

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ: ФОРМЫ ЕГО ПРОЯВЛЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

М.В. КУРБАТОВА,

*д.э.н., профессор, заведующая кафедрой экономической теории КемГУ г. Кемерово
e-mail: kurbatova-07@mail.ru*

Н.Ф. АПАРИНА

*к.э.н., доцент, каф. экономической теории КемГУ г. Кемерово
e-mail: aparinaanf@mail.ru*

В статье рассматриваются подходы к определению понятия социального капитала и социальной ренты. Выделены разные типы социального капитала и социальной ренты. На этой основе проведен анализ проблем накопления социального капитала во взаимодействии власти и бизнеса на региональном уровне.

Ключевые слова: *социальный капитал; рента; институциональная модель; доверие; власть и бизнес.*

Коды классификатора JEL: Z13, L26, A14

Постсоциалистическая трансформация российской экономики ярко проиллюстрировала определяющую роль институциональной среды в функционировании рыночных механизмов. Очевидным стал факт, что частная собственность и конкуренция сами по себе не обеспечивают ни рационального выбора, ни эффективного взаимодействия хозяйствующих субъектов. Они оказываются под влиянием существующих сетей экономических и социальных связей, определяемых институционально-культурными условиями страны (региона). Как отмечает М. Кастельс, «рыночная логика» так глубоко опосредована организациями, культурой и институтами, что экономические агенты, осмелившиеся следовать абстрактной рыночной логике, диктуемой неоклассической экономической ортодоксией, потерпят крах» [9, с.175].

Данная статья посвящена анализу форм проявления социального капитала в процессе взаимодействия предпринимателей и власти в современной российской экономике. Особое внимание обращается на то, что предприниматель, принимая экономические решения, оценивает качество институциональной среды, в которой он действует, и этот выбор в значительной степени определяется ее особенностями. Кроме того, отдельные элементы этой среды (прежде всего, сложившиеся устойчивые взаимодействия) становятся ресурсами его экономических действий, а ряд из них он создает сам, выстраивая свои социальные отношения в рамках определенной социальной организации. Эмпирической базой исследования являются данные структурированных интервью с предпринимателями и с представителями органов местного самоуправления Кемеровской области¹.

Что такое социальный капитал

В реальной практике хозяйствующий субъект функционирует в определенной сети экономических и социальных связей, скрепленной каналами поступления ин-

¹ Использованы данные 24 интервью с предпринимателями, представителями исполнительной и законодательной властей Кемеровской области.

формации, 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. Это снижает степень неопределенности, сокращает издержки координации, облегчает ее в рамках данной сети, способствует появлению норм взаимной поддержки. Обобщение данных явлений координации экономической деятельности получило в понятии «социальный капитал» (Г. Лури и Д. Колеман), введенного в оборот для характеристики влияния социокультурных факторов на экономическое взаимодействие [8, с. 11].

Понятие социального капитала в настоящее время довольно широко используется как в экономической, так и в социологической и психологической науках.

Ф. Фукуяма определяет социальный капитал как «набор неформальных ценностей или норм, которые разделяются членами группы и которые делают возможным сотрудничество внутри этой группы» [20, с. 30]. А также как «определенный потенциал общества или его части, возникающий как результат доверия между его членами» [21, с. 52]. Подобная трактовка привлекает внимание к социокультурным факторам (социальным нормам, социальной мобильности и мотивации экономических агентов), выступающим благоприятными элементами внешней среды, способствующим формированию доверия, облегчающим координацию экономической деятельности и повышающим эффективность функционирования рыночного механизма [1, с.146; 14, с. 10].

Как элемент общественной организации (социальные сети, социальные нормы и доверие) социальный капитал рассматривается и в работах Р. Патнэма. При этом обращается внимание на то, что он увеличивает отдачу от инвестирования в физический и человеческий капитал и вследствие этого ведет к более эффективному экономическому росту и социально-экономическому развитию. «Социальный капитал, – пишет Р. Патнэм, – воплощенный в нормах и сетях гражданского участия, является, по всей вероятности, предварительным условием экономического процветания, так же как и эффективное самоуправление» [17, с. 80].

П. Бурдье характеризует социальный капитал как «совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания – иными словами, с членством в группе. Последняя дает своим членам опору в виде коллективного капитала, «репутации», позволяющей им получать кредиты во всех смыслах этого слова» [3, с. 582]. В объективированном состоянии он формирует сети социальных связей, в институциональном состоянии он предстает как определенные социальные круги, список контактов, в инкорпорированном – как соблюдение обязательств без санкций, как доверие [9, с. 22]. В данной трактовке социальный капитал разделяет хозяйствующих субъектов на входящих и не входящих в сложившиеся социальные сети, ведет к тому, что одна группа, обладая данным капиталом, находится в преимущественном положении по отношению к тем, кто в нее не входит.

По Дж. Коулману, социальный капитал – это любое проявление неформальной социальной организации, которое выступает как продуктивный ресурс для одного или более акторов. При этом он выделяет следующие формы проявления социального капитала: социальный капитал как концентрация невыполненных обязательств, социальный капитал как информационные каналы, социальный капитал как эффективные нормы, подкрепленные санкциями [10, с. 127–129]. Рассматривая социальный капитал как ресурс, используемый хозяйствующим субъектом в его деятельности, Дж. Коулман делает акцент на его общественной (а не просто групповой) природе.

В исследованиях Мирового банка используется следующая трактовка социального капитала: «социальный капитал означает сети контактов и взаимоотношения между людьми, способствующие доверию и формирующие качество и количество социальных взаимодействий в обществе» [12, с. 16].

В отечественной литературе концепция социального капитала была удачно использована И. Е. Дискиным для анализа процесса постсоциалистической трансформации экономики. Он предложил трактовать социальный капитал с точки зрения «вклада социальной организации в производство» [8, с. 11], что ближе к его трактовке как элемента внешней среды. Подобный подход позволяет рассмотреть в качестве условий производства «запас» механизмов балансирования производственных, экономических и социальных интересов экономических агентов. Он облегчает коммуникации и координацию деятельности и в определенных границах приобретает свойство замещения других факторов производства, а его оценка не сводится только к снижению транзакционных издержек и может быть определена через стоимость замещаемых им факторов производства [8, с. 11, 13]. Во-первых, он обеспечивает единство смыслов деятельности и интерпретации информации. Во-вторых, он становится источником дохода, соизмеримого с доходом от использования других видов капитала, который возникает в результате снижения издержек приспособления к меняющимся условиям, повышения конкурентоспособности и устойчивости хозяйствующего субъекта в сетевом взаимодействии.

Несмотря на различие трактовок, практически все авторы признают, что основная роль социального капитала состоит в том, что он способствует укреплению доверия между участниками контрактов на основе социальной идентичности и возможности предвидения действий участников взаимоотношений на основе разделяемых ими норм. Он позволяет хозяйствующим субъектам лучше интерпретировать действия друг друга, снижает неопределенность и риск оппортунистического поведения. Как отмечает Дж. Коулман, социальный капитал облегчает определенные действия акторов, он продуктивен, так как способствует достижению определенных целей, добиться которых при его отсутствии невозможно [10, с.123].

