

СТРУКТУРА СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ИХ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С РЕГИОНАЛЬНОЙ ВЛАСТЬЮ*

КУРБАТОВА МАРГАРИТА ВЛАДИМИРОВНА,

*доктор экономических наук,
зав. кафедрой экономической теории и государственного управления,
Кемеровский государственный университет,
e-mail: kmv@kemsu.ru*

ЛЕВИН СЕРГЕЙ НИКОЛАЕВИЧ,

*доктор экономических наук,
профессор кафедры экономической теории и государственного управления,
Кемеровский государственный университет,
e-mail: levin@kemsu.ru*

КАГАН ЕЛЕНА СЕРГЕЕВНА,

*кандидат технических наук,
доцент кафедры автоматизации исследований и технической кибернетики,
Кемеровский государственный университет,
e-mail: kaganes@kemsu.ru*

В статье рассматривается социальный капитал предпринимателей в сфере их взаимодействия с властью (на примере Кемеровской области). Для оценки социального капитала предпринимателей применена методика, основанная на выделении его структурных элементов и построении на их основе многоуровневой иерархической модели. С использованием результатов проведенного среди предпринимателей Кемеровской области опроса рассчитана интегральная оценка индивидуального запаса социального капитала, выделены четыре кластера предпринимателей по структуре запаса социального капитала, выявлены различия степени автономии и интенсивности взаимодействия с властью для разных классов предпринимателей.

Ключевые слова: *социальный капитал; предприниматели; власть; политический ресурс; коллективное действие.*

STRUCTURE OF ENTREPRENEURS' SOCIAL CAPITAL IN THEIR INTERACTION WITH REGIONAL AUTHORITIES

KURBATOVA MARGARITA, V.,

*Doctor of Economics (DSc),
Professor of the Department «Economic Theory and State and Municipal Management»,
Kemerovo State University,
e-mail: kmv@kemsu.ru*

LEVIN SERGEY, N.,

*Doctor of Economics (DSc),
Professor of the Department «Economic Theory and State and Municipal Management»,
Kemerovo State University,
e-mail: levin@kemsu.ru*

* Статья выполнена при поддержке гранта РФФИ №12-06-00290 «Специфика политического ресурса российских предпринимателей и её влияние на инновационное развитие».

KAGAN ELENA, S.,

*Candidate of Technical Sciences,
associate professor of the department "Automation Research and Technical Cybernetics",
Kemerovo State University,
e-mail: kaganes@kemsu.ru*

Entrepreneurs' social capital in their interaction with authorities is highlighted in the paper (on the example of Kemerovo region). To evaluate social capital of entrepreneurs authors apply methodology based on its structural elements allotment and building on their basis a multi-level hierarchical model. Integral evaluation of individual reserve of social capital is computed based on business survey of the Kemerovo region. Four clusters of entrepreneurs are identified according to the structure of reserve of social capital. Differences of the measure of autonomy and the strength of interaction with authorities for different classes of entrepreneurs are revealed.

Keywords: *social capital; entrepreneurs; authorities; political resource; collective action.*

JEL: *D70, K29.*

Постсоциалистическая трансформация российской экономики ярко проиллюстрировала определяющую роль институциональной среды в процессе ее реформирования. Реализуемый федеральными властями институциональный проект создания современной рыночной экономики был направлен на формирование универсальных правил игры либерального типа, ориентированных на создание благоприятного делового климата, стимулирующего инвестиционную и инновационную активность частного бизнеса. В основе такого подхода лежит теоретическая модель «качественных» институтов, которая исходит из того, что институты должны поддерживать рациональность индивида, создавать «правильные» стимулы его деятельности и минимизировать транзакционные издержки на экономических и политических рынках. Данная концепция содержит ярко выраженный *нормативный* аспект, имея в качестве образца либеральный англосаксонский капитализм. Сложившиеся же в РФ неформальные институты рассматриваются при этом как барьер для экономической модернизации.

Однако следует иметь в виду, что в развитых странах господство универсальных «правил игры» рыночного типа отражает достигнутую в них высокую степень «плотности» экономического пространства, обеспечиваемую развитой инфраструктурой и накопленным запасом социального капитала, создающим общенациональный «радиус доверия», выражающийся в достаточно высоком уровне деперсонифицированного и институционального доверия. Для российской же экономики характерна иная ситуация. Огромные размеры страны, многообразие природно-климатических, географических условий, уровней развития различных территорий, национального состава и социокультурных традиций населения, традиционная недоразвитость инфраструктуры объективно снижают «плотность» экономического пространства и порождают высокую степень территориальной неоднородности институциональной среды. Результатом этого является установление многообразных локальных конфигураций институтов, которые характеризуются высокой степенью персонализации отношений экономических субъектов и устойчивым рассогласованием формальных и неформальных правил при ведущей роли последних. Центральное место в них занимают неформальные институты взаимодействия власти и бизнеса на региональном уровне, прежде всего, структура социального капитала предпринимателя в его взаимодействии с властью.

Следовательно, в практике институционального проектирования в РФ следует учитывать сложившиеся на региональном уровне структуры социального капитала. Проектируемые федеральным правительством институты должны быть не просто «*правильными*», т. е. способствовать созданию стоимости, а не её

непродуктивному перераспределению, но и быть *реализуемыми* в рамках уже существующей институциональной среды и наличного «расклада» сил экономических субъектов и возможностей групп их специальных интересов.

Целью данной статьи является анализ структуры социального капитала предпринимателей в их взаимодействии с властью, как важнейшей характеристики региональной институциональной среды, которая во многом определяет реализуемость институционального проектирования и объясняет существующие проблемы «пробуксовки» рыночных преобразований российской экономики.

Экономический подход к исследованию социального капитала

В последние годы в российском обществоведении вслед за зарубежными исследованиями (Коулман, 2001; Фукуяма, 2004; Glaeser, 2001; Putnam, 1993; Woolcock, 1998) резко вырос интерес к социальному капиталу. Подобный интерес проявляют российские экономисты, социологи, политологи и психологи (Аузан, 2009; Полищук, 2011; Сасаки, 2009; Дискин, 1998; Татарко, Лебедева, 2009). Внимание экономистов к социальному капиталу обусловлено ростом актуальности оценки отдельных параметров институциональной среды, а именно – неформальных структур. Дело в том, что обычно оценка формальных элементов институциональной среды осуществляется на основе рейтингов, которые составляются для измерения отдельных характеристик этой среды, например, открытости экономики, экономической свободы, эффективности государства, коррупции, инновационности, условий ведения бизнеса и т. п. Оценка же социального капитала в тех или иных видах экономической деятельности (на рынке труда, внутри фирмы, на уровне региона, в деятельности ТСЖ, в социально-политическом взаимодействии и т. п.) позволяет определить экономическую значимость неформальных элементов институциональной среды. При этом центр исследовательского внимания смещается к оценке значения тех характеристик институциональной среды, которые прочно укоренены в социальных структурах.

Особенности социального капитала, в которых в концентрированном виде отражаются характеристики неформальных институтов, оказываются важнейшим фактором, задающим направленность институционального развития. Связано это с тем, что реальные хозяйствующие субъекты всегда функционируют в определенной сети экономических и социальных связей, скрепленной каналами поступления информации, общими правилами ее интерпретации и образцами поведения. Участники данной сети, имея общие ценностные ориентации, формируемые посредством культурных механизмов – через религию, традиции, исторические обычаи, а также практикой совместного решения проблем выживания и приспособления к новым экономическим условиям, одинаково воспринимают поступающую к ним информацию и точнее интерпретируют действия других участников сети. Социальный капитал способствует укреплению доверия между хозяйствующими субъектами и создает возможности для предвидения взаимных действий на основе социальной идентичности и разделяемых ими норм. Он позволяет хозяйствующим субъектам лучше интерпретировать действия друг друга, снижает неопределенность и риск оппортунистического поведения.

