

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И МЕНЕДЖЕРОВ В МЕНЯЮЩЕЙСЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЕ¹

ШАБАНОВА МАРИНА АНДРИАНОВНА,

доктор социологических наук, кандидат экономических наук,
профессор кафедры социально-экономических систем и социальной политики,
Национальный Исследовательский Университет — Высшая Школа Экономики,
e-mail: mshabanova@hse.ru

В статье рассматриваются особенности нового поколения предпринимателей и менеджеров в институциональной структуре современной России. Анализируются образы деловой репутации и вектор институциональных сдвигов. Исследуются доверие и отношение к праву в проблемной социально-правовой среде.

Ключевые слова: институты; цивилизованный бизнес; предприниматели; менеджеры; акторы; бизнес.

A new generation of entrepreneurs and managers in the institutional structure of modern Russia is considered. The images of business reputation and a vector of institutional changes are analyzed. The confidence and attitude to the law in a difficult social-legal environment are investigated.

Keywords: institutions; civilized business; entrepreneurs; managers; actors; business.

Коды классификатора JEL: B52, L26, M21.

По сравнению с «дикими» 90-ми гг. — периодом первоначального накопления капитала со свойственным ему бурным переделом собственности, возведенной по существу в норму борьбой без правил, разрешением конфликтов методом «крыша на крышу» и прочими атрибутами «социального одичания», — 2000-е гг. ознаменовались более цивилизованными вызовами. На первый план выдвинулась задача эффективного управления обретенными активами, «мирного» освоения нового делового пространства и выстраивания результативных деловых стратегий более цивилизованными, чем прежде, способами. К этому подталкивали как внешние (актуальность интеграции российского бизнеса в международный), так и внутренние вызовы (постепенный рост конкуренции, взросление и профессионализация бизнес-сообщества, повышение его формальной и неформальной самоорганизации и пр.). В результате на рубеже веков заметно возрос спрос на *высококвалифицированных* управленцев, что положило начало активному формированию *нового* поколения предпринимателей и менеджеров России. Для преуспевания в новых условиях экономические акторы, прошедшие в 90-е гг. «огонь, воду и медные трубы», стали активно обращаться к ресурсу бизнес-образования, наращивать профессионально-деловой потенциал. Кроме того, деловое сообщество постепенно стало пополняться управленцами-профессионалами, не имевшими опыта работы в период первоначального накопления капитала («двухтысячни-

¹ Работа выполнена при поддержке Программы «Научный фонд ГУ-ВШЭ». Индивидуальный исследовательский проект № 09-01-0030 «Деловая репутация в проблемной социально-правовой среде (на примере нового поколения предпринимателей и менеджеров России)».

ками»). В результате за прошедшее десятилетие весьма заметная часть относительно молодых, образованных и преуспевших предпринимателей и менеджеров оформилась в одну из авангардных групп российского делового сообщества.

Как же соотносится *личный* деловой успех этой группы в современной институциональной среде с их вкладом в продвижение последней к более цивилизованным стандартам? Каковы основные особенности (социоструктурные, ценностно-деятельностные) этой группы преуспевающих экономических субъектов? Можно ли сегодня отнести их к модернизационным слоям (или «поколению М» в трактовке М. Ходорковского), т.е. к слоям, для которых модернизация есть «не фиктивная кампания, спущенная сверху, а вопрос выживания, самооформления в собственной стране» (*Ходорковский 2009*)? В какой институциональной среде они функционируют, как меняется эта среда, и как сказываются ее особенности на возможностях реализации модернизационного потенциала этой группы? Есть ли вообще какие-либо значимые различия в этом отношении между экономическими субъектами, пришедшими в бизнес в «дикие» 90-е и в более спокойные 2000-е?

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ

Говоря о движении российского бизнеса к более *цивилизованной* системе социальных отношений, заметим, что понятие «цивилизованный бизнес» относится к числу предельных, или относительных (*Шабанова 2008, 18–35*). В каждый момент времени существуют хозяйственные системы, продвинувшиеся в этом направлении в большей или меньшей степени, вплоть до находящихся лишь на «старте», но идеально «цивилизованного» бизнеса, разумеется, нет нигде. Будем исходить из того, что на наполнение термина (актуальность его отдельных составляющих) оказывают влияние уровень и траектория развития более широкой социальной системы, в которую погружен бизнес, те вызовы (внешние и внутренние), с которыми она сталкивается в данный момент времени.

В «классическом» наполнении идеального образа цивилизованного бизнеса чаще всего присутствуют: 1) *законопослушность* и высокая роль *саморегулирующихся* институтов в обеспечении законности и прозрачности бизнеса; 2) высокая значимость *деловой репутации, этического* ведения дел с партнерами, конкурентами, клиентами (как следствие — высокий уровень доверия); 3) важная роль профессиональных *объединений, ассоциаций* в отстаивании интересов бизнеса как социальной *группы*; 4) *социальная активность* и социальная ответственность бизнеса (однако по поводу включения этой характеристики единой точки зрения нет).

Как можно заключить из такого понимания, важными факторами (ограничениями) формирования цивилизованного бизнеса выступают: 1) определенное качество *власти*: законопослушность самой власти, ее равноудаленность от бизнеса, стабильность правил игры власти с бизнесом; защищенность бизнеса со стороны правоохранительных органов и др.; 2) уровень *конкуренции* в деловой среде (что в значительной степени предопределяет значимость деловой репутации); 3) уровень развития *гражданских* структур (а следовательно, и степень развития коллективных форм самоорганизации как самого бизнеса, так и взаимодействующих с ним «неделовых» сообществ); 4) особенности *культуры* (правовое сознание, индивидуализм/коллективизм, социальные ожидания, важнейшие ценности и пр.).

Все это указывает на то, что осмысление соотношения между интересами и достижениями отдельных экономических акторов, с одной стороны, и их вкладом в продвижение бизнеса к более цивилизованным правилам игры, с другой, может быть весьма продуктивным на основе *деятельностно-структурного* подхода. В настоящее время

он активно развивается в мировой социальной науке (Заславская 2004; Заславская 2002; Заславская 1995; Заславская 1985; Штомпка 1996; Archer 1988; Mouzelis 1991), но опыт его практического применения к постижению «частных» проблем трансформирующихся экономик и социумов пока невелик. Осмысливая в рамках данного подхода вклад разных акторов в вектор институциональных сдвигов, важно акцентировать изменения в отношениях самых разных типов: «бизнес-власть», «бизнес-бизнес», «бизнес-общество» (принцип *многосубъектности*). Ибо в каждый момент времени признаки цивилизованного бизнеса могут присутствовать в разных типах отношений в неодинаковой степени; одни акторы активнее других могут выступать локомотивами прогрессивных институциональных сдвигов, другие, напротив, тормозить их.

