

А. В. Алейников

РОССИЙСКИЙ БИЗНЕС: ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЛОГИКА ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

В статье с позиций политического неоинституционализма рассматриваются основные подходы к определению понятия «бизнес», его место, роль и функции в обществе. Основное внимание уделяется раскрытию особенностей и социально-политических факторов институциональной трансформации российского бизнеса на современном этапе развития общества.

А. Aleynikov

RUSSIAN BUSINESS: POLITICAL LOGIC OF INSTITUTIONAL TRANSFORMATION

General approaches to determination of the “business” conception, its place, role and functions in social relations are reviewed in the article from the positions of political neo-institutionalism. Special attention is paid to socio-political factors of institutional transformation of the national business at the present stage of social development.

Осуществляемый в России «тройной переход» от советского государства к демократии, от плановой экономики к рынку, от республики к самостоятельному государству привел к появлению новых и трансформации ранее существующих социально-политических институтов.

Важнейшим из них является бизнес как институциональный комплекс без трансформации которого невозможно создание механизмов управления российской политико-экономической и социальной системы, адекватных декларируемым целям развития общества.

Взаимоотношения бизнеса и общества являются одним из самых сложных блоков реальной социальной практики и недостаточно концептуализированной исследова-

тельской задачей политической социологии. Бизнес как составная часть общества неразрывно и органично с ним связан. Однако для России характерен ценностный, психологический, мотивационный конфликт с социальной средой.

Спор о месте и роли бизнеса в обществе — это определенный ракурс разного понимания человека и различных толкований сути его свободы («от чего» или «для чего»). В задачу данной работы не входит анализ этой интереснейшей философско-социологической парадигмы. Отметим лишь, что до сих пор не окончен спор о «равночестности» таких составляющих экономическую деятельность основ, как производительный труд и финансовые операции, об основных нравственных принци-

пах хозяйствования — «этика достаточности» или «этика прибыльности», о моральных побудительных основах мотивации в бизнесе, границах невидимой руки рынка и экономического «демонизма».

Тезисы французских экономистов-физиократов «laissez faire, laissez passer — пропустите вперед, не мешайте действовать» и «laisser-nous-faire — дайте нам сделать самим»¹, положенные в основу современной социологии предпринимательства, рассматриваются некоторыми авторами как основной принцип водораздела в векторах духовного и политического развития России и Европы².

Более того, несмотря на изначальную идеологическую и политическую нейтральность самих слов «бизнес», «бизнесмен», в российской политической культуре им достаточно часто придается заведомо негативный смысл, ассоциирующийся или с «нечестностью», «обманом», или с ярко выраженной индивидуализированной ориентацией на деловой успех как основной, имманентный критерий смысла жизни. «Наши хозяйствующие субъекты, — пишет С. Чернышев, — оторвались от народной массы и оказались в этически чистом поле, вне целей и смыслов... Общество по отношению к ним расколото на прокуроров и попрошайек, власть делится на волков и гиен»³.

Это во многом объясняется тем, что российский бизнес практически не имеет собственных традиций существования, признаваемую обществом предпринимательскую этику. В российском обществе не восприняты многие принципы римского частного права, в том числе безусловной защиты частной собственности. Отделение частного интереса от общественного не только противоречит российской традиции, но и подкрепляется соответствующими правовыми механизмами. В российском праве не закреплен приоритет устойчивого экономического и социального развития над частным интересом максимизации извлечения прибыли. Отсюда — взаимное

нарастающее отстранение гражданского общества, власти и бизнеса, отсутствие консолидированности и неотчетливая структурированность, которая объясняется не только слабой артикуляцией интересов общества, но и неразвитостью соответствующих институтов, в том числе бизнеса. С другой стороны, само общество до сих пор не смогло установить соответствующие нормы и правила для бизнеса, адекватные новым формам экономического, политического и социального пространства.