Особенности **экономического подхода** к социальному капиталу заключаются в том, что он как набор связей субъекта, норм взаимодействия, отношений доверия (известная по Дж. Коулману триада) не только создает рамки экономической деятельности (т. е. выступает как элемент институциональной среды), определяющие уровень трансакционных издержек, но и является *ресурсом* хозяйствующего субъекта, определяющим уровень издержек производства. Он выступает как инструмент для мобилизации ресурсов взаимодействующих с ним субъектов, их совместного использования для повышения отдачи от своих вложений. Прямое указание на это можно найти у Р. Патнэма, который утверждает, что «социальный капитал увеличивает отдачу от инвестирования в капитал физический и человеческий» (Патнэм, 1995. С. 78), что выражается в более эффективном

экономическом росте и социально-экономическом развитии. Дж. Коулман также обращает внимание на то, что социальный капитал – это любое проявление неформальной социальной организации, которое выступает как *продуктивный ресурс для одного или более акторов*, он пишет: «функция, определяемая понятием "социальный капитал", представляет собой ценность аспектов социальной структуры для акторов как ресурсов, которые они могут использовать для достижения своих целей» (Коулман, 2001. С. 126). Таким образом, с экономической точки зрения социальный капитал – это *ресурс* особого рода, который вносит вклад в производство стоимости посредством повышения отдачи от других ресурсов (земли, труда, капитала, предпринимательского фактора).

Обычно социальный капитал рассматривается на макроуровне, как общественный (национальный) социальный капитал, особый ресурс социально-экономического развития, характеристика институциональной среды. Но не менее важен и микроэкономический аспект. Так, Э. Глейзер проводит различие между общественным и индивидуальным социальным капиталом. Под первым подразумеваются ресурсы сообщества, которые позволяют ему увеличивать свое благосостояние, под вторым – набор социальных навыков, которые увеличивают отдачу индивида от контактов с другими людьми (от связей, которые оказываются ресурсами для индивида (Glaeser, 2001. P. 2).

На микроуровне социальный капитал можно рассматривать как *капитальное* благо. Во-первых, он является ресурсом, используемым хозяйствующим субъектом как для максимизации полезности (через включение в потребительские сообщества), так и для производства благ (через включение в сетевое взаимодействие с владельцами различных ресурсов). Во-вторых, он является ограниченным ресурсом, связанным с включением в сети социальных отношений, которое сталкивается с барьерами отбора. В-третьих, доступ к нему связан с определенными затратами включения в данные сети, а его накопление – с инвестициями в их развитие. Более того, социальный капитал является капитальным благом, обладающим значительными внешними эффектами (как положительными, так и отрицательными). Он представляет собой *запас* ресурсов хозяйствующего субъекта, который приносит ему поток доходов и является объектом инвестирования, однако эффекты данного инвестирования распространяются на все общество, ускоряя или замедляя его социально-экономическое развитие. Такой подход во многом пересекается с экономической концепцией социального капитала развиваемой Э. Глейзером, в рамках которой он рассматривает индивидуальные инвестиции в этот вид капитала на основе модифицированной модели инвестиций в человеческий и физический капитал (Glaeser, 2002).

Решение задачи количественной оценки социального капитала сталкивается с проблемой операционализации данного понятия. Можно выделить два основных подхода к оценке социального капитала, которые используются в его современных исследованиях: 1) *структурный*, подразумевающий анализ конфигурации социальных сетей (Woolcock, 1998; Коулман, 2001; Аузан, 2009); 2) *содержательный*, направленный на анализ качества отношений, прежде всего – уровня доверия (Патнэм, 1995; Фукуяма, 2004; Полищук, 2011; Сасаки, 2009). В данном случае понятие социального капитала операционализируется в переменных «доверие», «честность», «толерантность» и т. п. В обоих случаях используются данные социологических опросов, например, базы данных международных проектов «Всемирное исследование ценностей» (World Value Survey) и «Trust Barometer», либо данные социологических опросов по авторским методикам (например, в рамках проекта «Сравнительное исследование доверия в различных странах в период глобализации» (Сасаки, 2010. С. 89).

Кроме этого, к оценке социального капитала выделяются ортодоксальный и неортодоксальный подходы. Ортодоксальный подход основывается на предположении наличия некоего «эталонного общества», противопоставлении «правильных» (хороших) и «неправильных» (плохих) институтов. Правильными

признаются просоциальные нормы поведения, деперсонифицированное доверие и наличие развитых социальных сетей коллективного действия. Именно они, составляя основу западной демократии и гражданского общества, рассматриваются как фактор социально-экономического развития страны. Соответственно, подход к оценке социального капитала основывается либо на логике «выявленных предпочтений» индивидов (через оценку участия в донорстве, благотворительности, волонтерстве, членства в различных организациях и т. п.), либо по уровню деперсонифицированного доверия, либо по уровню развития так называемых «групп Патнэма».

Неортодоксальный подход к социальному капиталу предполагает, что, «есть другие институты», не выстраивающиеся по шкале «хорошие» - «плохие» по критериям западной демократии, а набор мер «хорошей политики не универсален» (Попов, 2009. С. 78). Подобный подход основывается на том, что есть конкретное общество, находящееся на данной стадии развития и решающее соответствующие этой стадии развития задачи в условиях определенной окружающей среды (состояния мировых рынков, конкурентных стратегий социально-экономического развития других стран и регионов). При этом, как отмечает С. Ю. Барсукова: «нет единого стандарта рынка как антитезы плановой экономике. Есть континуум "рынков" в виде многообразных институциональных сочетаний власти и бизнеса» (Барсукова, 2008. С. 47). Соответственно, социальный капитал, как ресурс социальных связей индивидов, есть результат, во-первых, предшествующего развития. Это означает, что достигнутое индивидом положение в обществе определяет характер его взаимодействия с другими индивидами. Во-вторых, он есть результат частных инвестиций в социальные взаимосвязи, направленных на укрепление данных позиций. При таком подходе не может быть линейной шкалы оценок социального капитала по отдельным показателям поведения и взаимодействий индивидов. Он может измеряться через оценку включенности индивида в те или иные формы взаимодействия, как запас разнокачественных капитальных активов. Он определяется как некий агрегированный показатель, характеризующий нормы и связи определенного сообщества, не претендуя на универсальность.

В нашем исследовании социального капитала предпринимателей в их взаимодействии с властью мы придерживаемся следующих подходов:

Во-первых, мы предлагаем агрегированную оценку социального капитала, существующего во взаимодействии власти и бизнеса на региональном уровне на основе выделения основных признаков сложившихся в этой сфере социальных сетей. Это позволило нам выделить два типа социального капитала, которые рассматриваются как *разные формы доступа к политическому (властному) ресурсу и получения отдачи от него*. Под политическим ресурсом здесь понимается контролируемый государством ресурс легитимного насилия, доступ к которому позволяет предпринимателям добиваться принятия политических решений приносящих им выгоды, выступающие как в форме создания благоприятных условий для ведения бизнеса, так и в виде дифференцированных преференций.

Во-вторых, структуры сетевого взаимодействия власти и бизнеса мы рассматриваем как результат предшествующего исторического развития, который формирует рамочные параметры выбора между инвестициями в различные типы социального капитала, выступающих как дискретные институциональные альтернативы.