Необходимо иметь в виду и то, что конкретный вклад предпринимателей и менеджеров в институциональные трансформации в значительной степени определяется *качеством более широкой социальной системы*, в которой функционирует бизнес: ресурсным потенциалом разных социальных групп (их местом в социально-групповой структуре общества, качеством этой структуры, уровнем развития человеческого потенциала), прогрессивностью и крепостью формально-правовых оснований для деловой активности, степенью их легитимности и пр. (принцип *системности*). Стремление учесть процесс (проблему) в двух ипостасях — в *потенциальной возможности* и в *действительности* — предполагает учет как свойств *сознания* экономических акторов (включая их предпочтения и готовность к определенной деятельности), так и *реального поведения* (добровольного или вынужденного).

Наконец, значимое преимущество деятельностно-структурного подхода — учет как *взаимосвязи* между разными уровнями (макро-, мезо-, микро-) социальной реальности, так и определенной *автономности* их друг от друга. В частности, экономические акторы в течение более или менее долгого времени могут оставаться индифферентными как к позитивным, так и к негативным импульсам извне и устойчиво придерживаться (или, напротив, не придерживаться) норм цивилизованного бизнеса. В свою очередь, целенаправленное следование нормам последнего до поры может оставаться незамеченным на макроуровне, особенно, если микро- и мезоакторы разобщены. Учитывая российскую специфику слабой социальной самоорганизации, особо важно подчеркнуть и то, что воздействие на макроуровень может быть результатом не только консолидированных, но и *непреднамеренных* действий очень многих микро- и мезоакторов, в одиночку преследующих свои прагматичные цели (*кумулятивный эффект*).

В принципе, высокостатусные и преуспевающие деловые люди мало доступны для широкомасштабных эмпирических исследований. Уникальную возможность изучения этой группы дают опросы слушателей программ MBA (*Master of Business Administration*) — в нашем случае в Академии народного хозяйства (АНХ) при Правительстве РФ. В настоящее время АНХ — лидер бизнес-образования высшей ступени в России; она занимает первое место по числу программ MBA и удовлетворяет, по разным оценкам, от трети до половины потребностей российского рынка MBA. На текущий момент проведены три исследования (с периодичностью 1 раз в два года): 2004 г. — 1016 чел., 2006 г. — 1445 чел., 2008 г. — 1279 чел.², причем последний опрос пришелся на кризисные месяцы — октябрь–декабрь. Каково же место этой группы предпринимателей и менеджеров в социально-групповой и институциональной структурах современной России? Сбалансированы ли их позиции на этих двух проекциях социальной структуры? Если нет, то к чему приводят рассогласования?

² В разные годы доля опрошенных составляла от 53 до 61% общего числа слушателей 2–4 семестров обучения.

Таблица 1

Оценка характера изменений «правил игры» властей с бизнесом за последние 2-3 года, % от занятых в бизнесе (% по строке)³

Правила игры	Улучшились	Не изменились	Ухудшились	Разность гр. 2-гр. 4
<i>Доминирование положительной динамики</i>				
Условия выхода бизнеса «из тени»	28	45	13	+15
<i>Отсутствие четко выраженной динамики</i>				
Система налогов на бизнес	14	56	17	-3
Преодоление экономической преступности	13	48	17	-3
<i>Доминирование отрицательной динамики</i>				
Поддержка бизнеса региональными и местными властями	13	48	19	-6
Влияние бизнеса на принимаемые властью законы	13	46	20	-7
Прозрачность, четкость и ясность правил игры	12	59	22	-10
Стабильность «правил игры»	13	47	26	-13
Справедливость отношений власти с бизнесом	7	50	27	-20
Защита бизнеса правоохранительными органами	5	50	29	-24
Защищенность частной собственности от огосударствления	7	40	33	-26
Возможность избежать произвола чиновников	5	43	37	-32
Преодоление коррумпированности гос. аппарата	3	39	42	-39

* Сумма по строке меньше 100% на величину затруднившихся с ответом.

2. НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И МЕНЕДЖЕРОВ В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Место данной группы экономических факторов во второй проекции социальной структуры — *институциональной* — не столь благоприятно, как в первой — *социально-групповой*. Эта группа, как и весь российский бизнес, функционирует в весьма непростой институциональной среде, которая по ряду оснований в последние годы еще более ухудшилась. В первую очередь это касается отношений «бизнес-власть» (см. табл. 1).

Явное доминирование *положительной* динамики отмечено только по одной позиции — условиям выхода бизнеса «из тени». По большинству же позиций, характеризующих отношения «власть-бизнес», отрицательные оценки безусловно преобладают над положительными, идет ли речь о стабильности «правил игры», справедливости отношений власти с бизнесом, защите бизнеса правоохранительными органами, защищенности частной собственности от огосударствления, и особенно — о возможности избежать произвола чиновников и преодолеть коррумпированность властей. Между тем, даже сохранение *status quo* в этой области, на которое указала большая часть респондентов (39–59%), с учетом остроты накопленных правовых проблем в бизнесе следует признать крайне неблагоприятным (см. табл. 2).

Иными словами, весомых импульсов от властей к освоению более цивилизованных форм делового поведения абсолютное большинство предпринимателей и менеджеров пока не получает. Несмотря на то, что именно на власти лежит солидная доля ответственности за создание цивилизованных условий для развития бизнеса (охрана прав собственности, уровень развития конкурентной среды, стабильность правил игры, их

³ Вопрос звучал так: «В какую сторону изменились «правила игры» государства с бизнесом в сфере Вашей деятельности за последние 2–3 года? (в каждой строчке дайте один ответ)». В таблице ответы упорядочены, графа «трудно сказать» не приводится.