В экономической теории социальный капитал используется преимущественно в трактовке Дж. Коулмана. Это связано с тем, что в данной трактовке социальный капитал предстает как инструмент, который позволяет использовать экономические принципы рационального поведения в анализе социальных систем. По Дж. Коулману социальный капитал – это не просто элемент внешней среды, независимый от действий хозяйствующего субъекта, это – его особый ресурс, в который он готов инвестировать. Дж. Коулман пишет: «акторы сознательно устанавливают отношения и поддерживают их до тех пор, пока они выгодны» [10, с.129]. С экономической точки зрения важно, что социальный капитал как особый ресурс дополняет и способен замещать другие экономические ресурсы и таким образом ведет к снижению как производственных, так и транзакционных издержек.

Как считал А. Нестеренко, проникновение понятия социального капитала в экономическую науку свидетельствует о повышении степени абстракции ее основных понятий [14, с.10]. Что же обобщающего можно найти в понятиях капитала, как фактора производства, финансового капитала, как актива денежных средств, человеческого капитала, как накопленных знаний и опыта работника, и социального капитала, как сети социальных контактов экономического агента? Общим является накопление запаса определенных условий экономической деятельности, оказывающих решающее воздействие на ее эффективность.

Капитал как фактор производства представляет собой накопленный запас ранее произведенных благ, которые участвуют в текущем производстве товаров и услуг. Результат его использования – поток товаров. Он определяет издержки производства и его прибыльность.

Финансовый капитал является более сложным понятием, отражающим экономический выбор человеком направлений экономической деятельности. Он представляет собой запас денежных средств, вкладываемых в одно из этих направлений в интересах получения потока дохода в виде процентных платежей. Финансовый капитал, как условие экономической деятельности, представляет собой возможность концен-

трации экономических ресурсов (природных, труда, капитальных фондов) для производства. Обладая по сравнению с ними очень высокой мобильностью, он выявляет перспективные направления их использования, отличающиеся наилучшим соотношением издержек и прибыли, определяя, таким образом, эффективность размещения ресурсов в обществе.

Человеческий капитал переводит труд человека из категорий потока предметной деятельности и потока издержек в сферу принятия работником решений о направлении своей трудовой деятельности и принятия фирмой решений об условиях привлечения работника и его удержания на фирме. Человеческий капитал, с одной стороны, представляет собой актив работника, имеющего стоимостную оценку в виде потока его будущих доходов. С другой стороны, работник как носитель производственно-технической, организационно-экономической и социальной информации о принципах функционирования фирмы, становится ее активом, оцениваемым по потоку денежных доходов, связанных с производительностью и конкурентоспособностью. То есть человеческий капитал также является условием оптимизации соотношения издержек и прибыли с точки зрения размещения ресурсов общества.

Социальный капитал, как запас социальных контактов экономического агента, в отличие от других видов капитала, определяет издержки координации экономической деятельности (транзакционные издержки) и лишь опосредованно, через диктуемый ими выбор принципов организации деятельности, ее направлений и контрагентов, воздействует на издержки производства. То есть социальный капитал является понятием, относящимся к уровню координации экономической деятельности, и позволяет выделить ее социальный и институционально-культурный контекст. Отсутствие непосредственного воздействия на экономические параметры и непосредственного персонифицированного дохода, как выгод его использования, существенно затрудняет рассмотрение социального капитала в рамках подхода *mainstream* и выводит его в пограничную сферу исследования, смежную с экономическими науками (психологию, социологию, экономическую социологию).

Формы проявления социального капитала и его типы

Как было показано выше, социальный капитал проявляет себя по-разному². С одной стороны, он предстает как определенные *характеристики институциональной среды, нормы и ценности*, позволяющие хозяйственным субъектам лучше интерпретировать действия друг друга, снижать неопределенность, риски оппортунистического поведения и транзакционные издержки. Для предпринимателя такими характеристиками институциональной среды являются нормы деперсонифицированного доверия, механизм формирования репутаций, нормы соблюдения контрактных обязательств, механизмы коллективного действия и т.п.

С другой стороны, социальный капитал предстает как запас ресурсов определенного хозяйствующего субъекта, представленный в виде его устойчивых социальных связей. Для отдельного предпринимателя он представляет собой запас устойчивых социальных контактов с контрагентами, конкурентами, с представителями власти и т.п. В этом своем проявлении социальный капитал тесно связан с понятием социальной сети. При этом сеть в современной экономической и социологической литературе определяется как «конкретные межличностные отношения и их структуры», как «взаимные узы, которыми индивиды связаны друг с другом», как «набор акторов и социальных отношений между ними» [7, с. 139; 18, с. 226; 11, с. 138].

² Различия в проявлениях социального капитала у П. Бурдьё отражено в характеристиках его инкорпорированного, объективированного и институционального состояния. У Дж. Коулмана формы проявления социального капитала выделяются по признаку определенных характеристик ресурса субъекта: как запас невыполненных обязательств, как наработанные им каналы получения информации, как сформированные нормы и эффективные санкции.

Обобщая весьма широкий круг явления социального взаимодействия хозяйствующего субъекта и институционально-культурной среды, социальный капитал оказывается многолик, что требует от исследователей более внимательного подхода к его инструментальному использованию. При этом следует делать различие не только между проявлениями социального капитала как элемента внешней среды и как запаса социальных контактов отдельного хозяйствующего субъекта, но и по линии характера данных элементов и социальных контактов. На наш взгляд, можно выделять социальный капитал двух типов.

Во-первых, социальный капитал выступает в форме норм, правил поведения, общих для всех хозяйствующих субъектов; как деперсонифицированное доверие; как объединение хозяйствующих, организующее их коллективное действие в интересах достижения общих для них целей. В этой форме социальный капитал представляет собой действующие социальные нормы и запас социальных контактов агента, позволяющих ему принимать рациональные экономические решения, снижающие риски недобросовестной конкуренции. Он облегчает спецификацию прав собственности и заключение контрактов. В данной форме социальный капитал достается экономическому агенту как члену данного общества. Он является результатом предшествующего социально-экономического развития страны и усилий различного рода сообществ по формированию в обществе «правил игры», благоприятствующих экономическому и социальному развитию. От отдельного хозяйствующего субъекта при этом не требуется никаких специальных усилий по обеспечению доступа к социальному капиталу данного типа. Он лишь усваивает установившиеся нормы, вступает в структуры самоорганизации данного сообщества. Эти нормы социального поведения могут носить более или менее локальный характер. По Ф. Фукуяме, приобретение подобного социального капитала «требует адаптации к моральным нормам определенного сообщества и усвоения в его рамках таких добродетелей, как преданность, честность и надежность» [21, с. 53–54]. Участие же в дальнейшем накоплении социального капитала данного типа требует от него дополнительных, но вполне доступных затрат времени и ресурсов, необходимых для развития и укрепления уже существующих норм.