В-третьих, для оценки социального капитала используется методика, основанная на выделении его структурных составляющих и построении на их основе многоуровневой иерархической модели. Каждая составляющая этой модели характеризуется степенью значимости (важностью) и степенью выраженности. Для оценки степени значимости компоненты применяется метод анализа иерархий (МАИ). Для оценки степени выраженности каждой компоненты применяется аппарат теории нечетких множеств.

Эмпирическую основу исследования составили серии полуформализованных интервью с предпринимателями по проблемам их взаимодействия с властью, проведенные в разные годы (2003-2004 гг. и 2007-2008 гг.). На их основе выделены и описаны практики данного взаимодействия (*Курбатова, 2005*), проследить изменение этих практик и дать качественное описание структур социального капитала предпринимателя (*Курбатова, 2008; 2010*). На втором этапе исследования (2011-2012 гг.) было проведено углубленное формализованное интервью по специально разработанной методике, позволяющей дать количественную оценку вершин построенной иерархической модели социального капитала. Было опрошено 100 предпринимателей Кемеровской области.

Типы социального капитала

Структура социального капитала предпринимателей, складывающегося в сфере взаимодействия власти и бизнеса, характеризуется различным сочетанием двух его типов.

Во-первых, социальный капитал выступает в форме норм, правил поведения, *общих для всех* хозяйствующих субъектов; как деперсонифицированное доверие; в форме объединения, организующего коллективное действие хозяйствующих субъектов, преследующих частные интересы, в интересах достижения общих для них целей. Далее будем называть его *социальным капиталом первого типа (СК1)*. Он представляет собой действующие социальные нормы и запас социальных контактов агента, позволяющих ему принимать рациональные экономические решения, снижающие риски недобросовестной конкуренции. Он достается экономическому агенту как члену общества, так как является результатом предшествующего социально-экономического развития страны и усилий различного рода сообществ по формированию в обществе «правил игры», благоприятствующих экономическому и социальному развитию.

Социальный капитал первого типа по своему характеру представляет *исключаемое общественное благо*. Исключение обеспечивается взаимоконтролем акторов в рамках многостороннего сетевого взаимодействия. В то же время с ростом числа потребителей этого блага отдача от него возрастает. Поэтому сетевое взаимодействие носит «открытый» характер, его участниками потенциально могут стать все хозяйствующие субъекты, действующие на территории данной страны или региона. Он воплощается в *открытых предпринимательских сетях*. *Общность целевых функций акторов* таких сетей определяется их ориентацией на представительство коллективных интересов бизнеса во взаимодействии с властью, связанных с созданием благоприятных рамочных условия предпринимательской деятельности.

Во-вторых, социальный капитал выступает в форме *локальных групповых норм и правил*; как персонифицированное доверие; в форме личных связей хозяйствующего субъекта. Далее будем называть его *социальным капиталом второго типа (СК2)*. Он представляет собой запас социальных контактов, позволяющий за счет локального взаимодействия обеспечивать устойчивость экономических агентов, повышать их конкурентоспособность за счет использования интернализированного политического ресурса, обеспечивающего, в свою очередь, привилегированный доступ к определенным видам экономических ресурсов. Связи и отношения, имеющиеся у хозяйствующих субъектов, позволяют им «вписаться» в существующую институциональную среду посредством получения привилегий, даваемых принадлежностью к определенной группе. Он облегчает реализацию частных интересов в режиме преференций, частного обмена услугами.

Социальный капитал второго типа требует от хозяйствующего субъекта специальных усилий по формированию сети индивидуальных связей или вхождению в какую-либо относительно замкнутую группу. По своей экономической природе он выступает как *клубное благо*, которое, как известно, отличается тем, что свойство неисключаемости в потреблении существует только для членов клуба -

определенной группы людей, объединившихся с целью совместного производства и потребления. Причем в данном случае речь идет о «закрытом клубе», т. е. такой коалиции, члены которой способны исключить из потребления этого блага всех тех, кто не принимает участия в предоставлении данного блага.

Данная классификация типов социального капитала имеет ряд общих черт с классификацией М. Вулкока, выделившего «бриджинг», выражающийся в нормах «обобщенного доверия» и «бондинг», когда доверие и честное поведение строится по принципу «свой-чужой» (Woolcock, 1998). Нередко данные структуры социального капитала обозначаются также как «группы Патнэма», целью которых является общее благо, и «группы Олсона», которые конкурируют друг с другом за ограниченные ресурсы, и в отличие от «групп Патнэма» не создают новых ценностей (Полищук, 2011. С. 53). При этом отмечается, что, с одной стороны, «бондинг» играет значимую роль в формировании и накоплении социального капитала типа «бриджинг», необходимого для функционирования современной рыночной экономики и гражданского общества, но, с другой стороны, высокие запасы такого капитала могут препятствовать коллективным действиям в рамках «большого общества».

Наша классификация социального капитала, во-первых, построена не на измерении доверия или отдельных параметров ценностной ориентации индивидов, а на оценке конфигурации социальных сетей, а во-вторых, - на рассмотрении сетевых взаимосвязей предпринимателей как способа доступа к политическому ресурсу. Дело в том, что в странах, прошедших длительный путь рыночного развития, ведущее место занимает социальный капитал первого типа. В этих условиях нормой взаимоотношений между бизнесом и структурами государства становится лоббизм – давление на органы представительства со стороны организаций, представляющих отраслевые или региональные группы интересов. Это означает, что предприниматели получают доступ к политическому (властному) ресурсу через коллективное действие. При этом он обеспечивает для них благоприятные общие рамочные условия предпринимательской деятельности, но не превращается в источник индивидуальных конкурентных преимуществ. Кроме того, подобные коллективные действия встраиваются в общую систему взаимодействия власти, бизнеса и гражданского общества. В условиях же преобладания социального капитала второго типа политический (властный) ресурс интернализуется, выступая как важнейший источник индивидуальных конкурентных преимуществ отдельного предпринимателя, причем взаимодействия власти и бизнеса ведут к формированию «закрытых» для общества элитарных смешанных социальных сетей.

Принципиальной особенностью используемого подхода является рассмотрение типов социального капитала во взаимосвязи и взаимовлиянии. Как правило, в рамках существующих подходов преимущественно оценивается влияние каждого из выделяемых типов социального капитала (например, бриджинга и бондинга) на экономическую эффективность и социально-экономическое развитие. В нашем же исследовании в центре внимания оказался вопрос о том, как оба типа социального капитала предпринимателя сосуществуют, выступая одновременно как комплементы и субституты (т. е. они, с одной стороны, взаимно дополняют друг друга, а с другой, обладают свойством взаимозаменяемости).

Взаимозаменяемость (субсидиарность) типов социального капитала вытекает из существующего у предпринимателя выбора между способами решения с властью возникающих проблем функционирования и развития бизнеса. Так, альтернативой опоры на формальные правила и коллективные действия является накопление интернализованного политического ресурса, персональное «решение вопроса» с представителями власти (отдельными чиновниками, руководителями отделов и департаментов, мэром и т. п.). Выбор между правилами взаимодействия осуществляется предпринимателем на основе соизмерения издержек и выгод каждого из способов своих действий. В свою очередь, данные издержки и выгоды, с одной стороны, определяются сложившейся системой формальных институтов

(существующим законодательством, правоприменительной практикой, величиной административных барьеров и т. п.). С другой стороны, они определяются неформальными институтами, прежде всего теми, которые связаны с коллективными действиями предпринимателей по отстаиванию общих интересов бизнеса. Высокие издержки соблюдения формальных норм и коллективных действий и высокие выгоды от преференций, получаемых при использовании интернализированного политического ресурса, стимулируют предпринимателей инвестировать в социальный капитал второго типа. Снижение данных издержек, а также снижение вероятности получения преференций, ведут к замещению социального капитала второго типа социальным капиталом первого типа.