прозрачность, защита бизнеса правоохранительными органами), на *полное* отсутствие тех или иных *правовых* проблем во взаимодействиях бизнеса с властью указали весьма малочисленные группы респондентов. Так, проблемы стабильности «правил игры» нет лишь у 5%; возможности избежать произвола чиновников — у 6%, преодоления коррумпированности гос. аппарата — у стольких же (6%). По 8% набрали группы «беспроблемных» по таким позициям, как: «прозрачность, четкость, ясность правил игры», «система налогов на бизнес», «поддержка бизнеса региональными и местными властями», 9% — «влияние бизнеса на принимаемые властью законы». Чуть больше — «защита бизнеса правоохранительными органами» (11%), «преодоление экономической преступности» (11%), а также «защищенность частной собственности от огосударствления» (13%). Лидирующие позиции у «условий выхода бизнеса из тени», однако на полное отсутствие такой проблемы указали лишь 20% респондентов.

Таблица 2

**Оценка остроты отдельных проблем в отношениях бизнеса с властью
в сфере деятельности респондентов, %**

Характеристики отношений	Баллы*		
	1–2	3	4–5
Условия выхода бизнеса «из тени»	34	32	34
Система налогов на бизнес	21	36	43
Преодоление экономической преступности	26	37	37
Поддержка бизнеса региональными и местными властями	23	37	40
Влияние бизнеса на принимаемые властью законы	25	39	36
Прозрачность, четкость, ясность правил игры	24	37	39
Стабильность «правил игры»	18	41	41
Справедливость отношений власти с бизнесом	20	37	43
Защита бизнеса правоохранительными органами	27	32	41
Защищенность частной собственности от огосударствления	29	33	38
Возможность избежать произвола чиновников	19	26	55
Преодоление коррумпированности гос. аппарата	19	25	56

*1 — нет такой проблемы, 2 — слабая острота, 3 — средняя, 4 — высокая, 5 — очень высокая

Конечно, в разных секторах экономики, в деловых организациях с разным типом собственности или разными масштабами бизнеса⁴ степень проблемности отношений «бизнес-власть» неодинакова. В частности, она сильно различается в малом и среднем бизнесе, с одной стороны, и в крупном или транснациональном, с другой. Тем не менее острота проблемы отношений «бизнес-власть» повсеместно весьма сильна (см. табл. 3).

Настораживает то, что в последние годы негативные тенденции в отношениях «бизнес-власть» еще более усилились (см. табл. 4). И именно в такую среду «погружался» непрерывно увеличиваемый человеческий и социальный капитал преуспевающих предпринимателей и менеджеров из всех групп, независимо от времени вхождения в бизнес (90-е или 2000-е гг.). Не случайно в оценках характера изменений отношений «власть-бизнес» между разными поколениями экономических акторов значимых различий не оказалось. Таким образом, «двухтысячники» не только функционируют в неблагоприятной социально-правовой среде, но и сталкиваются с дальнейшим ухудшением (включая *U*-образное) правил игры по ряду принципиальных позиций. Это практически нивелирует их отличия от старшего поколения, связанные с приходом в бизнес в более спокойные времена. В принципе, стартуя в более благоприятных

⁴ В малом и среднем бизнесе занято 17 и 47% респондентов соответственно, а в крупном и транснациональном — 29 и 7%.

условиях, «двухтысячники» могли бы выступить носителями и более цивилизованного нормативно-правового сознания. Но фактически этого не происходит, ибо дело не столько в старте, сколько *в последующей динамике* «правил игры» в процессе деловой активности.

Таблица 3

Оценка остроты отдельных проблем в отношениях бизнеса с властью в сфере деятельности респондентов, % оценивших остроту проблемы как «высокую» или «очень высокую»⁵

Параметры	Всего	Масштабы бизнеса			
		малый	средний	крупный	транснац.
Преодоление коррумпированности гос. аппарата	56	62	61	47	40
Возможность избежать произвола чиновников	55	61	58	48	40
Справедливость отношений власти с бизнесом	43	50	47	38	33
Система налогов на бизнес	43	51	46	37	33
Защита бизнеса правоохранительными органами	41	46	45	36	30
Стабильность «правил игры»	41	42	46	33	35
Поддержка бизнеса региональными и местными властями	40	41	44	36	33
Прозрачность, четкость, ясность правил игры	39	40	41	35	26
Защищенность частной собственности от огосударствления	38	39	40	38	27
Преодоление экономической преступности	37	41	39	32	27
Влияние бизнеса на принимаемые властью законы	36	43	36	34	33
Условия выхода бизнеса «из тени»	34	45	37	26	17
Доля респондентов, не присвоивших ни одной из позиций остроту в 4–5 баллов	27	25	25	27	47
Среднее число позиций с высокой / очень высокой остротой проблемы	4.3	4.7	4.6	3.8	2.8
Медиана	4.0	5.0	4.0	3.0	1.0

Таблица 4

Оценка характера изменений «правил игры» властей с бизнесом за последние 2–3 года, % от занятых в бизнесе

Правила игры	Разность между ответами «лучше» и «хуже»		
	2004 г.	2006 г.	2008 г.
Условия выхода бизнеса «из тени»	+5	+14	+15
Система налогов на бизнес	+38	0	-3
Преодоление экономической преступности	X	+1	-3
Прозрачность, четкость и ясность правил игры	-15	0	-10
Защищенность частной собственности от огосударствления, национализации	X	-13	-26
Стабильность «правил игры»	-28	-11	-13
Справедливость отношений власти с бизнесом	-30	-19	-20
Защита бизнеса правоохранительными органами	-32	-12	-24
Возможность избежать произвола чиновников	X	-16	-32
Преодоление коррумпированности гос. аппарата	X	-22	-39

⁵ Каждую проблему респондент оценивал по 5-балльной шкале: 1 — нет такой проблемы, 2 — слабая острота, 3 — средняя, 4 — высокая, 5 — очень высокая. В таблице приведены упорядоченные данные суммарных оценок в 4 и 5 баллов.

Власти разных уровней были и остаются одними из решающих акторов, определяющих степень продвижения российского бизнеса к более цивилизованному. На это, в частности, указывает характер *непосредственных* взаимодействий с властями, имевших место в личной практике респондентов в последние два-три года. Так, 57% экономических акторов (64% топ-руководителей) вступали в те или иные *конфликтные* взаимодействия с властями. Чаще всего называлось *принуждение* к спонсорской и благотворительной деятельности властными структурами — 35% (42% топ-руководителей), вымогательство чиновников за выполнение *законных* деловых операций (30% и 34% соответственно), внеплановые налоговые проверки, начисление налогов «задним числом» (18% и 21%). Заметно распространены и *взаимовыгодные* неформальные соглашения с чиновниками и контролерами — 34% (37% топ-руководителей), однако они встречаются в 1,7 раза реже конфликтных⁶. В результате только треть респондентов *прямо* не вступали ни в какие взаимодействия с властями — ни в конфликтные, ни в солидаристические.