Примером подобного социального капитала являются нормы поведения предпринимателей определенных регионов, вырабатываемые в процессе их объединения для представления и защиты общих интересов, для развития отдельных рынков. При этом следует заметить, что реальное бизнес-сообщество на конкретных территориях формируется в результате объединения порой конкурирующих на рынке фирм в бизнес-альянсы, ассоциации предпринимателей и т.д.

Так, в экспертных интервью с предпринимателями выявляются разнообразные выгоды от использования социального капитала данного типа. «Создана Кузбасская Ассоциация Страховых Организаций, чтобы нам, страховым компаниям Кузбасса или региональным компаниям, не противодействовали, чтобы вместе решать вопросы на уровне с администрацией, чтобы было объединение страховых организаций Кузбасса. То есть здесь по многим вопросам мы выступаем в качестве партнеров». [Из интервью с руководителем страховой компании, Кемеровская область].

«У нас ассоциации уже 10 лет. Мы объединились в «Союз риэлтеров». Все это для того, чтобы влиять на рынок, чтобы на нем были какие-то правила, потому что когда каждый на себя работает, бедные граждане страдают. А у нас единые правила игры и работы с клиентами, т.е. начиная от процентов, которые мы берем, форм заключения договоров, методов работы с клиентами, то есть мы сертифицированы, у нас сертификат всероссийский. Мы открыты, мы принимаем всех. Есть какие-то правила для приема в ассоциацию – это, в первую очередь, чтобы обезопасить клиентов, сделать рынок цивилизованным...». [Из интервью с руководителем риэлтерской фирмы, г. Кемерово].

Во-вторых, социальный капитал выступает в форме локальных групповых норм и правил; как персонифицированное доверие; в форме личных связей хозяйствующего

субъекта. Социальный капитал данного рода представляет собой запас социальных контактов, позволяющий за счет локального взаимодействия обеспечивать устойчивость экономических агентов, повышать их конкурентоспособность за счет исключительного доступа 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 социальной группе. Он облегчает реализацию частных интересов в режиме преференций, частного обмена услугами. Социальный капитал в этой форме требует от хозяйствующего субъекта специальных усилий по формированию сети индивидуальных связей или вхождению в какую-либо относительно замкнутую группу.

Экспертные интервью с предпринимателями и сотрудниками органов местного самоуправления дают обширный материал для выделения данной формы социального капитала.

«По роду моей деятельности у меня образовался круг лиц, которым я по своей инициативе помогал для того, чтобы у них что-то получилось, потому что у нас родственные были виды.... Я им чем-то помогаю, соответственно, и они мне чем-то. Это создает неформальные какие-то отношения. Когда надо – просто пришел, поговорил». [Из интервью с руководителем производственной фирмы, г. Кемерово].

«Это надо понять. Есть группа серьезных предпринимателей, я думаю, что точно об этом говорить не могу – не участвовал в этом. Просто делается предложение. Принимая во внимание, что каждый из этих предпринимателей в тех или иных отношениях находится в каких-то связях с органами местного самоуправления – начиная с аренды и заканчивая рекламным пространством. Понимаете, здесь в любом случае есть какая-никакая взаимная выгода. Естественно, ни на какие нарушения закона мы не идем в оказании взаимной поддержки, но какие-то вопросы – не то, что проще решаются. В принципе, это взаимопомощь, взаимовыручка. Это решение вопроса». [Из интервью с руководителем отдела местной администрации, Кемеровская обл.].

Таблица 1

Сравнительная характеристика типов социального капитала

<i>Признаки</i>	<i>Социальный капитал I</i>	<i>Социальный капитал II</i>
Нормы взаимодействия	Общие	Локальные
Исполнение норм	Эффективный механизм принуждения к исполнению норм общего действия	Эффективный механизм принуждения к исполнению норм локального действия
Доступ к ресурсам, в том числе к информации	Свобода доступа	Избирательный доступ (режим преференций)
Доверие	Деперсонифицированное	Персонифицированное
Объединение экономических агентов	Коллективное взаимодействие экономических агентов, преследующих частные интересы для достижения совместных целей	Групповое межличностное взаимодействие хозяйствующих субъектов, отстаивающих частные и групповые интересы

Особое значение социальный капитал второго типа имеет в странах и регионах, где экономические агенты не способны на равных конкурировать в современной экономике, в которых существует острый дефицит норм и ценностей деперсонифицированного рыночного взаимодействия. Как отмечается в исследованиях Всемирного банка, в развивающихся странах социальный капитал оказывается своеобразным страховочным механизмом для экономических агентов, лишенных доступа к рыночным альтернативам. Обеспечить же этот доступ наряду с целым рядом рыночных институтов (спецификации прав собственности, контрактов и т.п.) призван социальный капитал второго типа.

Оба типа социального капитала сосуществуют как в развитых, так и в развивающихся странах. Они взаимно дополняют друг друга и обладают свойством взаимозаменяемости. При этом в странах, прошедших длительный путь рыночного развития,

социальный капитал второго типа является дополняющим. Он повышает гибкость экономической системы, корректирует результаты ее функционирования за счет развития сетей неформальных межличностных связей. В менее развитых странах он прежде всего замещает социальный капитал первого типа, еще не получивший должного уровня развития. В данном случае сеть межличностных неформальных связей имеет более важное значение: она в принципе делает возможным нормальное функционирование экономики в условиях дефицита формальных и неформальных норм деперсонифицированного рыночного взаимодействия. По выражению одного из предпринимателей, давших нам интервью, «там, где неформально – там все нормально».

Повышая эффективность функционирования рыночного механизма и обеспечивая выживание отставшим, социальный капитал обоих типов способствует сокращению вмешательства государства в функционирование экономики как деперсонифицированного агента, делает излишним детализацию «правил игры» (формальных институтов), снижает издержки контроля за их выполнением экономическими агентами. Как отмечает Ф. Фукуяма, низкое доверие между экономическими агентами сопровождается высокими издержками согласования деятельности, что требует установления «сильного принудительного государства, способного навести порядок» [21, с.581].

В переходных экономиках более явно по причинам, связанным с распадом прежних экономических и социальных связей, разрушением привычных потоков экономической информации и отсутствием новой социальной системы обобщения и передачи экономической информации проявляет себя социальный капитал второго типа. Распад прежней коммуникативной системы резко повышает экономическую ценность локальных сетей, обеспечивая единство интерпретации информации и выработки образцов поведения в новых условиях. Социальные сети, формирующие социальный капитал второго типа, могут оказаться контрпродуктивными по отношению к коллективным интересам общества [12, с.16]. При этом оказывается, что нередко (а даже – чаще всего) в сети социальных связей предпринимателей непосредственно вовлекаются государственные структуры и отдельные государственные чиновники, что существенно снижает и качество государственного управления, и подрывает возможности для дальнейшего укрепления социального капитала первого типа.