Взаимодополняемость (комплементарность) типов социального капитала основана на том, что оба способа решения проблем функционирования и развития бизнеса могут использоваться предпринимателем для решения разного типа проблем. Участие предпринимателей в коллективных действиях, направленное на общее улучшение делового климата, может сочетаться с действиями по извлечению выгод из персонифицированного взаимодействия с представителями власти. Данная взаимодополняемость оказывается возможной, так как сети взаимодействия бизнес-сообщества и властных структур переплетаются.

В странах, прошедших длительный путь рыночного развития, социальный капитал второго типа является в основном дополняющим к социальному капиталу первого типа. Он повышает гибкость экономической системы, корректирует результаты ее функционирования за счет развития сетей неформальных межличностных связей предпринимателей и представителей власти. В менее развитых странах он замещает социальный капитал первого типа, еще не получивший должного уровня развития. В данном случае сеть межличностных неформальных связей делает в принципе возможным функционирование экономики в условиях дефицита формальных и неформальных норм деперсонифицированного рыночного взаимодействия. Однако такое замещение чревато следующими последствиями: создаются неравные условия ведения бизнеса, формируются предпосылки для разрастания коррупционных отношений, блокируется развитие институтов коллективного действия и т. п. В то же время необходимо отметить, что в странах с формирующейся рыночной экономикой в качестве организаторов коллективного действия реально могут выступать только предприниматели, обладающие определенным накопленным уровнем интернализированного политического ресурса.

Предложенная концепция последовательно следует логике *микроэкономического* подхода к социальному капиталу. Последний рассматривается как капиталный ресурс, создаваемый в результате инвестиций предпринимателей. Предприниматели, сопоставляя свои выгоды и издержки, формируют «портфель» активов, выступающий как комбинация типов социального капитала, способная принести максимальный выигрыш в рамках существующей институциональной среды. Этот выигрыш заключается в доступе к политическому (властному) ресурсу, обеспечивающему, в свою очередь, расширение возможностей и снижение издержек доступа предпринимателей к экономическим ресурсам и повышающему степень отдачи от них.

Многоуровневая иерархическая модель социального капитала

В данном исследовании понятие «социальный капитал» представлено как сложное явление, состоящее из ряда компонент. Проведена его декомпозиция, на основании которой была построена иерархическая многоуровневая модель. **Фокусом иерархии** данной модели является оцениваемое явление (социальный капитал определенного типа). Теоретические исследования позволили представить его в виде 2-уровневой иерархической модели (см. рис. 1).

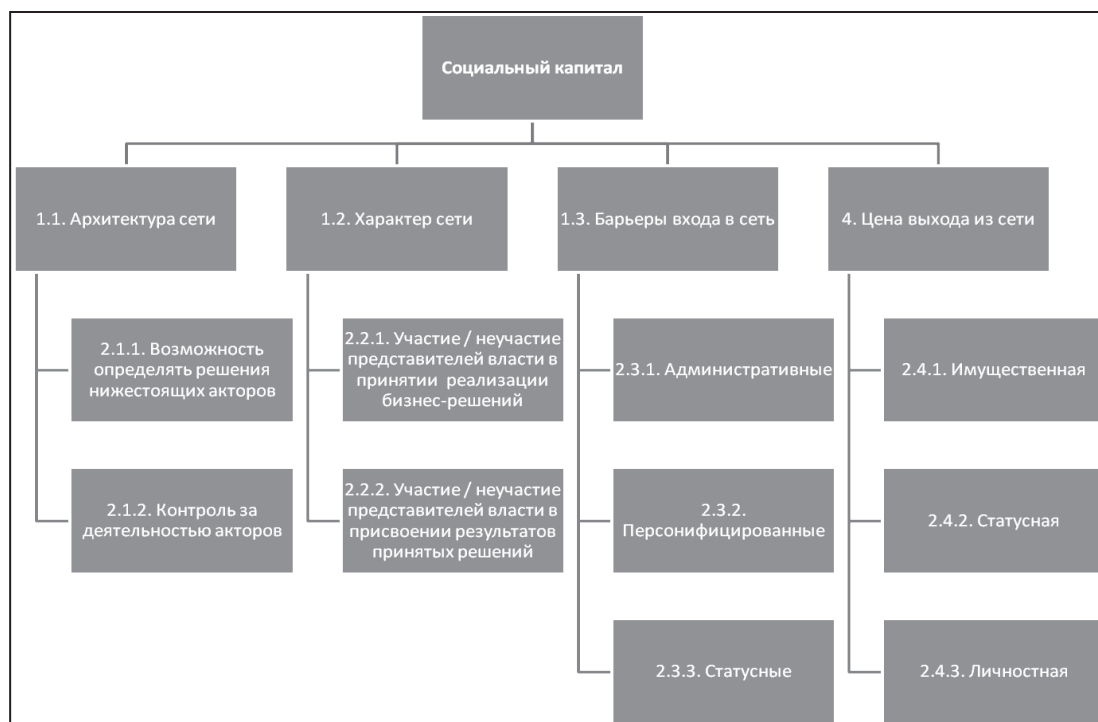


Рис. 1. Иерархическая многоуровневая модель социального капитала

На первом уровне выделены составляющие социального капитала, характеризующие конфигурацию сети и тип социального капитала по следующим признакам:

1. Архитектура сети, характеризующая принцип построения взаимосвязей входящих в нее субъектов, организационную структуру их сетевого взаимодействия: преобладание горизонтальных или вертикальных (иерархических связей). В конечном счете, она определяется характером и целевой направленностью этого взаимодействия (на коллективные действия и достижение общего улучшения делового климата, либо на получение преференций в результате активного использования интернализированного политического ресурса).

Горизонтальность сетей предпринимателей характеризуется тем, что в роли их центрального актора выступает коллективный орган представляющий интересы её рядовых участников (например, отраслевой или региональный союз предпринимателей). При этом на «конституционном» уровне этот орган является агентом акторов, формирующих сеть как «широкую группу интересов», а на «постконституционном» уровне – рядовые акторы выступают как агенты, реализующие совместно согласованные цели.

Иерархичность сетей предпринимателей и представителей властных структур характеризуется тем, что в роли их центрального актора выступает региональная власть, использующая данную сеть для привлечения ресурсов предпринимателей к решению региональных проблем и для укрепления собственных позиций на политическом рынке. В свою очередь, предприниматели, включенные в подобное сетевое взаимодействие, получают контроль над отдельными ресурсами и рынками за счет облегчения доступа к ресурсам различного рода (финансовым, информационным, административным, политическим и т.п.).

2. Характер сети, определяемый входящими в нее субъектами и целевой направленностью их деятельности: однородная сеть предпринимателей, либо смешанная сеть, включающая представителей власти. *Однородность / смешанность сети* являются основополагающими характеристиками, определяющими конфигурацию сети и тип социального капитала.

Однородность закрепляет исключительный характер прав частной собственности, невмешательство представителей власти в непосредственную хозяйственную деятельность предпринимателей. Социальный капитал такой сети – это социальный капитал первого типа.

Смешанность означает, что в сеть включены представители власти (не только первые руководители, но и чиновники самого разного уровня), которые осуществляют захват контроля над деятельностью предпринимателей. Социальный капитал такой сети – это социальный капитал второго типа.

3. Барьеры входа в сеть выполняют роль своеобразного фильтра, обеспечивающего исключение из доступа к политическому (властному) ресурсу тех акторов, которые не следуют принятым нормам сетевого взаимодействия. Принцип распознавания «свой – чужой» оказывается различным для разного типа сетей.