Примечательно, что *младшее* (не старше 35 лет) поколение топ-руководителей, не имевшее опыта работы в дореформенный период, чаще дистанцируется от непосредственных взаимодействий с властями, чем старшее (32–39% против 23–24%), независимо от времени прихода в бизнес (90-е или 2000-е гг.). Кроме того, они несколько реже взаимодействуют с властями на *конфликтной* основе (55–59% против 68–71%) и уступают более старшим коллегам по успешности налаживания *взаимовыгодных* отношений с представителями властных структур (29–34% против 38–46%). Однако, несмотря на эти различия, пока во всех группах топ-руководителей, как и по массиву в целом, *непосредственные* взаимодействия бизнеса с властью (не говоря уже об *опосредованных*, связанных с формированием правовой среды деловой активности) развиваются в значительной степени на *конфликтной* основе.

Таким образом, в современной институциональной среде сохраняются весьма сильные *барьеры* на пути продвижения к более цивилизованному бизнесу, которые исходят от *властей* разных уровней. В условиях слабости *формальных* и *публичных* способов влияния делового сообщества и других гражданских структур на власть перспективы ослабления этих барьеров, связанные с повышением цивилизованности самих властей, весьма проблематичны.

Таблица 5

Оценка изменений разных сторон бизнес-среды за последние 2–3 года, %⁷

Характеристики бизнес-среды	Выше	Так же	Ниже	Разность гр. 2-гр. 4
1	2	3	4	5
Острота конкуренции	70	22	3	+67
Роль деловой репутации	59	31	4	+55
Уровень профессионализма бизнес-сообщества	45	38	6	+39
Роль неформальных деловых сетей, связей	37	46	5	+32
Строгость соблюдения законов и правовых норм	33	50	4	+29
Строгость соблюдения деловых обязательств, этики	27	56	10	+17
Доступность неформальных деловых сетей для новых участников	11	43	21	-10
Уровень взаимного доверия бизнесменов	21	55	13	+8
Взаимопомощь постоянных партнеров	17	58	9	+8
Роль предпринимательских союзов, ассоциаций	12	46	12	0

⁶ Только в конфликтные взаимодействия с властными структурами вступали 33% респондентов, только в солидаристические — 10%, и в те и в другие — 24%.

⁷ Вопрос звучал так: «Как изменилась за последние 2–3 года окружающая Вас бизнес-среда? (в каждой строчке дайте один ответ)».

Более благоприятные импульсы в сторону движения к более цивилизованному бизнесу в России сегодня исходят не столько от властей разных уровней, сколько от самого *делового сообщества*, постепенно развивающегося и укрепляющегося. Среди первостепенных факторов укажем на *рост конкуренции, деловой репутации и общего уровня профессионализма бизнес-сообщества*. (Эти тенденции, зафиксированные в исследовании 2006 г., сохраняются и поныне.) Абсолютное большинство респондентов (70%)⁸ функционирует в секторах рынка, где в последние годы произошел *рост конкуренции*, причем острота этой проблемы оценивается как высокая (40%) или очень высокая (29%). Принципиально иные требования к профессионально-деловому потенциалу бизнесменов предъявляет и устойчивое *увеличение роли деловой репутации* (на него указали 59% в 2008 г. и 63% — в 2006 г.). В настоящее время основная часть респондентов (72%) оценивает эту роль как высокую (54%) или очень высокую (18%). Возрастание роли деловой репутации подкрепляется постепенным улучшением *правовой ситуации в бизнесе* (33%), а также более строгим соблюдением *деловых обязательств, этических норм* (27%) на фоне (и надо полагать, при посредстве) роста значимости *неформальных деловых сетей, связей* (37%) и постепенного их закрытия для новых участников (табл. 9,5). Все эти атрибуты более цивилизованного бизнеса накладывают на деятельность предпринимателей и менеджеров серьезные формально-правовые и этические ограничения, предъявляя принципиально иные требования к их профессионально-деловым и социальным качествам, по сравнению с периодом борьбы без правил⁹.

Таким образом, новое поколение предпринимателей и менеджеров в настоящее время функционирует в таких бизнес-сообществах, представители которых, остро конкурируя друг с другом, стремятся осваивать новые возможности все более профессионально и, по возможности, цивилизованно. Как можно судить по характеру этих благоприятных сдвигов (новых вызовов 2000-х гг. по сравнению с «дикими» 1990-ми), они касаются главным образом отношений деловых людей друг с другом, а не с властью, вырели в процессе спонтанного развития российского делового сообщества. Несколько лет назад Ассоциация менеджеров России прямо объявила своей главной задачей «формирование более цивилизованной среды ведения бизнеса» (*Литовченко 2005*). Рост внимания со стороны российского бизнес-сообщества к атрибутам более цивилизованного бизнеса (деловой репутации, социальной активности) фиксируется и в других исследованиях¹⁰.

Конечно, вряд ли кто-то возьмется оспаривать тот факт, что внутри делового сообщества сохраняется еще много «слабых звеньев». Это и невысокая строгость соблюдения правовых и этических норм, и ограниченная степень взаимного доверия, и крайне слабая включенность экономических акторов в разного рода деловые объединения, союзы, не говоря уже о слабости этих объединений, не позволяющей предпринимателям и менеджерам выйти за границы своих социальных позиций (непосредственных статусных возможностей) с тем, чтобы *открыто* влиять на макросоциальный уровень, где правит бюрократия, и пр. (см. табл. 6).

⁸ В 2006 г. — 79% респондентов.

⁹ Еще один важный вызов связан с ростом общего уровня профессионализма бизнес-сообщества (в 2008 г. на него указали 45% занятых в бизнесе, в 2006 г. — 60%) вкупе с обострением недостатка квалифицированных управленцев (47%).

¹⁰ См., напр.: Репутация России, бизнеса и тех, кто его возглавляет, глазами руководителей российских компаний. Опрос 175 руководителей крупнейших и наиболее успешных компаний России, проведенный The PBN Company и IRG в сотрудничестве с «Ренессанс Капиталом» и Taylor Rafferty. М., 2004; Доклад о социальных инвестициях в России / Под общ. ред. С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2004, 2008.