Социальный капитал как общественное, как клубное и как частное благо

Рассмотрим более подробно вопрос о природе социального капитала с точки зрения его общественной значимости и доступности для различных экономических субъектов. Проведенное выше разделение социального капитала по формам проявления и типам позволяет поставить вопрос о том, что социальный капитал может выступать не только как общественное благо, но и как клубное и как частное благо.

Социальный капитал как общественное благо. По Дж. Коулману значительная часть форм социального капитала обладает качеством общественных благ, т.е. неизбирательностью (несоперничеством) и неисключаемостью в потреблении. Он пишет: «виды социальных структур, способствующие развитию и совершенствованию социальных норм и санкций, не приносят выгоды, прежде всего человеку или группам людей, чьи усилия были необходимы при их создании, но приносят пользу всем тем, кто является частью такой структуры»³ [10, с. 136;].

Показателен пример формирования социального капитала как общественного блага на рынке страховых услуг Кемеровской области, которое осуществляется при активном участии администрации области.

Из интервью с руководителем страховой компании: «Что такое для страхования развитие бизнеса? Это привитие народу, обучение, развитие культуры страхования среди населения. Любая программа, губернская, областной администрации, которая пытается, чтобы страхование входило в жизнь граждан, будь то страхование мало-

³ Как замечает Р. Патнэм, социальный капитал как общественное благо – «это не частная собственность тех, кто получает от него выгоду» [17, с.80].

имущих, шахтёров от несчастных случаев, от затоплений объектов во время паводков, программа добровольного медицинского страхования – всё это идёт на развитие страховой культуры. Это плюс для нас большой, уникальные перспективы. И администрация в этом смысле, ещё раз повторюсь, делает очень много – проводит конференции, всероссийские, всесибирские, проводит областные олимпиады по страхованию среди студентов, где мы ищем своих потенциальных сотрудников, спонсируем их».

Следует обратить внимание на то, что характеристики общественного блага распространяются Дж. Коулманом на часть форм социального капитала, но, на его взгляд, значительную. Кроме того, им признаётся, что социальный капитал часто является локальным (региональным или местным) общественным благом (для определенного сообщества). На наш взгляд, свойством неизбирательности и неисключаемости в потреблении обладает лишь социальный капитал первого типа. К социальному же капиталу второго типа подобные характеристики не относятся.

При этом следует обратить внимание на выгоды, извлекаемые хозяйствующими субъектами из наличия социального капитала первого типа. Е.И. Дискин обозначил данные выгоды как социальную ренту. Социальная рента – это доля прибыли, извлекаемая за счет создания локальной институциональной среды и извлекается она «за счет развития социального порядка – использования социального капитала, накопленного в данной стране или даже в соответствующем регионе» [8, с. 14]. В данной трактовке социальной ренты ее обладателями становятся все те, кто действует в определенной институциональной среде, предоставляющей им особые выгоды по сравнению экономическими агентами, действующими в иных условиях. Например, социальную ренту по сравнению с предпринимателями в России извлекают все предприниматели США и Западной Европы, где режим предпринимательской деятельности, неформальные нормы взаимодействия и доверие между экономическими агентами создают более благоприятные условия для хозяйственной деятельности. Социальную ренту подобного типа в России извлекают предприниматели одного региона по сравнению с предпринимателями другого региона, в котором социальный капитал первого типа оказывается менее развитым.

Частным примером, который является показательным в данном контексте является перевод помещения из жилого в нежилое, для которого важны затраты времени и средств предпринимателя. «Основная проблема – волокита в оформлении документов, то есть одна из самых главных проблем – это перевод в нежилой фонд. Например, для сравнения, в Барнауле он занимает 2 месяца, а в нашем городе это 2 года, и это специфика города, наших чиновников». [Из интервью с руководителем риэлтерской фирмы, г. Кемерово].

Социальный капитал как клубное благо. Клубное благо отличается тем, что свойство неисключаемости в потреблении существует только для членов клуба, т.е. определенной группы людей, объединившихся с целью совместного производства и потребления. Подобными свойствами обладает социальный капитал второго типа, представленный в виде устойчивых социальных связей экономических агентов, их группового взаимодействия. Данные характеристики социального капитала хорошо отражены П. Бурдые, который обращает внимание на коллективный характер социального капитала и на то, что он основан на устойчивых актах материального и символического обмена, на поддержании близости между членами группы [3, с. 528]. Как клубное благо социальный капитал стратифицирует общество, создавая разные режимы доступности к экономическим ресурсам для различных групп акторов.

Дополнительный доход, возникающий для отдельного участника социальной сети, обычно связан с использованием привилегированного доступа к ресурсам, которые предоставляются ею. Например, отдельные предприниматели раньше, чем конкуренты получают информацию о тех или иных проектах, событиях, используют ее для минимизации грозящего ущерба или максимизации выгод. Кроме того, для них может быть облегчен доступ к поставкам тех или иных ресурсов, предоставлены услуги по

защите от конкурентов, для которых установлены более жесткие условия доступа к ресурсам и рынкам сбыта, усложняются другие условия ведения бизнеса (выдачи лицензий, частота различных проверок и т.п.).

Данный доход можно обозначить как социальную ренту II. Ее источником, например, может быть дуальность норм – их дифференцированное применение в зависимости от деления участников на «своих» – агентов, входящих в данное социальное образование, и «чужих» – агентов, не входящих в него [8, с. 13]. В отличие от социальной ренты I подобный доход имеет более четкие контуры и тесно связан с предшествующими вложениями экономического агента.

«Конкурс очень часто выигрывает тот, кто про него вообще знает и притом, что все необходимые законодательные требования выполняются в плане информированности. Информированность общества от этого нисколько не становится лучше. Чуть небольшое преимущество в информационном плане, небольшая близость к информационным источникам – дают большие преимущества. Поэтому лоббировать в этом плане чьи-то интересы не представляется особо трудным, если бы это делалось». [Из интервью с сотрудником администрации, Кемеровская обл.].

«Какое то время назад нас порекомендовал – наше предприятие, первое лицо (глава администрации). Может, он даже названия нашего не помнит, и потом к нам приходили и говорили: «Вас, порекомендовал наш босс». [Из интервью с владельцем производительно-торговой фирмы, Кемеровская обл.].

Социальный капитал как частное благо. Как известно, частное благо отличается свойствами избирательности и исключаемости в потреблении. Социальный капитал как запас социальных связей хозяйствующего субъекта может предстать и в виде частного блага в целом ряде своих проявлений.

Во-первых, социальная сеть, в рамках которой формируется социальный капитал второго типа, обычно определенным образом структурирована. В нее включаются акторы, обладающие как разным набором ресурсов, так и разными возможностями использования сети контактов определенной группы или даже нескольких подобных групп. Последние обладают в группе наибольшим числом контактов и имеют связи с представителями других групп. Они поддерживают взаимодействия членов группы, вовлекают в нее нужных людей.