Социальный капитал первого типа присущ *открытым сетям* и ему соответствует относительно низкий уровень барьеров на входе, суть которых заключается в отделении тех предпринимателей, которые не готовы разделить нормы делового сообщества и не готовы участвовать в коллективном действии по защите его интересов.

Социальный капитал второго типа присущ *закрытым сетям*, входные барьеры в которые выше. Причем они выполняют особую функцию - регулируют доступ к клубному благу, которое накапливается в рамках сетей. Эти барьеры приобретают личностный характер и значительно чаще обусловлены предшествующим опытом совместной деятельности участников сети (совместной учебы, службы в правоохранительных органах и в армии, государственной службы и т.п.).

4. Цена выхода из сети – это цена издержек предпринимателя от выпадения из сетевого взаимодействия, которая играет важнейшую роль в контроле его действий с точки зрения их соответствия принятым нормам.

В случае *открытых сетей* общий уровень потерь относительно низок, при этом они преимущественно дополняют барьеры на входе.

Для *закрытых смешанных сетей власти и бизнеса* барьеры выхода имеют основополагающий характер. Они занимают центральное место в системе «избирательных стимулов», обеспечивающих производство и накопление такого клубного блага как социальный капитал второго типа.

Каждая из четырех составляющих социального капитала имеет разное значение для сетей различной конфигурации (социального капитала разного типа). При этом мы исходим из того, что в реальной практике степень выраженности той или иной составляющей является различной. В связи с этим в процессе оценки типа социального капитала мы формируем шкалу, на противоположных полюсах которой находятся качественные характеристики составляющих социального капитала, например, горизонтальности / иерархичности, однородности / смешанности, открытости / закрытости и т. п.

На втором уровне каждый из четырех признаков конфигурации сети был декомпозирован по отдельным характеристикам. Причем данные характеристики также располагаются на единой шкале, по которой можно оценивать степень их выраженности для того или иного сетевого взаимодействия предпринимателей.

1. Архитектура сети. Для оценки внутренней структуры сетей предпринимателей мы выделяем две дополнительные характеристики:

1.1. Возможность определять решения нижестоящего актора: невозможность / возможность блокировать решения других акторов.

1.2. Контроль за деятельностью акторов: взаимоконтроль центрального актора и остальных участников сетевого взаимодействия / контроль со стороны центрального актора за всеми членами закрытого клуба.

Основной признак архитектуры сети характеризует общее строение той или иной социальной сети, первый дополнительный (1.1.) – принцип взаимосвязи между её уровнями, а второй дополнительный (1.2.) определяет механизм, обеспечивающий целостность сети.

2. Характер сети. Для оценки характера и целевой направленности деятельности участников сетей предпринимателей мы также выделяем две дополнительные характеристики:

2.1. Участие / неучастие представителей власти в принятии и реализации бизнес-решений.

2.2. Участие / неучастие представителей власти в присвоении результатов принятых решений.

Эти характеристики отражают сложившуюся в регионе структуру прав собственности. В рамках новой институциональной экономической теории (модель Гроссмана-Харта) признаком собственника актива является владение «связкой» из двух правомочий – на конечный контроль (права на принятие любых решений об использовании актива за вычетом тех, которые в явном виде не заданы законом и не переданы в соответствие с контрактами другим лицам) и на остаточный доход (доход, остающийся после расчетов со всеми остальными сторонами) (Grossman, 1986). Право на остаточный доход выступает основным стимулом для собственника, в то время как право на конечный контроль обеспечивает условия для максимизации остаточного дохода.

Неучастии представителей власти в принятии предпринимательских решений и в присвоении их результатов, за исключением установленных законом рамочных ограничений и налоговых платежей, закрепляет исключительный характер права частной собственности. Обратная ситуация означает «размывание» частной собственности. В рамках закрытых сетей власти и бизнеса формально частная собственность приобретает «смешанный» характер, когда властные структуры выступают на уровне реальных прав собственности как совладельцы прав на остаточный доход и конечный контроль.

3. Барьеры входа в сеть:

3.1. Административные.

3.2. Персонифицированные.

3.3. Статусные.

В *открытых предпринимательских сетях* на первом месте по значимости находятся «статусные» барьеры, которые предполагают признание деловой репутации со стороны профессионального сообщества, на втором – административные, которые имеют общий для всех (неизбирательный) характер. Персонифицированные же барьеры не имеют существенного значения.

В *смешанных сетях* предпринимателей и власти, характеризующихся ярко выраженной персонифицированностью отношений, ведущее значение приобретает включение человека в круг «своих людей», т. е. персонифицированные барьеры. На втором месте стоят «статусные» барьеры, которые имеют качественно иное наполнение. Речь в данном случае идет не о публичной, а о приватной, точнее «клубной» деловой репутации. В рамках закрытой смешанной сети как общего клуба выделяются профессиональные клубы, которые и ведут отбор претендентов. Формальные административные барьеры носят преимущественно «инструментальный» характер. Их величина меняется в зависимости от включенности в сетевые связи и места в их иерархии.

4. Цена выхода из сети:

4.1. Имущественная.

4.2. Статусная.

4.3. Личностная.

В случае *открытых сетей* на первом месте находятся статусные потери, связанные с утратой публичной деловой репутации, на втором – личностные, связанные со снижением самоуважения и возможностей саморазвития, и только на третьем – имущественные. Это связано с тем, что у члена сети, утратившего доверия, остаются материальные и финансовые ресурсы для дальнейшей деятельности, а также возможности для восстановления репутации и возвращения в сеть, хотя и на более низкую позицию.

В смешанных сетях предпринимателей и власти первое по значимости место среди издержек выхода также занимает потеря *статуса* в рамках сети. Поскольку исключение из сети делает практически невозможным ведение бизнеса, за этим следуют имущественные потери. Так как в этой среде именно богатство является основой самоуважения, то его утрата ведет к личностным потерям, связанным со снижением самоуважения и возможностей для самореализации как личности. При этом выпадение из сети фактически означает потерю всех материальных и финансовых ресурсов и возможностей возвращения в сеть.

При подходе к комплексной оценке социального капитала предпринимателя мы исходили из того, что каждая составляющая иерархической модели характеризуется двумя величинами: важностью и степенью выраженности. Для оценки важности компонент применялся метод анализа иерархий (МАИ), предложенного Т. Саати (Саати, 1993).

Используя мнения экспертов, нами были построены матрицы парных сравнений для составляющих каждого уровня иерархии. На основании этих матриц рассчитаны весовые коэффициенты каждой компоненты иерархической модели, характеризующие степень их влияния на социальный капитал предпринимателя. Приоритеты (важность) составляющих второго уровня иерархии для двух типов капитала представлены в табл. 1.

Таблица 1

Синтез приоритетов для оценки структуры социального капитала

Составляющие первого уровня иерархии	Составляющие второго уровня иерархии	Приоритет влияния составляющей на СК1	Приоритет влияния составляющей на СК2
Архитектура сети: горизонтальность / иерархичность	Возможность определять решения нижестоящего актора: невозможность / возможность блокировать решения других акторов	0,017	0,017
	Контроль за деятельностью акторов: взаимоконтроль центрального актора и остальных участников сетевого взаимодействия / контроль со стороны центрального актора за всеми членами закрытого клуба	0,035	0,035
Характер сети: однородность / смешанность	Участие / неучастие представителей власти в принятии и реализации бизнес-решений	0,085	0,085
	Участие / неучастие представителей власти в присвоении результатов принятых решений	0,425	0,425
Барьеры входа в сеть	Административные	0,114	0,011
	Персонализированные	0,023	0,062
	Статусные	0,191	0,036
Цена выхода	Имущественная	0,008	0,062
	Статусная	0,064	0,240
	Личностная	0,038	0,027

Проведенный анализ приоритетов (важности) компонент социального капитала позволил выделить:

- три важнейших компоненты **социального капитала первого типа**: неучастие представителей власти в принятии бизнес-решений, за исключением установленных законом рамочных ограничений; неучастие представителей власти в присвоении результатов принятых решений за исключением установленных законом налоговых платежей; статусные барьеры входа в сеть;
- три важнейших компоненты **социального капитала второго типа**: статусные потери при выходе из сети; участие представителей власти в принятии бизнес решения; участие представителей власти в присвоении результатов принятых решений.