На подобную специфичность социального восприятия предпринимательства в России обращает внимание Маргарет Тэтчер: «Мы должны перестать думать, что последнее слово принадлежит московской политической и бюрократической элите. Россия по своей природе очень богата... Но самое ее большое богатство — миллионы молодых потенциальных предпринимателей. Им нужно помочь разобраться, в чем существо капитализма, а что не имеет к нему отношения»⁴.

В самом деле, бизнес Карнеги, Моргана, Рокфеллера только в 1950-е гг. был реабилитирован американской социологией и политологией как оказавший определяющее влияние на экономический рост и промышленную модернизацию Америки. «Причина столь разных оценок, — пишет Вадим Волков в блестящем очерке, посвященном сравнительному анализу раннего капитализма в США и России, — состоит в том, что последующие поколения оценивали результаты, тогда как современники основное внимание уделяли методам накопления богатства, ..., образу жизни»⁵ бизнесменов.

Специфика российского капитализма, обусловленная особенностями его происхождения, функционирования и социально-политическими результатами определяет и специфику бизнеса как системообразующего элемента рыночной демократической социальной организации.

Для концептуализации обозначения сложившейся в России политико-эконо-

мической системы, которая, несмотря на наличие структурных характеристик рыночной экономики и политической демократии, не в полной мере отвечает стандартам промышленно-развитых стран, используется множество определений. Политологи, социологи, экономисты широко применяют понятие «клановый капитализм», «меркантилистская экономика», «мутантный капитализм», «переходный капитализм», «политико-экономический гибрид», «периферийный капитализм»⁶ и др.

На наш взгляд, значительную методологическую ценность имеет проведенный Ф. Фукуямой⁷ и другими западными исследователями сравнительный анализ западных эталонов политической и предпринимательской деятельности, для которых характерны обезличенность, универсальность, прозрачность и системы социальных связей в азиатских странах, построенных на семейно-родственной поддержке и «чувствах взаимной признательности между участниками»⁸. Используя предлагаемый укоренившийся в английском языке термин «Crony capitalism», можно охарактеризовать российскую политико-экономическую систему как «государственно-приятельский капитализм».

Безусловно, что это определение, как и любое другое, не исчерпывает всей палитры особенностей российского бизнеса, но, на наш взгляд, позволяет сформулировать специфику политической среды его институциональной трансформации. К ним можно отнести:

- отсутствие единых правил конкурентно-рыночной игры;
- избирательный характер правоприменительной практики по отношению к различным экономическим субъектам;
- неадекватная роль силовых структур во взаимоотношениях хозяйствующих субъектов;
- высокая степень политического влияния на текущую производственную, финансовую и инвестиционную деятельность предприятий;

- концентрация рыночной власти поставщиков и покупателей в руках государственных корпораций.

Прежде чем перейти к определению понятия «бизнес», отметим, что в этом случае весьма ценными являются некоторые теоретические предпосылки, предложенные А. Пятигорским. Так, в частности, он отмечал, что Франклин Рузвельт, формулируя концепцию «Нового курса», *думал об экономике политически*, а большевики, формулируя задачи социалистической революции, *думали о политике экономически*⁹.

Так и проблематика российского бизнеса, его социальной ответственности и экономической эффективности, культурно-национальной идентичности и функций ограничивается, как правило, сюжетами связей с властью в самой широкой палитре — от немногих панорамных экономико-социологических и политологических исследований до огромного числа сериально-легкомысленных, но не лишенных полезной эмпирической фактуры, обзоров и хроник, сводящих предмет исследования к стереотипам тождественности бизнеса и олигархии. Объект анализа, как правило, незаслуженно сужен до экономико-юридического теоретического анализа проблем корпоративного управления, промышленной политики или государственного регулирования предпринимательства, различных аспектов функционирования бизнес-структур. Приведем одно из таких суждений, наиболее полное и рельефное в современной экономической литературе: «Под бизнесом как процессом понимают организованные усилия людей по производству и (или) продаже с целью получения прибыли товаров и услуг, удовлетворяющих потребности общества. Общее представление о бизнесе подразумевает, что бизнес — это индивидуальная деятельность субъекта, направленная на обеспечение самых оптимальных для него условий существования. Такая трактовка бизнеса определяет его как индивидуальную экономическую деятельность хозяйствующего субъекта,