В результате, качество потребляемого социального капитала, создаваемого сетью, различается для ее участников. Кроме того, ключевые акторы сети могут регулировать доступ к определенным контактам для ее рядовых членов. «На коне оказываются игроки с плотными, взаимопересекающимися сетями, которые имеют выход на удаленные сети с множеством несводимых контактов. Акторы, занимающие такую позицию строго автономны, т.е. могут накапливать стекающуюся к ним информацию, получать выгоду, возникающую в силу наличия структурных пустот (т.е. неиспользуемых возможностей), и, тем самым, восполнять проблемы в социальной структуре» [18, с. 229]. Таким образом, данные ключевые акторы сети обладают определенной монополией, т.е. исключительными возможностями по использованию контактов данной сети и, соответственно, извлекают из этого своего положения особый доход – социальную ренту.

Данная разновидность дохода экономического агента от социального капитала второго типа связана с возможностями манипулирования каналами связей других агентов сети. Социальную ренту III извлекают «операторы» сети, которые могут регулировать доступ к ресурсам сети для самих ее участников и доступ к ресурсам других сетей, с которыми они связаны.

«Знакомиться получается: на юбилее встречаешься... где-то в ресторане, в миллиардной, на природе где-то. Знакомят, говорят: «Порешай проблему с этим человеком», и все. Дальше идет как по маслу. Это не формальное, и тут не надо деньги. Причем, если раньше, лет 10 назад, ты мог прийти, и, не зная человека, узнать у кого-нибудь: «Да вот этот решает», – прийти и сказать: «На тебе деньги, реши», – и он

мог за деньги решить. Сегодня это не работает, сегодня это ушло. Сегодня работают по-другому: больше неформальные связи помогают, и четко разграничено. Говорят: «я тебе могу помочь, вот с этим человеком познакомлю». А дальше ты сам, а дальше ты сам заплатишь ему, сколько он попросит. Возьмет ровно столько, сколько ему надо отдать для того, чтобы этот вопрос решить где-то, кому-то на шоколадку дать, где-то купить машину или еще что-то». [Из интервью с руководителем производственной фирмы, г. Кемерово].

Во-вторых, запас социальных контактов отдельного индивида может использоваться им и вне сложившейся устойчивой социальной группы. Однако в данном случае социальный капитал как частное благо крайне неустойчив. Он либо распадается, если не поддерживается взаимными обменами, либо перерастает в клубное благо вследствие формирования новой устойчивой группы взаимодействия или проникновения индивида в уже сложившуюся группу посредством использования первоначального запаса его социальных контактов.

Таким образом, социальный капитал различной природы является источником и различного типа доходов для хозяйствующих субъектов (см. табл. 2). Это создает и различного рода стимулы для инвестиций в его накопление.

Таблица 2

Сравнительная характеристика типов социальной ренты

Признаки	Социальная рента I	Социальная рента II	Социальная рента III
Природа социального капитала	Социальный капитал как общественное благо	Социальный капитал как клубное благо	Социальный капитал как частное благо
Источник	Эффективные нормы взаимодействия хозяйствующих субъектов и механизмы защиты этих норм	Исключительный доступ к определенному набору ресурсов	Исключительные возможности по использованию связей в социальной группе и контактов с другими социальными сетями для членов данной группы
Условия получения	Хозяйственная деятельность на данной территории, в определенной институциональной среде (страны, региона)	Включение в определенную социальную группу	Занятие в социальной группе позиций «оператора»

Инвестиции в социальный капитал

Инвестиции в социальный капитал – еще одна проблема, которую следует рассматривать в аспекте выделения различных форм его проявления типов.

Если признавать социальный капитал по природе общественным благом, так как это делает Дж. Коулман, то следует обратить внимание на два следующих момента.

Во-первых, Дж. Коулман обращает внимание на то, что социальный капитал обычно является побочным результатом иных общественных действий (например, участия в хоре, работа в церковной общине, родительском комитете школы и т.п.). Он пишет: «Большинство форм социального капитала создается или разрушается в виде побочных продуктов других действий. Этот социальный капитал возникает или исчезает вне зависимости от чьей-либо воли. Таким образом, он часто не принимается во внимание в социальном действии, а между тем ему следовало бы придавать большее значение» [10, с.138]. Эта характеристика относится, прежде всего, к социальному капиталу первого типа.

Во-вторых, социальный капитал оказывается явно недоинвестирован. Он в значительной степени зависит от того, как развивалось данное сообщество (страны, отдельного региона, местного) ранее, от того, какие проявления общественного действия способствовали возникновению и закреплению определенных норм правил и

ценностей. Как пишет Ф. Фукуяма, «социальный капитал не может стать результатом действий отдельного человека, он вырастает из приоритета общественных добродетелей над индивидуальными» [21, с.54].

Те формы социального капитала, которые имеют природу клубного или частного блага инвестируются иначе. С одной стороны, для отдельного индивида, тем или иным путем вошедшим в определенную группу, он является результатом действий данной группы в предшествующий период, как и те формы социального капитала, которые являются общественным благом. С другой стороны, само вхождение в группу и дальнейшее закрепление собственных позиций в ней является результатом «непрекращающейся работы по установлению социальных связей, непрерывных серий обменов, в ходе которых признание постоянно утверждается и подтверждается» [3, с.530].

Таблица 3

Сравнительная характеристика инвестирования в социальный капитал разной природы

	Издержки инвестирования	Выгоды инвестирования
Социальный капитал как общественное благо	Затраты на усвоение формальных и неформальных норм, действующих в сообществе. Затраты обеспечения прозрачности хозяйственной деятельности. Затраты, связанные с коллективным действием по достижению общих целей.	Снижение издержек спецификации прав собственности и реализации инфорс-мента контракта. Снижение транзакционных издержек взаимодействия с контрагентами. Снижение транзакционных издержек вследствие облегчения доступа к информации различного рода.
Социальный капитал как клубное благо	Затраты на вхождение в существующую социальную сеть и на выполнение обязательств, накладываемых членством в сети. Затраты на освоение норм, действующих в данной сети.	Избирательное снижение производственных издержек вследствие привилегированного доступа к определенным ресурсам. Снижение транзакционных издержек взаимодействия посредством привилегированного доступа к определенной информации и ресурсам сети.
Социальный капитал как частное благо	Затраты формирования и поддержки личных связей. Затраты на поддержание широкой сети личных социальных контактов. Затраты на вхождение в существующую социальную сеть и занятия в ней желаемой позиции. Затраты, связанные с укреплением существующей позиции в группе.	Снижение производственных и транзакционных издержек в результате избирательного доступа, обеспечиваемого группой к ресурсам и информации. Получение социальной ренты, обусловленной особым положением в сети.

В отличие от социального капитала как общественного блага, инвестиции в социальный капитал как клубное и частное благо обычно бывают вполне достаточными. Если в данной экономической системе существует дефицит социальных норм и деперсонифицированного доверия, обеспечивающих рыночную координацию, то более выгодными для хозяйствующего субъекта становятся инвестиции в свои собственные социальные контакты, которые приносят ему непосредственные выгоды, связанные с облегчением доступа к ресурсам. Для современной российской экономики, на наш взгляд, характерен такой дефицит социального капитала первого типа и более интенсивный процесс инвестирования в социальный капитал второго типа.