Рассчитанные приоритеты далее были использованы для количественной оценки социального капитала предпринимателей.

Оценка социального капитала предпринимателя

Для оценки социального капитала предпринимателей в их взаимодействии с властью был проведен опрос предпринимателей. Основные вопросы были направлены на оценку *степени выраженности* компонент нижнего уровня иерархической модели. Другие вопросы оценивали отдельные стороны взаимодействия предпринимателей и представителей власти. Отдельная группа вопросов выявляла характеристики самих предпринимателей и их бизнеса.

Для получения количественной оценки социального капитала применялся аппарат теории нечетких множеств. Для каждого из опрошенных предпринимателей были получены оценки его социального капитала первого и второго типа, значение которых заключалось в пределах от 0 до 1. Используя эти данные, вся группа предпринимателей с помощью иерархического кластерного анализа была разбита на четыре кластера, характеризующие группы предпринимателей с разными запасами социального капитала. Применение кластерного анализа в виде анализа *k*-средних позволило провести идентификацию выделенных кластеров (см. рис. 2).

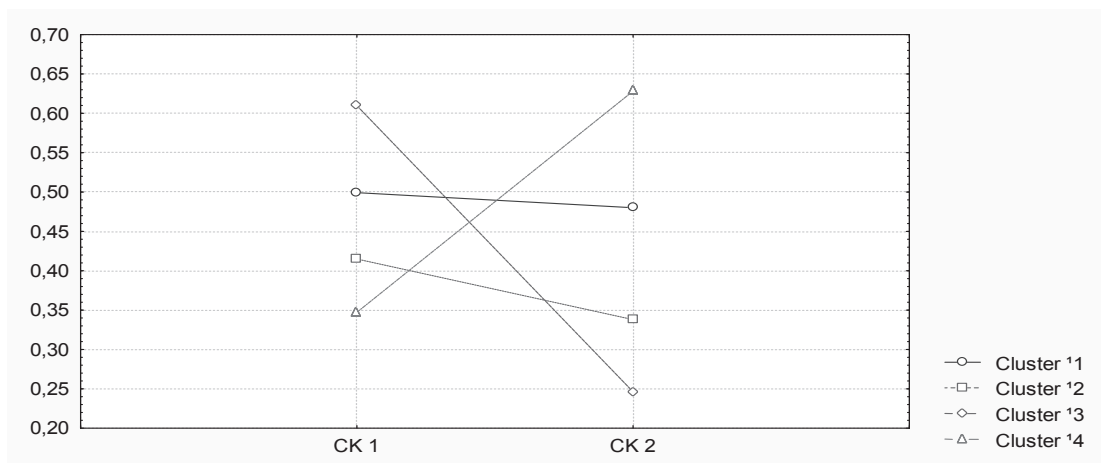


Рис. 2. Средние значения социального капитала первого и второго типов в различных кластерах предпринимателей

1. Предприниматели со средней оценкой социального капитала первого и второго типов (0,5 и 0,48 соответственно). Данная группа оказалась наиболее многочисленной – 38% опрошенных.

2. Предприниматели с запасом социального капитала первого и второго типов ниже среднего (0,41 и 0,34 соответственно).

Для этих двух кластеров предпринимателей характерно преобладание взаимодополняемости социального капитала двух типов. При этом предприниматели первого кластера отличаются большим общим запасом

социального капитала, а социальный капитал первого типа у обоих кластеров оказывается несколько выше социального капитала второго типа. В целом же они составили 2/3 опрошенных предпринимателей.

3. Предприниматели с социальным капиталом первого типа выше среднего (0,61) и социального капитала второго типа ниже среднего (0,25).

4. Предприниматели с социальным капиталом первого типа ниже среднего (0,35) и социальным капиталом второго типа – выше среднего (0,63). Эта группа предпринимателей оказалась самой малочисленной – 15 % опрошенных.

Третьему и четвертому кластерам предпринимателей характерно преобладание взаимозаменяемости двух типов капитала и достаточно существенный разрыв в их оценках, особенно для третьего кластера (в 2,4 раза).

Следует также заметить, что разрыв в оценках социального капитала второго типа между кластерами оказался несколько выше, чем в оценках социального капитала первого типа (соответственно в 2,48 раза и в 1,79 раза). Это можно объяснить тем, что социальный капитал второго типа является клубным благом и каждый предприниматель выбирает собственные стратегии его накопления. Социальный же капитал первого типа по своей сути является исключаемым общественным благом, поэтому его оценки предпринимателями расходятся в меньшей степени. Они осваивают уже известные способы коллективных действий и взаимодействий в бизнес-сообществе и с представителями власти, что сглаживает различия в его оценках.

Дальнейший анализ показал, что выделенные кластеры предпринимателей различаются между собой по ряду параметров взаимодействия с представителями власти и по готовности инвестировать в социальный капитал. Прежде всего, они различаются по степени автономии (степени влияния разных уровней власти на принимаемые бизнес-решения) и степени интенсивности взаимодействия с различными представителями власти. При этом различия между кластерами в уровне автономии меньше, чем в интенсивности взаимодействия. Это можно объяснить тем, что интенсивность взаимодействия – это чаще всего выбор самих предпринимателей, для него более значимы индивидуальные стратегии (см. табл. 2).

Таблица 2

Средние значения степени автономии и интенсивности взаимодействия в разных кластерах предпринимателей

	Степень автономии	Интенсивность взаимодействия
Кластер 1 (средний СК1 и средний СК2)	0,54	0,33
Кластер 2 (СК1 и СК2 ниже среднего)	0,66	0,21
Кластер 3 (выше среднего СК1 и ниже среднего СК2)	0,68	0,19
Кластер 4 (ниже среднего СК1 и выше среднего СК2)	0,41	0,44

Для второго и третьего кластеров оказались характерны более высокая степень автономии и более низкая степень интенсивности взаимодействия с представителями власти. Соответственно у них – более низкие оценки социального капитала второго типа. Однако по оценкам социального капитала первого типа они различаются более существенно. Как показано выше, предприниматели второго кластера используют стратегию взаимного дополнения, а третьего кластера – замещения социального капитала второго типа. Причем реализация данной стратегии объясняется тем, что предпринимателям третьего кластера характерна самая высокая степень автономии и самая низкая степень интенсивности взаимодействия. Это может быть как следствием специфики бизнеса, так и сознательного выбора по дистанцированию от власти, опоры на собственные силы.

Первому кластеру, характеризующемуся средними оценками социального капитала первого и второго типа, оказались характерны средняя степень автономии и средняя степень интенсивности взаимодействия с властью. В данном случае предприниматели выбирают более активное накопление социального капитала, а выбор в пользу взаимодополняемости социального капитала двух типов оказывается для них более трудным, чем для предпринимателей второго кластера.

Четвертому кластеру характерна самая низкая степень автономии и наиболее высокая интенсивность взаимодействия с властью. Соответственно предприниматели данного кластера делают выбор в пользу активного накопления социального капитала, а значимость социального капитала второго типа для них существенно превышает значимость социального капитала первого типа.

