social Affairs (STANDING COMMITTEES) // Hellenic Parliament. [Электронный ресурс] URL: <http://www.hellenicparliament.gr/en/Koinovouleftikes-Epitropes/CommitteeDetailView?CommitteeId=583b7a49-8542-41c0-8e16-e1c22246bfa6&period=f3fe8b53-33a1-4939-b0a0-bd1cdb5237f3> (Дата обращения: 01.06.17).
67. The World's Biggest Public Companies // Forbes [Электронный ресурс] URL: <https://www.forbes.com/global2000/list/#tab:overall> (Дата обращения: 18.04.17).
68. Total ban on smoking mooted [Электронный ресурс] URL: <http://www.ekathimerini.com/67564/article/ekathimerini/news/total-ban-on-smoking-mooted> (Дата обращения: 20.05.17).
69. Transcript – Quality Growth: Returns and Growth – Markets that Matter // Imperial Brands [Электронный ресурс] URL:

<http://www.imperialbrandsplc.com/content/dam/imperial-brands/corporate/investors/presentations/investor-day/2016/Transcript%20-%20Markets%20that%20Matter.pdf> (Дата обращения: 11.05.17).

70. Truman D.B. The Governmental Process. Political Interests and Public Opinion, 1951.

71. Tsebelis G. Veto players and institutional analysis // Governance: an international journey of policy and administration. – 2000. – P. 441 – 474.

72. University of Athens (UoA) [Электронный ресурс] URL: <https://eurestplus.eu/uoa> (Дата обращения: 20.05.17).

73. World No Tobacco Day: The Greek-American Who Fights Smoking in Greece // Greek USA Reporter [Электронный ресурс] URL: <http://usa.greekreporter.com/2016/05/30/world-no-tobacco-day-the-greek-american-who-fights-smoking-in-greece/> (Дата обращения: 20.05.17).

74. ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑ: Κόμματα Περιφέρειες // Υπουργείο Εσωτερικών [Электронный ресурс] URL: <http://ekloges-prev.singularlogic.eu/v2009/pages/index.html> (Дата обращения: 20.05.17).

STRATEGIES OF INTERNATIONAL LOBBYING INTERESTS OF TOBACCO TRANSNATIONAL CORPORATIONS IN HOST COUNTRIES BY THE EXAMPLE OF RUSSIA AND GREECE

Peshkumova Anastasia – student of the Faculty of Social Sciences of the National Research University - Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya Ulitsa, Moscow, 101000, Russia. E-mail: peschkumova.nastya@yandex.ru.

Along with national states, non-state transnational actors play an increasingly important role in the decision-making process. They are international non-governmental organizations and transnational corporations (TNCs). Their influence is gradually increasing both in the international arena and in the policies of individual states. In this study attention will be focused on TNCs. TNCs try to gain footholds in the markets of host countries and TNCs are forced to carry out their activities with the legislation of these countries which may be unfavorable for their industry. Therefore, with possible attempts to change the status quo, TNCs apply various lobbying strategies. On the example of four large tobacco corporations - BAT, JTI, PMI, ITG - the study identifies strategies for lobbying the interests of these TNCs in the adoption of "anti-smoking legislation" in Russia and Greece.

Key words:

Tobacco TNCs, lobbying, stakeholders, legislation, lobbying strategies.