Таблица 6

Оценка предпринимателями и менеджерами степени развития деловой среды (отношений «бизнес-бизнес»), % по строке¹¹

Характеристики бизнес-среды	Баллы*		
	1–2	3	4–5
Роль деловой репутации	4	23	72
Роль неформальных деловых сетей, связей	9	25	66
Уровень профессионализма бизнес-сообщества	12	46	42
Строгость соблюдения деловых обязательств, этики	15	44	41
Строгость соблюдения законов и правовых норм	18	49	33
Взаимопомощь постоянных партнеров	21	50	29
Уровень взаимного доверия бизнесменов	17	57	26
Доступность неформальных деловых сетей для новых участников	34	47	16
Роль предпринимательских союзов, ассоциаций	49	37	14

*1 – нулевая, 2 – низкая, 3 – средняя, 4 – высокая, 5 – очень высокая

В самом деле, как показало исследование, более половины респондентов (53–55%) в последние два-три года сталкивались с *противоправными* действиями других экономических акторов, будь то недобросовестное поведение со стороны партнеров, поставщиков, клиентов (45%) или/и насилие (угрозы насилия) со стороны конкурентов (10–12%)¹². Однако не меньше было и тех (52–55%), кто извлек преимущества из *солидаристических* взаимодействий внутри делового сообщества¹³. Так, весьма многочисленная часть респондентов (39%, а среди топ-руководителей — 42%) в трудных ситуациях получали деловую и финансовую помощь со стороны партнеров. Кроме того, постепенно развивается «*виртуальная сетевая взаимопомощь*» деловых людей. В последние 2–3 года в нее включались 17% занятых в бизнесе. Так, 12,5% респондентов получали полезные деловые советы от незнакомых лиц через Интернет, а 11% сами делились опытом с незнакомыми бизнесменами и менеджерами тем же способом (в том числе 6% делали и то и другое). Можно предположить, что *виртуальные сетевые* взаимодействия и далее будут нарастать и дополнять ресурсы *неформальных* деловых сетей, основанных на *персонифицированных* связях.

В целом, в отличие от отношений «бизнес-власть», в отношениях «бизнес-бизнес» в настоящее время сложился своеобразный баланс между конфликтными и солидаристическими взаимодействиями. Причем, как показало исследование, важную лепту в его построение внесли «двухтысячники», в то время как у пришедших в бизнес в 90-е гг. конфликтные взаимодействия до сих пор явно преобладают над солидаристическими.

Таким образом, хотя от отношений «бизнес-бизнес» в целом исходят более благоприятные импульсы к продвижению российского бизнеса к цивилизованным стандартам, чем от отношений «бизнес-власть», немало барьеров на этом пути ныне производится и в собственно деловом сообществе. Их некоторое ослабление — как правило, результат *не преднамеренных* действий экономических акторов, вставших на путь коллективной самоорганизации, а стихийного, слабоуправляемого процесса, связанного со взрослением и профессионализацией бизнеса, его интеграцией в междуна-

¹¹ Вопрос звучал так: «Оцените, пожалуйста, по 5-балльной шкале степень развития окружающей Вас деловой среды по следующим направлениям...». В таблице ответы упорядочены.

¹² По сравнению с исследованием 2006 г. ситуация в этих отношениях изменилась мало. На недобросовестное поведение со стороны партнеров, поставщиков, клиентов тогда указали 49% респондентов, а на насилие или угрозы насилия со стороны конкурентов — 12%.

¹³ Весьма многочисленная группа (26–29%) сталкивалась как с конфликтными (недобросовестными), так и с солидаристическими действиями со стороны других экономических акторов, 26–27% — только с конфликтными, столько же (26%) — только с солидаристическими, а 19–21% — ни с теми, ни с другими.

родный, ростом конкуренции и т.д. Иными словами, это результат *непреднамеренных* действий очень многих микро- и мезоакторов, как правило, в одиночку преследующих свои прагматичные цели (кумулятивный эффект).

Функционирование в такой проблемной институциональной среде не может не отражаться на модернизационном потенциале предпринимателей и менеджеров, какими бы продвинутыми они не были. В этой связи можно назвать, по крайней мере, три важных их качества как экономических *акторов*: специфическое понимание деловой репутации, уровень институционального и персонального доверия, а также особенности правового сознания и поведения.

3. ОБРАЗЫ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ И ВЕКТОР ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ СДВИГОВ

Зафиксированный в нескольких волнах наших исследований рост роли деловой репутации мог бы интерпретироваться как устойчивое продвижение российского бизнеса к более цивилизованному, если бы не некоторые нюансы. Так, предприниматели и менеджеры, характеризуя сдвиги в окружающей их деловой среде, указывают на возрастание роли деловой репутации гораздо чаще (59%), чем на неразрывно связанные с ней (по крайней мере, в западной деловой традиции) феномены: строгость соблюдения деловых обязательств, этических норм (27%), законов и правовых норм (33%). Острота институциональных проблем в российской деловой среде сегодня такова, что эти феномены, характеризующие социальную организацию бизнеса, пересекаются лишь частично. В результате наблюдающееся повышение роли деловой репутации может сигнализировать как о продвижении российского бизнеса к более цивилизованному, так и о простом росте предсказуемости деловых взаимодействий, весьма выгодных бизнесу, но нейтральных в морально-правовом отношении. Длительное функционирование в противоправном поле, способствующее институционализации неформальных и неправовых практик в самых разных сферах, включая правосудие, может сегодня вносить весьма серьезные коррективы в представления о деловой репутации, даже несмотря на некоторое улучшение правовой ситуации в бизнесе в последние годы.

Для того чтобы понять, в какой мере рост роли деловой репутации действительно выступает индикатором продвижения российского бизнеса к более цивилизованному, важно выяснить, что же собственно сегодня имеют в виду предприниматели и менеджеры, когда говорят о деловой репутации; какой смысл они вкладывают в это понятие.

Наши продвинутые экономические акторы, хотя и указывают на усиление роли деловой репутации в окружающей их бизнес-среде и дают весьма высокую оценку той роли, какую она играет уже сегодня, тем не менее понимают ее весьма по-разному и не всегда «цивилизованно». Абсолютное большинство (80%) респондентов включает в «хорошую деловую репутацию фирмы» *строгое выполнение деловых обязательств*. Казалось бы, это именно то, что нужно для продвижения российского бизнеса к более цивилизованному. Если бы не одно «но». Более половины (55%) представителей этой группы не связывают хорошую репутацию фирмы ни с соблюдением ее сотрудниками моральных принципов, норм деловой *этики*, ни с неукоснительным соблюдением *законов*. Иными словами, чтобы иметь хорошую деловую репутацию, важно сделать то, что обещал (о чем договорились), зачастую *безотносительно к тому, как это соотносится с морально-этическими и формально-правовыми нормами*. В целом на соблюдение моральных принципов, норм деловой этики как неотъемлемый атрибут хорошей деловой репутации указали лишь 31% респондентов, а на неукоснительное

соблюдение законов еще меньше — 17%¹⁴ (см. табл. 7). Это свидетельствует о том, что в современных условиях отмечаемое возрастание роли деловой репутации, как и достигнутый весьма высокий уровень развития деловой среды по этому основанию (см. табл. 5, 6), в большей степени указывают на то, что среда становится *более определенной*, более предсказуемой, и в гораздо меньшей степени на то, что она становится более цивилизованной.