Дополнительный анализ степени влияния разных уровней власти на принимаемые бизнес-решения показал, что наибольшее влияние на предпринимателей всех четырех кластеров оказывают отдельные чиновники (по сравнению с решениями руководителей регионального и муниципального уровней). Однако для предпринимателей первого и четвертого кластеров это влияние оказывается почти вдвое выше, чем для предпринимателей второго и третьего кластеров.

Таким образом, выделяются две группы предпринимателей, по-разному использующих взаимозаменяемость и взаимодополняемость социального капитала двух типов:

- Предприниматели второго и третьего кластеров находятся в меньшей зависимости от власти и имеют меньшие оценки социального капитала второго типа. Однако в третьем кластере он замещается социальным капиталом первого типа, а во втором кластере они друг друга дополняют.
- Предприниматели первого и четвертого кластеров находятся в большей зависимости от власти и вынуждены искать пути взаимодействия с ней. Предприниматели первого кластера идут по пути взаимного дополнения социального капитала двух типов, а предприниматели четвертого кластера делают ставку на социальный капитал второго типа. Дело в том, что особенностью их взаимодействия с властью является значительно большая зависимость (в 2-3 раза выше, чем для других кластеров) от решений руководителей муниципального уровня. Судя по всему, их бизнесы оказываются в сфере непосредственного влияния региональных и муниципальных властей.

Различия между двумя группами предпринимателей оказываются значимыми и при выборе каналов выхода на власть для решения возникающих у бизнеса проблем. Во-первых, предприниматели второго и третьего кластеров в среднем ниже оценивают эффективность каналов выхода на властные структуры, что объясняется их меньшей включенностью в данные взаимодействия по сравнению с предпринимателями первого и четвертого кластеров. Во-вторых, между ними существуют некоторые различия в структуре данных каналов. Предприниматели второго и третьего кластеров отдают предпочтение использованию личных связей с представителями власти, официальным обращениям к власти и обращениям к влиятельным бизнесменам, имеющим выход на нужный уровень власти. Предпринимателями первого и четвертого кластеров в большей степени опираются на использование личных связей с представителями власти, обращения к влиятельным бизнесменам, имеющим выход на нужный уровень власти, и обращения в союзы предпринимателей. Интересно, что для этой группы предпринимателей эффективность обращения в различные предпринимательские организации (СРО, союзы предпринимателей и отраслевые организации) оценивается выше, чем предпринимателями второго и третьего (имеющего наибольшие оценки социального капитала первого типа) кластеров. С одной стороны, это подтверждает, что предприниматели третьего кластера, наиболее автономные в своей деятельности от власти, склонны к опоре на собственные силы, а

их мотивация к коллективным действиям в интересах всего бизнес-сообщества оказывается невысокой. С другой стороны, данный результат подтверждает ранее сделанные нами выводы о том, что предпринимательские организации либо изначально не имеют, либо быстро утрачивают свой «общественный» характер. Фактически они защищают не общие интересы бизнеса, а интересы отдельных предпринимателей. Более того, существующие предпринимательские организации сами встраиваются в смешанную сеть (Курбатова, 2010. С. 50).

Различия между двумя группами предпринимателей также проявляются в готовности инвестировать в развитие своих социальных связей. Готовность к инвестированию у предпринимателей первого и четвертого кластеров в среднем выше, чем у предпринимателей второго и третьего кластеров. Предприниматели всех кластеров готовы в первую очередь вкладывать в укрепление связей с представителями власти, во вторую очередь – в «деловую дружбу» и лишь в третью очередь – в связи с различными предпринимательскими организациями. Однако, несмотря на то, что предприниматели первого и четвертого кластеров поставили инвестиции в связи с предпринимательскими организациями на последнее место, их готовность к подобным инвестициям оценивается в 1,5-2 раза выше, чем предпринимателями второго и третьего кластеров.

Таким образом, ни предприниматели третьего кластера, с наибольшей оценкой социального капитала первого типа, ни тем более предприниматели второго кластера не имеют существенного социального капитала второго типа, скорее, в силу отсутствия острой необходимости в нем, чем в результате сознательного выбора в пользу социального капитала первого типа. Их готовность укреплять взаимоотношения с властью оказывается в 2-3 раза выше, чем вкладывать деньги и время во взаимодействия с предпринимательскими организациями. Наиболее же интересными с точки зрения структуры социального капитала и перспектив развития нового типа отношений власти и бизнеса являются предприниматели первого кластера, использующие стратегию взаимодополнения социального капитала двух типов.

Альтернативной стратегией вхождения в смешанную социальную сеть для предпринимателей могло бы стать создание ассоциаций, которые повышают переговорные позиции с властью при формировании правил игры. Реализация подобной стратегии потенциально способна привести к формированию социального капитала первого типа. Однако в конкуренции сетей предпринимательские сети обычно проигрывают смешанным сетям, включающим представителей власти и бизнеса. Это связано, во-первых, с большими затратами на формирование таких сетей. Во-вторых, с большими выгодами от функционирования смешанных сетей, контролирующим большой объем ресурсов, доступ к которым важен для предпринимателей.

В современной российской экономике бизнес *недоинвестирует* в создание собственных сетей социальных взаимодействий. В результате он пока не выступает в виде «широкой группы интересов», способной через коллективное действие обеспечить доступ к политическому ресурсу как к общественному благу, формирующему благоприятный деловой климат. Соответственно, серьезная альтернатива социальным сетям смешанного типа в настоящее время отсутствует. Ведение более или менее крупного бизнеса в регионе предполагает встроенность в социальную сеть с участием представителей власти, активное участие в социальных обменах и инвестирование в интернализированный политический ресурс в форме укрепления разветвленной сети персональных взаимосвязей с представителями власти.

* * *

Сложившиеся формы взаимосвязей власти и бизнеса во многом обеспечили выживание территорий в сложных условиях рыночной трансформации, но в то же время они создали ряд серьезных проблем на пути назревшей модернизации

отечественной экономики. Важнейшей среди них является неэффективность коллективных действий предпринимателей по созданию универсальных правил игры. Формально самостоятельные предпринимательские организации на деле превращаются в инструмент согласования интересов власти со «своим» бизнесом.

Принципиально значимо то, что структура социального капитала предпринимателей, накопленного в их взаимодействии с региональной властью, слабо учитывается в практиках институционального проектирования, что ведет к его «провалам». Для предотвращения этих провалов при разработке предложений по совершенствованию институтов взаимодействия власти и бизнеса необходимо:

Признать сетевые взаимосвязи власти и бизнеса, сложившиеся на региональном уровне, неотъемлемой компонентой институциональной среды отечественной экономики и использовать их для выработки программ регионального и местного развития.

Изменить подход к реформированию формальных институтов в этой сфере. Необходимо перейти от попыток насаждения универсальных правил игры либерального типа к формированию институциональных рамок действий сетевых структур, ограничивающих их распределительную активность и стимулирующих инновационную активность. Такой подход во многом аналогичен модели «корпоративного капитализма», сложившейся в Японии и других странах Юго-Восточной Азии (Аоки, 1995; Дор, 2008).