направленную на достижение им материального благополучия¹⁰. Следует согласиться с утверждением о том, что бизнес не стал еще в полной мере объектом теоретического анализа и «пока не только не решена, но даже всерьез не поставлена задача комплексного описания...бизнеса в целом», вплоть до отсутствия «сколь-нибудь общепринятых его определений»¹¹.

Подобное обстоятельство не является уникальным в бытовании научных концептов. Г. Алмонд, описывая процесс своего поиска подходов к определению понятия «политическая культура», вспоминает, что он ощущал это скорее как «концептуальный жаргон, как пароль во время войны, часто служащий для определения друзей и врагов, а не для усиления наших возможностей объяснить важные вещи»¹².

Сложившаяся в 1990-х гг. «внесистемная система» отношений «бизнес – общество», трансформация которой, предпринимаемая В. В. Путиным, привела к сложившемуся у значительной части российских политологов концепту о том, что бизнес не должен заниматься политикой, т. е. по сути дела к его исключению из меню субъектов трансформации. Безусловно, надо со всей очевидностью признать, что такое понимание бизнеса (имеющее, впрочем, корни в особенностях экономического и политико-культурного развития России, о чем речь пойдет ниже), в немалой степени способствовала и уникальная гутаперчивость большинства руководителей делового мира России (мы сознательно избегаем термина «бизнес-элита»), в одночасье согласившихся с выстраиваемой новой социально-политической конструкцией и своим местом в ней, переориентировав потоки финансирования с одних политических партий и общественных движений на другие, умерив (по крайней мере, внешне) свои политические амбиции в целях сохранения своего экономического положения. С точки зрения системной оценки институциональных изменений в России в постсоветское время бизнес, на наш взгляд, не сфор-

мирован как политико-экономический институт, являющийся актором модернизации в силу как качества политической системы и ее институтов, так и характера институционализации взаимодействия с обществом. При этом, с нашей точки зрения, не является корректным утверждение о том, что «в политологии термины “актор” и “субъект” выступают как синонимы»¹³.

Как представляется социально-политический актор, в отличие от субъекта, должен обладать не только способностью к политическому действию, но и собственным социальным проектом и необходимым ресурсом для его осуществления.

Особенностью исторического развития России является дискретный характер процессов трансформации, определенной синусоидой модернизационных циклов: рывок, скачок (как правило, под угрозой военных поражений или утраты суверенитета) меняется периодом «застоя» и утраты позиций. «Причина состоит в том, – пишет А. Н. Нестеренко, – что российская модернизация всегда ограничивалась одной, технико-экономической стороной. Повинуясь гнету государства, подневольные крестьяне и рабочие строили города, каналы, железные дороги и заводы на болоте или вечной мерзлоте, и власть считала это достаточным основанием для прорыва в число сверхдержав. Обратим внимание, что такие процессы никогда не сопровождались созданием институтов свободного предпринимательства и частной собственности, не говоря уже о проникновении духа свободного предпринимательства в крестьянскую или купеческую среду»¹⁴. Очевидно, что в системе факторов трансформации структуры, организации и институты бизнеса должны играть доминирующую роль, а их развитие и адаптация являются одной из центральных функций власти.