В совокупности по трем основаниям можно выделить три типа предпринимателей и менеджеров. Представители первого типа (36%), условно названные нами «цивилизованные», состоят из респондентов, в образах деловой репутации которых строгое выполнение деловых обязательств действительно подкрепляется соблюдением морально-этических или/и формально-правовых норм (законов). Второй самый многочисленный тип (44%) — «предсказуемые» — объединяет респондентов, которые, как и первые, связывают деловую репутацию со строгим выполнением деловых обязательств, однако не подкрепляют его ни соблюдением морально-этических норм, ни неукоснительным следованием закону. Третий тип — «непредсказуемые» (16%), представляет респондентов, в образах деловой репутации которых отсутствуют не только морально-этические нормы или законы, но и строгое выполнение деловых обязательств как таковых¹⁵. В отличие от других типов они чаще связывают хорошую деловую репутацию с *экономико-производственными* компонентами: прочными рыночными позициями, хорошим финансовым положением, успешностью экономической деятельности (75% против 58–63% в других типах), большими специальными расходами на создание имиджа, рекламу (21% против 7–10% в других типах) (см. табл. 7).

Таблица 7

Компоненты хорошей деловой репутации фирмы, % по столбцу

Компоненты деловой репутации	Всего	Типы бизнесменов		
		1	2	3
Строгое выполнение деловых обязательств	80	100	100	0
Соблюдение сотрудниками моральных принципов, норм деловой этики	31	80	0	0
Неукоснительное соблюдение законов	17	43	0	0
Высокое качество продукции и услуг	71	79	72	50
Прочные рыночные позиции, хорошее финансовое положение, успешность экономической деятельности	63	58	63	75
Высокая деловая репутация главы фирмы	44	40	50	43
Большие специальные расходы на создание имиджа, рекламу	11	7	10	21
Активная благотворительная деятельность	8	10	7	6

Примечательно, что сегодняшняя «репутационная продвинутость», которую демонстрирует тип «цивилизованных», базируется главным образом на *морально-этических*, а не на *формально-правовых* основаниях. В самом деле, 80% предпринимателей и менеджеров — представителей типа «цивилизованные» — включают в хорошую деловую репутацию фирмы соблюдение ее сотрудниками моральных принципов, норм деловой этики. А вот на неукоснительное соблюдение законов указывают лишь

¹⁴ В целом 61% предпринимателей и менеджеров не включают ни морально-этические, ни формально-правовые компоненты в те «кирпичики», с помощью которых они строят свой образ хорошей деловой репутации. Еще 22% настаивают на соблюдении моральных принципов, норм деловой этики, 8% — на неукоснительном соблюдении законов, а 9% — на том и на другом одновременно.

¹⁵ Еще 3% респондентов вошли в противоречивый тип экономических акторов, в образах деловой репутации которых нет строгого выполнения деловых обязательств, однако есть соблюдение морально-этических и/или формально-правовых норм. Из-за малой наполненности этого типа далее он не рассматривается.

43% респондентов из этого типа¹⁶. Таким образом, хотя «цивилизованные» существенно опережают представителей других типов по уровню правового сознания, даже они продолжают оставаться весьма проблемными в этом отношении.

Лидирующее место строгого соблюдения деловых обязательств в образах деловой репутации (в большинстве случаев не подкрепляемого соблюдением морально-этических или формально-правовых норм) вполне согласуется с тесной связью между ролью деловой репутации в современной бизнес-среде, с одной стороны, и значимостью *неформальных* деловых сетей и связей, с другой (см. табл. 8). Есть основания полагать, что здесь проявляется двойной этический стандарт, свойственный российской деловой культуре (*Мясоедов, Колесникова и Борисова 2009, 45–46*). Важно поддерживать и проявлять лояльность по отношению к «своим», с которыми связан *неформальными* связями, а не к «чужакам», отношения с которыми регулируются «всеобщими» морально-этическими нормами и законами. Нарушение последних чаще всего не вызывает осуждения со стороны «своих» и не сказывается на уровне репутации.

Другая сопутствующая высокой роли деловой репутации характеристика бизнес-среды — острота конкуренции — также находит отражение в образах репутации. Атрибуты, напрямую связанные с развитием рыночной среды, конкуренции, идет ли речь о *высоком качестве продукции и услуг*, внимательном отношении к потребителям (71%) или *прочных рыночных позициях*, хорошем финансовом положении, успешности экономической деятельности фирм (63%), существенно опережают *морально-правовые* атрибуты.

Таблица 8

Уровень развития отдельных сторон деловой среды в представлении респондентов, функционирующих в среде с ВЫСОКОЙ ролью деловой репутации, % по строке*

Характеристики деловой среды	Низкий	Средний	Высокий	Итого
Уровень взаимного доверия бизнесменов	12	54	31	100
Взаимопомощь постоянных партнеров	17	45	32	100
Строгость соблюдения законов и правовых норм	13	47	37	100
Уровень профессионализма бизнес-сообщества	9	41	47	100
Строгость соблюдения деловых обязательств, этики	8	41	49	100
Роль неформальных деловых сетей, связей	6	19	70	100
Острота конкуренции	7	18	75	100

* Сумма отличается от 100 на процент респондентов, затруднившихся с ответом.

Низкому уровню развития деловой среды соответствуют оценки 1–2 балла по 5-балльной шкале, среднему — 3 балла, высокому — 4–5 баллов.