Стратегии накопления социального капитала предпринимателями в современной российской экономике

Опора на существующие социальные сети в современной российской экономике характерна для большинства хозяйствующих субъектов. Дело в том, что в советской

экономике был накоплен определенный социальный капитал, сыгравший решающую роль в постсоциалистической трансформации экономики. Причем социальный капитал формировался на разных уровнях: во взаимодействии партийных, советских и хозяйственных руководителей, в профессиональном взаимодействии, характерном индустриальной экономике, в традиционном семейно-родственном взаимодействии, а также в гражданском взаимодействии определенных сообществ.

Активно осуществлялось сетевое взаимодействие хозяйственников и государства и, соответственно, инвестирование в социальный капитал как клубное благо. Дисбаланс между плановыми заданиями и их ресурсным обеспечением вынуждал предприятия получать ресурсы неформальным способом [13, с. 70]. Сети складывались через установление социальных связей, как на уровне министерств, координирующих межотраслевые и внутриотраслевые потоки ресурсов, в рамках вертикальных торгов, так и на уровне предприятий – в рамках горизонтальных торгов, сопровождающих поставки товаров.

Субъектами социальных сетей советских предприятий в рамках горизонтальных неформальных торгов были руководители, находившиеся на одном уровне управленческой иерархии: директора предприятий, лица, отвечающие за поставки, распоряжающиеся необходимыми ресурсами. В рамках вертикальной иерархии сети выстраивались как между руководителями разных уровней иерархических структур (например, в рамках ведомственного подчинения), так и между руководителями предприятий и представителями госаппарата (хозяйственными, советскими, партийными руководителями), распоряжающимися ресурсами территорий. И иерархические, и горизонтальные сделки базировались как на официальных связях, так и на личных отношениях.

К началу рыночных реформ в рамках советской экономики уже был накоплен значительный запас социальных связей – социальный капитал, представляющий собой запас неформальных норм и являющийся особым клубным благом для ограниченного круга хозяйствующих субъектов. Этот социальный капитал характеризовался высоким уровнем персонального доверия. Он предполагал локализацию сделок (в рамках технологических цепочек, персональных контактов менеджеров), а также выработку особых механизмов принуждения к исполнению условий контракта, основанных на персональных связях между хозяйственными, советскими и партийными руководителями разных уровней.

Мощные сети связей партийных, советских и хозяйственных руководителей, сформировавшиеся в результате длительного взаимодействия, создали общие схемы интерпретации информации, действий и взаимодействий с другими субъектами. Конкурируя друг с другом, они способствовали и выживанию целых секторов экономики в условиях распада формальных каналов хозяйственных связей. Кроме того, для представителей партийно-хозяйственной элиты они стали мощным ресурсом сохранения властных позиций в экономической и политической сферах, а также источником неформальных институтов, вступивших в конкуренцию с импортируемыми формальными институтами.

Сформировавшиеся в советское время партийно-хозяйственные сети социального взаимодействия, наряду с социальными сетями родственников и близких знакомых составили две разновидности социальных сетей постсоветской России, которые способствовали выживанию хозяйствующих субъектов в условиях экономического спада. Первая из них, с одной стороны, сохранила традиционные секторы экономики. Накопленный ранее запас социальных связей послужил фактором, не позволившим полностью разрушить хозяйственные связи. Он обеспечил государственным структурам и постсоветским предприятиям доступ к необходимым для выживания ресурсам. С другой стороны, эти сети стали важным ресурсом формирования крупной олигархической собственности, связывая предприятия неформальными взаимными обязательствами их основных собственников или управляющих [16, с.17].

Вторая группа сетей обеспечила выживание населения в условиях резкого падения реальных доходов. Неформальные сети, основанные на семейно-родственных,

дружеских отношениях, способствовали доступу к трудовым, материально-вещественным, денежным, информационным ресурсам их участников, компенсируя недостаток дохода от включения в сферу формальной занятости [см. 2; 6, с. 156–163]. В то же самое время подобные сети в России не стали основой для широкого развития семейного бизнеса, хотя зарождение предпринимательства нашло в этих сетях достаточно широкую опору. На наш взгляд, это связано с тем, что в постсоветский период сети смешанного участия с вхождением в них представителей госструктур предоставляют доступ к более обширным ресурсам.

Еще одна разновидность социальных сетей, – профессиональные сети (инженеров, писателей, ученых и т.п.), а также различные формы самодеятельности населения в СССР, – находились под достаточно жестким партийным контролем и поэтому в новых условиях быстро деградировали. Они не смогли стать серьезным ресурсом для развития бизнеса. Исключение, пожалуй, составили социальные сети спортсменов и ветеранов локальных войн 1970-90-х годов, а также криминальные сети. Специфика формирования подобных сетей заключается в том, что накопленные в соответствующей социальной среде связи, а также совместный опыт (например, тренировок, соревнований) и сходный образ жизни способствовали созданию высокого уровня доверия и групповой солидарности. По мнению В. Волкова, «в сочетании с физическими навыками, они представляют собой необходимый социальный ресурс для формирования сплоченных группировок..., но предназначенных уже для иных целей» [4, с. 27].

Таким образом, с позиций не только располагаемого финансового капитала, но и социального капитала, крупный бизнес и государство оказались в 1990-е годы группами, значительно лучше вооруженными ресурсами по сравнению с зарождающимся в России частным предпринимательством. Недостаток запасов социальных связей у новых частных предпринимателей привел к переделу собственности в пользу групп предпринимателей, «своих» для власти; к затруднению для «чужих» доступа к бюджетным и другим ресурсам (например, к получению лицензий на разработку полезных ископаемых и т.д.); к отсутствию возможностей разрешения конфликтов в частном порядке, которые широко использовались для «своих» предпринимателей. В результате, акторы, опирающиеся на силу уже существующих социальных сетей, фактически захватили контроль над бизнесом, возникающим по частной инициативе, либо вытеснили его с рынка.

«Сегодня невозможно без власти делать бизнес достаточно крупный. Наш бизнес без власти можно делать до определенного уровня. Вот мы пока сегодня варимся, мы не интересны промышленным группам большим, т.е. тем, которые бьются за раздел сфер влияния на рынке. Как только мы станем им интересны, мы автоматически попадаем в ту структуру, где власть присутствует. Органы власти, контролирующие и разрешающие, они не просто в этой структуре на всех уровнях, они как цементирующие». [Из интервью с руководителем производственной фирмы, г. Кемерово].

Таким образом, используя ранее накопленный социальный капитал, власть реализовала стратегию «захвата бизнеса». С другой стороны, предприниматели, вошедшие в соответствующие социальные сети, стали реализовывать стратегию дальнейших инвестиций в сотрудничество с властью и действий в ее интересах. Более того, дефицит социальных связей, как правило, компенсировался предпринимателями продвижением представителей компаний в состав региональных администраций, в законодательные органы. Бизнесом была реализована стратегия «захвата государства» на всех доступных для него уровнях (для крупных компаний – на федеральном и региональном, для средних – на региональном и местном). Данная стратегия оказалась связана с масштабными инвестициями в социальный капитал как в клубное благо.