При разработке и реализации институциональных проектов необходимо ориентироваться на предпринимателей, использующих стратегию накопления социального капитала и взаимодополнения его двух типов, поскольку именно они способны в условиях современной России стать акторами институциональных изменений, направленных на формирование эффективной национальной системы взаимодействия власти и бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аоки М. (1995). Фирма в японской экономике. СПб.: Лениздат.
- Аузан А. А. Национальная формула модернизации. (<http://www.polit.ru/lectures/2009/10/16/auzan.html>).
- Барсукова С. Ю. (2008). Коррупция: научные дебаты и российская реальность // *Общественные науки и современность*, № 5, с. 36-47.
- Дискин И. Е. (1998). Хозяйственная система России: проблемы институционального генезиса // *Общественные науки и современность*, № 4, с. 5-18.
- Дор Р. (2008). Различия японской и англосаксонской моделей капитализма // *Экономическая социология*, № 1, с. 65-75. (<http://ecsoc.hse.ru/issues/2008-9-1/index.html>).
- Коулман Дж. (2001). Капитал социальный и человеческий. *Общественные науки и современность*, № 3, с. 121-139.
- Курбатова М. В. и Апарина Н. Ф. (2008). Социальный капитал предпринимателя: формы его проявления и особенности в современной российской экономике // *Экономический вестник Ростовского государственного университета*, № 4, с. 45-61.
- Курбатова М. В. и Левин С. Н. (2005). Деформализация правил взаимодействия власти и бизнеса на региональном и муниципальном уровнях // *Вопросы экономики*, № 10, с. 119-131.
- Курбатова М. В., Левин С. Н. и Апарина Н. Ф. (2005). Взаимодействия власти и бизнеса на муниципальном уровне: практики, сложившиеся в Кемеровской области // *Экономическая социология*, № 2, с. 50-68. (<http://ecsoc.hse.ru/issues/2005-6-2/index.html>).
- Курбатова М. В., Левин С. Н. и Каган Е. С. (2010). Структура социального капитала как фактор институционального развития региона // *Общественные науки и современность*, № 6, с. 37-51.
- Патнэм Р. (1995). Процветающая комьюнити, социальный капитал и

общественная жизнь // *МЭ и МО*, № 4, с. 77-86.

Полищук Л. и Меняшев Р. (2011). Экономическое значение социального капитала // *Вопросы экономики*, № 12, с. 46-65.

Попов В. (2009). Стечение обстоятельств или историческая закономерность? // *Вопросы экономики*, № 7, с. 75-84.

Саати Т. (1993). Принятие решений. Метод анализа иерархий. М.: Радио и связь.

Сасаки М., Давыденко В. А., Латов Ю. В., Ромашкин Г. С. и Латова Н. В. (2009). Проблемы и парадоксы анализа институционального доверия как элемента социального капитала современной России // *Журнал институциональных исследований*, № 1, с. 20-35.

Сасаки М., Латов Ю., Ромашкин Г. и Давыденко В. (2010). Доверие в современной России // *Вопросы экономики*, № 2, с. 83-102.

Татарко А. Н. и Лебедева Н. М. (2009). Социальный капитал: теория и психологические исследования. М.: РУДН.

Фукуяма Ф. (2004). Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.: ООО «Изд-во АСТ», ЗАО НПП «Ермак».

Glaeser E. (2001). The formation of social capital // *Canadian Journal of Policy Research*, vol. 2, no. 1, pp. 34-40.

Glaeser E. L., Laibson D. and Sacerdote B. (2002). An economic approach to social capital // *Economic Journal*, vol. 112, no. 483, pp. 437-458.

Grossman S. J. and Hart O. D. (1986). The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration // *Journal of Political Economy*, vol. 94, no. 4, pp. 691-719. (<http://www.jstor.org/stable/1833199>).

Putnam R., Leonardi R. and Nonetti R. (1993). Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. Princeton: Princeton University Press.

Woolcock M. (1998). Social capital and economic development: toward a theoretical synthesis and policy framework // *Theory and Society*, vol. 27, no. 2, pp. 151-208.

REFERENCES

Aoki M. (1995). Firm in the Japanese economy. St. Petersburg: Lenizdat. (in Russian).

Auzan A. A. National modernization formula. (<http://www.polit.ru/lectures/2009/10/16/auzan.html>). (in Russian).

Barsukova S. Yu. (2008). Corruption: scientific debate and Russian reality. *Social Sciences and Modernity*, no. 5, pp. 36-47. (in Russian).

Diskin I. E. (1998). Economic system of Russia: Problems of institutional genesis. *Social Sciences and Modernity*, no. 4, pp. 5-18. (in Russian).

Dore R. (2008). Differences Japanese and Anglo-Saxon model of capitalism. *Economic sociology*, no. 1, pp. 65-75. (<http://ecsoc.hse.ru/issues/2008-9-1/index.html>). (in Russian).

Coleman J. (2001). Social and human capital. *Social Sciences and Modernity*, no. 3, pp. 121-139. (in Russian).

Kurbatova M. V. and Aparina N. F. (2008). Social capital of entrepreneur: its manifestations and especially in modern Russian economy. *Economic Herald of Rostov State University*, no. 4, pp. 45-61. (in Russian).

Kurbatova M. V. and Levin S. N. (2005). Deformalization of rules of interaction between authorities and business. *VOPROSY ECONOMIKI*, no. 10, pp. 119-131. (in Russian).

Kurbatova M. V., Levine S. N. and Aparina N. F. (2005). Interaction between business and government at the municipal level: the practice in the Kemerovo region. *Economic sociology*, no. 2, pp. 50-68. (<http://ecsoc.hse.ru/issues/2005-6-2/index.html>). (in Russian).

Kurbatova M. V., Levine S. N. and Kagan E. S. (2010). The structure of social

capital as a factor in the institutional development of the region. *Social Sciences and Modernity*, no. 6, pp. 37-51. (in Russian).

Putnam R. (1995). Thriving community, social capital and public life. *IMEMO*, no. 4, pp. 77-86. (in Russian).

Polishchuk L. and *Menyashev R.* (2011). Economic significance of social capital. *VOPROSY ECONOMIKI*, no. 12, pp. 46-65. (in Russian).

Popov V. (2009). Concatenation of circumstances or historical regularity? *VOPROSY ECONOMIKI*, no. 7, pp. 75-84. (in Russian).

Saaty T. (1993). Decision-making. Analytic hierarchy process. M.: Radio and communication. (in Russian).

Sasaki M., Davydenko V. A., Latov Yu., Romachkin G. S. and *Latova N. V.* (2009). Problems and paradoxes of institutional trust as an element of social capital in modern Russia analysis. *Journal of Institutional Studies*, no. 1, pp. 20-35. (in Russian).

Sasaki M., Latov Yu., Romachkin G. and *Davydenko V.* (2010). Trust in modern Russia. *VOPROSY ECONOMIKI*, no. 2, pp. 83-102. (in Russian).

Tatarko A. N. and *Lebedeva N. M.* (2009). Social capital: theory and psychological research. M.: People's Friendship University of Russia. (in Russian).

Fukuyama F. (2004). Trust: The social virtues and the prosperity. M.: Publ. House AST, Ermak. (in Russian).

Glaeser E. (2001). The formation of social capital. *Canadian Journal of Policy Research*, vol. 2, no. 1, pp. 34-40.

Glaeser E. L., Laibson D. and *Sacerdote B.* (2002). An economic approach to social capital. *Economic Journal*, vol. 112, no. 483, pp. 437-458.

Grossman S. J. and *Hart O. D.* (1986). The costs and benefits of ownership: A theory of vertical and lateral integration. *Journal of Political Economy*, vol. 94, no. 4, pp. 691-719. (<http://www.jstor.org/stable/1833199>).

Putnam R., Leonardi R. and *Nonetti R.* (1993). Making democracy work: Civic traditions in modern Italy. Princeton: Princeton University Press.

Woolcock M. (1998). Social capital and economic development: toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, vol. 27, no. 2, pp. 151-208.