В целом усиление роли деловой репутации в окружающей среде отмечают представители всех типов предпринимателей и менеджеров, однако в наибольшей степени «цивилизованные» и «предсказуемые» (62 и 60% соответственно против 49% у «непредсказуемых»). Достигнутую значимость деловой репутации находят весьма высокой¹⁷ также все типы предпринимателей и менеджеров, однако у «цивилизованных» и «предсказуемых» она заметно выше, чем у «непредсказуемых» (72 против 56%). Все это свидетельствует о том, что в ходе *спонтанного* развития и взросления российского бизнеса постепенно формируются такие репутационные ресурсы, которые позволяют *снизить уровень неопределенности экономической деятельности в условиях слабых*

¹⁶ В целом на соблюдение моральных принципов, норм деловой этики как атрибут хорошей деловой репутации указали 57% «цивилизованных», на неукоснительное соблюдение законов — 20%, на то и другое одновременно — 23%.

¹⁷ Оценки 4–5 баллов по пятибалльной шкале.

формально-правовых скрепов. Одновременно, хотя и в гораздо меньшей степени, они означают продвижение к более цивилизованным правилам игры.

4. ДОВЕРИЕ И ОТНОШЕНИЕ К ПРАВУ В ПРОБЛЕМНОЙ СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОЙ СРЕДЕ

Длительное функционирование в бизнес-среде, пронизанной противоправными практиками, не может не сказаться на особенностях правового сознания экономических акторов, даже самых образованных и социально продвинутых. Сегодня оно пока весьма далеко от стандартов цивилизованного бизнеса, идет ли речь о значимости, придаваемой *законопослушности* или *этическому* ведению дел с партнерами, конкурентами, клиентами. Однако особенность этой группы экономических акторов состоит в том, что они чутко реагируют на изменения в деловой среде, демонстрируя высокую *потенциальную* готовность к перемещению в правовое поле, а вместе с тем и к интеграции в более цивилизованный бизнес. Так что фиксируемое ими постепенное улучшение правовой ситуации в бизнесе (см. табл. 5) закономерно сказывается на увеличении доли законопослушных респондентов в составе этой группы (см. табл. 9).

Напомним, что в группу «законопослушных» входят респонденты, считающие, что «хотя законы и несовершенны, их все-таки надо выполнять, потому что нарушение обойдется дороже». «Нарушители», или «противозаконники», напротив, твердо уверены в том, что в современных условиях вести бизнес только законными способами чаще всего невозможно. Менее же категоричные «релятивисты» (или «ситуативники»), исходя из своего опыта работы в бизнесе, полагают, что все зависит от обстоятельств: в принципе, нужно стремиться к исполнению законов, но иногда в интересах дела от них приходится отступать. Данная классификация интересна не столько тем, что часть респондентов отнесла себя к законопослушным, возможно не являясь таковыми. Важнее то, что более многочисленная их часть («релятивисты» + «нарушители») *открыто* заявляет о своей незаконопослушности. Снижение доли этих групп (59% — 2008 г. против 70% — 2004 г.) — несомненно, позитивный сдвиг.

Таблица 9

Особенности правового сознания занятых в бизнесе в 2004, 2006, 2008 гг., %

	2004 г.	2006 г.	2008 г.
«Законопослушные»	27	35	41
«Релятивисты»	45	50	37,5
«Противозаконники»	25	15	21,5
Затруднились ответить	3	—	—
Всего	100	100	100

Поскольку разные поколения предпринимателей и менеджеров функционируют в схожих деловых средах, то по доле «законопослушных», «релятивистов» и «противозаконников» значимых различий между ними нет. Что же касается восприятия *честного соблюдения деловых обязательств и этических норм* как фактора делового успеха, то здесь младшее поколение (не старше 35 лет) даже уступает старшему. Доля назвавших это качество среди шести важнейших качеств, необходимых для достижения успеха в бизнесе, сегодня во всех группах низка (28%), но в *младшем* поколении она в целом ниже, чем в старшем (23–26% против 32%). Исключение — группа руководителей-собственников/совладельцев (42–47%).

Таким образом, можно констатировать, что в сравнении со своими старшими коллегами, младшее поколение в нормативном отношении *априори* настроено более праг-

матично. Оно предъявляет гораздо меньший «спрос» на морально-этические нормы при примерно таком же спросе на формально-правовые нормы. По признанию более старших коллег, они *«более молодые и более голодные», «более амбициозные и жесткие»* и пр. В этом смысле, само по себе, обновление состава предпринимателей и менеджеров за счет молодежи, пришедшей в бизнес в более спокойные времена, не обещает продвинуть российский бизнес к более цивилизованному.

Такая сложная и противоречивая ситуация в современной деловой среде находит отражение в том уровне *доверия*, которое предприниматели и менеджеры оказывают как властным структурам, так и друг другу. Принято считать, что российской деловой среде присущ крайне низкий уровень доверия. Однако наше исследование нового поколения предпринимателей и менеджеров подтверждает этот вывод лишь применительно к *институциональному доверию*, отношениям «бизнес — власть». В самом деле, наши респонденты демонстрируют крайне низкий уровень *институционального доверия* (к власти, милиции, судебной системе) на фоне более высокого (*умеренного*) доверия внутри делового сообщества и *весьма высокого доверия* к своим подчиненным (см. табл. 10).

В первую очередь низкий уровень доверия проявляется в отношении к правоохранительным органам (милиции и судебной системе). По 5-балльной шкале в 1–2 балла оценили уровень своего доверия к милиции 68% опрошенных, к судебной системе (без арбитражного суда) — 54%, а к арбитражному суду — 40%. Весьма невысок уровень доверия респондентов и к местным органам власти (51% дали оценку 1–2 балла), повыше — к Правительству РФ. Крайне низкий уровень институционального доверия — важный сигнал неблагополучия современной деловой среды, наличия в ней большого числа барьеров и ограничений не только для эффективной деятельности, но и для становления более цивилизованного бизнеса. Он создает серьезные барьеры для разработки и реализации долгосрочных деловых стратегий (включая инновационные), без которых провозглашенная модернизация попросту невозможна.

Таблица 10

Уровень доверия предпринимателей и менеджеров, % по строке

	Баллы*					Всего	Медиана
	1	2	3	4	5		
Правительству РФ	8	21	44	22	5	100	3
Местным органам власти	14	37	35	12	2	100	2
Судебной системе (арбитражного суда)	21	33	34	10	2	100	2
Арбитражному суду	13	27	41	17	2	100	3
Милиции	33	35	27	4	1	100	2
Партнерам, контрагентам	1	4	37	54	4	100	4
Своим подчиненным	1	1	16	63	19	100	4

*1 — совсем не доверяю, ... 5 — полностью доверяю.