Интересы отдельных чиновников, реализующих стратегию «захвата бизнеса» и предпринимателей, реализующих стратегию «захвата власти» сошлись в том, что обе направлены на формирование локальных «правил игры», закрепляющих дифферен-

цированный подход к предпринимателям и основанных на социальном капитале как клубном благе, накопленном в смешанных сетях бизнеса и власти⁴.

Как показывает анализ сложившихся социальных практик, в различных регионах реализуются весьма сходные модели взаимодействия власти и бизнеса. Им характерны дофинансирование территорий за счет бизнеса в самых различных формах; обусловленность вхождения бизнеса на определенную территорию различными требованиями власти; заключение договоров о партнерстве (социально-экономическом сотрудничестве) между властью и бизнесом; давление на предприятия в интересах повышения уровня оплаты труда и т.п. Лидерами реализации подобных социальных практик являются главы регионов (Краснодарского края, Татарстана, Башкортостана, Москвы, Кемеровской области и т.п.). Они формируют модели региональной экономики, в которых региональная власть выступает как «хозяин территории» и активно прибегает к «ручному управлению».

Являясь центральным звеном региональных политических элит, опираясь на сильную социальную сеть, «хозяева» имеют достаточно ресурсов для балансирования интересов бизнеса (крупного и регионального) и развития территорий. В интересах развития своих территорий, укрепления собственных позиций во властной вертикали они достаточно успешно реализуют стратегии «захвата бизнеса», навязывая ему собственные «правила игры». Подчинение этим правилам игроков федерального уровня обеспечивается сильными властными позициями глав регионов, опять же обеспеченными их центральным местом в региональной сети власти и бизнеса, а также ролью одного из центральных узлов федеральной власти, которая обеспечивает им сильные лоббистские позиции.

Альтернативной стратегией для предпринимателей могло бы стать усиление интеграции, создание ассоциаций предпринимателей, стремление улучшить переговорные позиции с властью при формировании «правил игры». Реализация подобной стратегии могла бы привести к формированию социального капитала как элемента общей институциональной среды, включающей формальные нормы взаимоотношений и механизм принуждения к их исполнению.

Несмотря на то, что роль организаций бизнеса оценивается очень высоко, примеров успешности подобной стратегии в современной российской экономике редки. В конкуренции сетей чисто предпринимательские сети обычно проигрывают как сетям, объединяющим различные государственные структуры, так и смешанным сетям, включающим представителей власти и бизнеса. Это связано, во-первых, с большими затратами на формирование таких сетей. Дело в том, что смешанные сети укоренены в истории и культуре определенного местного сообщества и вхождение в них оказывается менее затратным по сравнению с формированием чисто предпринимательских сетей, идущих фактически с «нуля». Во-вторых, с большими выгодами от функционирования смешанных сетей, контролирующих большой объем ресурсов, доступ к которым важен для предпринимателей.

«То есть многие думают, что очень трудно войти в этот бизнес, в общем-то, я не заметила особо этого. Но может, у меня были возможности такие просто, не могу сказать, может потому, что я из Федеральной службы вышла, у меня больше связей, что ли было? Я не заметила». [Из интервью с владелицей сети предприятий, г. Кемерово].

«Если вообще в принципе с властями не сотрудничать, никак не помогать, то твои проблемы будут. А вот если помогать власти очень часто и активно, то часть вопросов, как правило, снимаются. В общем, проще решаются вопросы любые формальные. Допустим, в строительстве, гораздо проще в этом плане, разрешения какие-то получать. [Из интервью с владелицей сети предприятий, г. Кемерово].

⁴ Как было показано в одном из исследований взаимодействий власти и бизнеса, «в настоящее время эффективным с точки зрения успешности бизнеса являются, по существу, лишь две стратегии: «сдача» своего бизнеса представителям власти и «взятие» представителей власти на регулярное содержание» (фактически – «захвата бизнеса» и «захвата государства»). [5, с. 39].

«Я пользуюсь, но считаю что зло. Я не могу не пользоваться. А зло потому, что я себя чувствую ущербным, потому что я не могу законным путем добиться. Это уже ущербность моя, я знаю, что хочу правильно сделать и хочу спать спокойно, но, тем не менее, я вынужден. Это уже плохо. А второе – это, то, что я вынужден много времени тратить – на вот эти вот связи, создание связей, которые мне не надо – ни моему производству, ни мне лично. Не надо – это хлопоты ради хлопот, хотя это потом делу даст пользу, но это лишнее. Вместо того чтобы пройти прямо 100 метров, я вынужден 1 километр «кругаля» давать, для того чтобы достигнуть вот этого результата. Разве это не зло? Это зло! И моральное зло, и материально-физическое, так назовем. Но!!! Без него сегодня не обойтись». [Из интервью с руководителем производственной фирмы, г. Кемерово].

В целом, у предпринимателей есть определенный запрос на универсальные и прозрачные правила взаимодействия с администрацией. Однако при благоприятных условиях они готовы в качестве ресурса широко использовать свои личные связи с чиновниками. Кроме того, они не демонстрируют готовность к коллективному действию по созданию этих единых и прозрачных правил, ссылаясь на собственную занятость. Коллективному действию предпринимателей по созданию новых правил игры препятствуют и сложившиеся практики функционирования обществ самоорганизации бизнеса. Последние нередко превращаются в закрытый клуб, инструмент согласования интересов власти со «своим» бизнесом.

«Она (речь идет о саморегулируемой организации бизнеса) решает свои проблемы какие-то, или решает проблемы крупного бизнеса. Те, кто в нее приходит как гость уважаемый, для них она, конечно, что-то решает, что-то пробивает. Для них – крупного металлургического, угольного, химического предприятий, она что-то решает. Попробуй ты прийти с любым вопросом, – даже, грубо говоря, экологической экспертизы или еще что-то ты хочешь дополнительно провести. Заплати это, заплати то, и ты никакой помощи от них, – хотя там у них специальная структура по этой части сделана, – не получишь ни черта». [Из интервью с руководителем производственной фирмы, г. Кемерово].

Ситуация усложняется тем, что создание сильных сетей взаимодействия предпринимателей в отстаивании собственных интересов сталкивается с проблемой «безбилетника». Как было показано выше, сеть взаимоотношений и возникающий при этом социальный капитал первого типа является общественным благом. Выгоды от создания благоприятной среды для реализации свободных контрактных отношений доступны всем, но делать вложения в социальный капитал данного типа мало кто заинтересован. Подобные инвестиции связаны с затратами, не приносящими текущих выгод, более того, для инициаторов усилия по защите общих интересов бизнеса перед властью создают риски ухудшения отношений. Инвестиции же в налаживание сети взаимоотношений с властью, напротив, приносят непосредственные и быстрые выгоды.