Что касается доверия хозяйствующих субъектов друг другу, то полученные нами данные 2006 и 2008 гг. не подтверждают весьма распространенного представления о том, что российскому бизнесу присущ *крайне низкий* уровень доверия. Основная часть наших респондентов (57%) оценила уровень *взаимного доверия бизнесменов* как умеренный — в три балла по 5-балльной шкале (в 1–2 балла его оценили лишь 17%) (см. табл. 6). Еще выше оценивают респонденты уровень *своего доверия* партнерам и контрагентам: 4 и 5 баллов поставили соответственно 54 и 4% респондентов (см. табл. 10). Весьма высок уровень доверия *своим подчиненным* (на 4–5 баллов его оценили 82%

респондентов). Причем в сравнении с 2006 г. наблюдается рост уровня как *межфирменного*, так и *внутрифирменного* доверия, что в современной весьма непростой институциональной среде выступает значимым фактором делового успеха, а также продвижения бизнеса к более цивилизованным правилам игры.

Поскольку создание «доверительного ресурса» требует времени, то наибольшие различия в его величине связаны со стажем работы в бизнесе. По мере накопления последнего растет как уровень взаимного доверия бизнесменов, так и уровень их доверия к своим подчиненным. В этом смысле некоторое снижение неопределенности деловых взаимодействий носит непреднамеренный характер и связано со взрослением российского бизнеса, обрастанием хозяйствующих субъектов длительными, устойчивыми деловыми связями, включением предпринимателей и менеджеров в разного рода деловые сети и объединения, побуждающим к честному соблюдению деловых обязательств (а в идеале и этических норм).



В целом можно заключить, что появление этой образованной, экономически и социально продвинутой группы предпринимателей и менеджеров, несомненно, — один из наиболее серьезных положительных результатов современных институциональных трансформаций, ставших возможными благодаря изменению *формально-правовых* основ экономики и общества. Есть весомые основания связывать надежды на продвижение российского бизнеса к более цивилизованному с расширением и укреплением именно этой группы, искать акторов дальнейших конструктивных преобразований прежде всего среди ее представителей. Иными словами, эта группа, несомненно, может быть отнесена к модернизационным слоям (или к «поколению М» в трактовке М. Ходорковского).

В рамках своих статусных позиций они пытаются быть эффективными, насколько позволяют постоянно наращиваемый профессионально-деловой потенциал и меняющаяся институциональная среда, на сдвиги в которой они чутко реагируют. В современных условиях эти экономические акторы, бесспорно, выступают локомотивами развития в прогрессивном направлении, подталкивая модернизацию «снизу». Но это *спонтанное* подталкивание, связанное со взрослением бизнеса, его профессионализацией, укреплением неформальных деловых сетей, постепенной интернализацией бизнеса, ростом конкуренции в ряде сегментов рынка, на фоне слабости коллективных действий, воспроизводства «островного сознания» (термин Г.Г. Дилигенского). Этот *кумулятивный* эффект *индивидуальных* поведенческих стратегий экономических акторов в российских условиях еще, по-видимому, очень долго будет определять характер *макросоциальных* изменений; по крайней мере, сказываться на последних сильнее, чем те или иные социальные движения. Сегодня это «подталкивание» чаще всего осуществляется не *благодаря* «способствующей» политике со стороны властных структур, а вопреки механизмам торможения с их стороны; реализуется в условиях, когда власть устойчиво тянет бизнес к нецивилизованным формам взаимодействий.

Поэтому не стоит культивировать и весьма оптимистичные общественные ожидания относительно этой группы как актора преобразований. Учитывая особенности современной институциональной среды и социально-групповой структуры общества, нет серьезных оснований ожидать, что эта группа в одиночку вытащит «бегемота из болота». Продвижение российского бизнеса к более цивилизованному зависит от усилий акторов *всех типов*, включая власти разных уровней, которые сегодня благодаря своим политическим, административным и силовым ресурсам возводят значительные барьеры на этом пути, удерживая теми или иными способами экономических акторов

в неправовом поле. Главное, что могут сделать власти, — совершенствовать институциональные условия ведения бизнеса. К первоочередным мерам государственной политики новое поколение предпринимателей и менеджеров относит: содействие развитию малого и среднего бизнеса (60%), установление *стабильных* «правил игры» с бизнесом (52%), действенную поддержку науки и высоких технологий (44%), совершенствование законодательной базы бизнеса (ясность, непротиворечивость и пр.) (41%), борьбу с коррупцией и экономической преступностью (39%), дальнейшее снижение налогов (36%), обеспечение независимости судов от исполнительной власти (34%) и пр. Именно улучшение институциональных условий ведения бизнеса может серьезно расширить этот модернизационный слой и усилить отдачу от его весьма высокого профессионально-делового потенциала (включая инновационный).

ЛИТЕРАТУРА

Доклад о социальных инвестициях в России / Под общ. ред. С.Е. Литовченко. М.: Ассоциация менеджеров, 2004, 2008.

Заславская Т.И. (2004). Современное российское общество: социальный механизм трансформации. М.

Заславская Т.И. (1995). Социальный механизм трансформации российского общества // *СОЦИС*. № 3.

Заславская Т.И. (2002). Социетальная трансформация российского общества: деятельность-структурная концепция. М.

Заславская Т.И. (1985). О социальном механизме развития экономики // Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики. Новосибирск.

Литовченко С. (2005). АМР (Ассоциация менеджеров России) — микс профессиональной и деловой ассоциации // *Босс*. № 5.

Мясоедов С.П., Колесникова И.В. и Борисова Л.Г. (2009). Российская деловая культура: воздействие на модель управления. М.: Изд-во Дело АНХ.

Репутация России, бизнеса и тех, кто его возглавляет, глазами руководителей российских компаний. Опрос 175 руководителей крупнейших и наиболее успешных компаний России, проведенный The PBN Company и IRG в сотрудничестве с «Ренессанс Капиталом» и Taylor Rafferty. М., 2004.

Ходорковский М. (2009). «Поколение М» // *Ведомости*. 21 октября.

Шабанова М.А. (2008). Российский бизнес на пути к более цивилизованному? Статья 1. Новое поколение деловых людей в контексте взаимодействий с властью // *Общественные науки и современность*. № 5.

Штомпка П. (1996). Социология социальных изменений. М.

Archer, M.S. (1988). *Culture and Agency*. Cambridge.

Mouzelis N.P. (1991). *Back to Sociological Theory: The Constructions of Social Order*. New York.