Так, проведенные в Кемеровской области исследования⁵ показывают, что существенная часть предпринимателей ориентирована на индивидуальные действия по укреплению позиций своего бизнеса в рамках уже сложившихся «правил игры», на укрепление дифференцированных отношений с представителями власти. В ходе проведенного опроса тремя наиболее действенными механизмами реализации интересов бизнеса во взаимодействии с властью были названы: наличие «своих» людей в местных органах власти; установление неформальных отношений с представителями власти; четкое следование закону. Тремя же наименее действенными механизмами оказались: публичное обращение к власти и населению; участие в подготовке и экспертизе управленческих решений органов власти; лоббирование интересов бизнеса в местных органах власти. Как цинично высказался предприниматель в одном из интервью «Хороший закон – это когда много связей, а плохой – когда таковых нет» [Из интервью с руководителем коммерческого учебного центра].

⁵ Здесь приведены данные анкетного опроса, проводимого на предприятиях Кемеровской области в 2004-2006 гг. В опросе участвовало 180 предпринимателей.

Фактически, в данной ситуации мы сталкиваемся с таким парадоксом коллективного действия, как отсутствие реального действия предпринимателей по достижению своих коллективных интересов.

«Не вижу смысла никакого, поэтому я считаю, что не нужно консолидироваться. Вообще я считаю, что все действия против чего-либо – это примерно, как письма в газету: кто-то пишет, а кто-то не пишет. Зачем мне афишировать какие то свои проблемы, которые я самостоятельно могу решить?» [Из интервью с владельцем производительно-торговой фирмы, Кемеровская обл.].

Во-первых, группа предпринимателей оказывается достаточно большой, и издержки действия в интересах всей группы не покрываются возможными будущими выгодами⁶. Во-вторых, сложились такие социальные практики, при которых избирательные стимулы коллективного действия⁷ принимают форму избирательного стимулирования предпринимателей за продвижение проектов администрации, либо избирательного наказания за проявления активности в отстаивании своих собственных интересов и интересов всего бизнес-сообщества.

«Никакого интереса менять ни у кого нет. Вы знаете, я вам сейчас объясню: теоретически конечно есть интерес у предпринимателей, но это чисто теоретически. Если взять практическую сферу, ну вот 5 лет назад и сейчас, сейчас хотя бы более понятно, что, где и как нужно сделать. 5 лет назад были менее понятные правила: сегодня так, завтра так. Сегодня все более-менее утряслось, и я думаю сейчас, даже практически, никто из предпринимателей не хотел бы ничего менять». [Из интервью с владелицей сети предприятий, г. Кемерово].

При этом часть предпринимателей по интересам сохранения дифференцированных порядков срачивается с администрацией и превращается в активных игроков при формировании предложения норм дифференцированного отношения к бизнесу. В основе лежит социальный капитал второго типа, являющийся, по сути, клубным благом. Кроме того, создаваемая инфраструктура согласования интересов предпринимателей, в ходе функционирования которой и развиваются сети взаимодействия бизнеса, достаточно часто используется в целях реализации узкой группы интересов.

«При администрации города есть Фонд поддержки предпринимательства. Ну, конечно, молодец. Он хорошо работает. Но работает на себя. Для других реальной поддержки нет. Поддержка оказывается в основном «своим» – узкая поддержка» [Из интервью с руководителем торгово-производственной фирмы]. В других интервью дана следующая характеристика подобной практики: «Да, вообще вся эта структура (Совет по поддержке и развитию предпринимательства), скажем так, прикрытые, для администрации, что они контактируют и помогают, но они не помогают, естественно» [Из интервью с владельцем мелкой фирмы сферы торговли].

Таким образом, в современной российской экономике бизнес явно недоинвестирует в создание собственных сетей социальных взаимодействий. Он инвестирует в конкретные контакты с властью и поэтому обречен на проигрыш в конкуренции с более сильными социальными сетями государственных структур и сетей взаимодействия власти и бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аккреман Ф., Ананьин О., Вайнскопф Т., Гудвин Н. Экономика в контексте // Вопросы экономики. 1997. № 2.

⁶ Как пишет М. Олсон, «чем большее число индивидуумов или фирм выигрывают от коллективного блага, тем меньшая часть выигрыша от действий в групповых интересах достается индивидууму или фирме, которые предприняли эти действия. Следовательно, в отсутствие избирательных стимулов заинтересованность действовать в групповых интересах уменьшается с увеличением размера группы, так что большие группы менее способны действовать в общих интересах, чем малые» [15, с.60-61].

⁷ По М. Олсону, «избирательные стимулы – это стимулы, которые применяются к индивидуумам избирательно, в зависимости от того, вносят они вклад в обеспечение коллективным благом или нет» [15, с.44].

2. Барсукова С.Ю. Неформальная экономика: экономико-социологический анализ. – Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004.
3. Бурдые П. Формы капитала // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. – М.: РОССПЭН. 2004.
4. Волков В.В. Силовое предпринимательство в современной России. // Экономическая социология (электронный журнал). Том 3. № 1. 2002. // www.ecsoc.msses.ru
5. Галицкий Е., Левин М. Коррупционные взаимодействия бизнеса и власти (опыт эмпирического анализа) // Вопросы экономики. 2007. № 1.
6. Градосельская Г. Социальные сети: обмен частными трансфертами // Социологический журнал. 1999. № 1–2.
7. Грановеттер М. Экономические действия и социальные структуры: проблема укорененности // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. – М.: РОССПЭН. 2004.
8. Дискин И.Е. Хозяйственная система России: проблемы институционального генезиса // Общественные науки и современность. 1998. № 4.
9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под науч. ред. О.И.Шкаратана. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
10. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3.
11. Кузьминов Я.И., Бендукидзе К.А., Юдкевич М.М. Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки, контракты. – М.: Изд дом ГУ-ВШЭ, 2006.
12. На пороге XXI века. Доклад о мировом развитии 1999/2000 года. – М.: Изд-во «Весь мир», Всемирный банк, 2000.
13. Найшуль В. Либерализм и экономические реформы // МЭ и МО. 1992.
14. Нестеренко А. О чем не сказал Уильям Баумоль: вклад XX столетия в философию экономической деятельности // Вопросы экономики. 2001. № 7.
15. Олсон М. Возвышение и упадок народов. Экономический рост, стагфляция, социальный склероз. Пер. с англ. – Новосибирск, ЭКОР, 1998.
16. Паппэ Я.Ш. «Олигархи»: Экономическая хроника, 1992–2000. – М.: ГУ-ВШЭ, 2000.
17. Патнэм Р. Процветающая комьюнити, социальный капитал и общественная жизнь // МЭ и МО. 1995. № 4.
18. Пауэлл У., Смит-Дор Л. Сети и хозяйственная жизнь // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики. – М.: РОССПЭН. 2004. С. 229.
19. Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 4. // <http://ecsoc.msses.ru>.
20. Фукуяма Ф. Великий разрыв. М.: «Издательство АСТ», 2003.
21. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: ООО «Изд-во АСТ», ЗАО НПП «Ермак», 2004.