В этой связи наиболее полный потенциал исследования сущности современного бизнеса, как представляется, имеет неоинституциональная теория (Д. Норт, Г. О’Дон-

нел, А. Шидлер, Й. Олсен, К. Шепсл и др.). Под бизнесом (предпринимательством) понимаются:

1) определенные учреждения, организации, образования, т. е. соответствующим образом структурированные объединения людей, связанных с задачей рациональной максимизации прибыли от хозяйственной деятельности;

2) устойчивый тип поведения в обществе, выражающийся в определенной системе общих ценностей, механизмах взаимодействия, культуре потребления;

3) комплекс формальных и неформальных правил, принципов, норм, обуславливающих и регулирующих *рисковую (не гарантированную) деятельность по управлению, распоряжению и отчуждению собственностью, участники которой пытаются изменить свой статус в обществе путем повышения эффективности процесса удовлетворения экономических, культурных, духовных и социальных потребностей. Под институализацией в дальнейшем будет пониматься процесс социально-политического конструирования специфического набора норм и правил, определяющий практику деятельности и взаимодействия бизнеса с другими общественными подсистемами и социумом в целом.*

Важным методологическим инструментарием неoinституционализма является концепция контрактов, занимающая в нем, как отмечает Т. Эггертсон, центральное место¹⁵.

Взаимодействие между различными полями, причем в котором каждый стремится достичь своих целей и потому ищет компромисс с окружающими — вот основополагающий принцип неoinституционализма, понимающего контракт как обмен, условия которого заранее известны и приняты сторонами. Контракт — это обмен правомочиями, который является соглашением и содержит взаимные ожидания, при этом в любом контракте всегда присутствует «элемент взаимного давления», который обусловлен как противоречащими интере-

сами сторон, так и ограниченностью ресурсов. Следовательно, предметом контракта между обществом, властью и бизнесом является их имплицитное (т. е. невыраженное) взаимодействие, являющееся не разовым, а долговременным состоянием, процессом. При этом те активы и ресурсы, которыми располагают общество, власть и бизнес имеют ценность только до тех пор, пока соединены вместе и используются как единый актив, направленный на соответствие общенациональным целям. Нарушая контракт, партнер подвергает риску и свое благосостояние, и уменьшает стоимость (ценность) активов других акторов.

Логика институального развития здесь представляется следующей:

Во-первых, отсутствие правил игры, одинаково конституцированных для государства и бизнеса (отметим, что общество «выпало»), приводит к конвертации бизнесом былого политического влияния в материальные активы с их последующим выводом из национального оборота. Во-вторых, общество в этой ситуации деградирует, расслаивается, не признает легитимности нахождения собственности у данных ее правообладателей и ставит перед властью проблему национализации. В-третьих, не скрепленная правилами и контрактами власть, отвечая общественным потребностям, национализует бизнес, в основном не связанный с властными структурами. В-четвертых, власть теряет в глазах общества свою легитимность. Примеры подобного неустойчивого положения во всех случаях есть в истории России:

- отсутствие власти как стороны контракта между бизнесом и обществом — февраль 1917 г.;
- отсутствие бизнеса в контракте между властью и обществом — советская власть;
- игнорирование интересов общества при взаимодействии бизнеса и власти — олигархический капитализм.

Таким образом, устойчивость и вектор модернизации страны определяются «тройственным контрактом», исполнение

которого и является полем институциональных преобразований.

Основным принципом российской культуры всегда являлось разделение духовной и экономической власти. Вряд ли можно найти примеры, когда, как это происходит в современной России, те или иные предприниматели брали на себя не столько функции управления собственностью, сколько теократические задачи, претендуя на формулирование моральных, культурных и даже религиозных концептов. С одной стороны, это вполне укладывается в логику дохода, коммерциализации культуры. С другой стороны, имеет место концептуализация идеи об утверждении бизнеса как верховного авторитета в иных, внеэкономических областях, где различные традиционалистские ценности (в политике, культуре, семье) меняют оценочные критерии на прибыльность и продаваемость (продажность) с использованием категории «невидимой руки рынка», определяющей отбор общегражданских (демократия) и гуманитарных (права человека) ценностей. Отсюда, на наш взгляд, возникает определенная институциональная угроза, когда объективное политическое и социальное влияние отдельных, наиболее крупных собственников, которое в демократической рыночной среде имманентно используется для повышения эффективности управления собственностью, меняет целеполагание на максимизацию прибыли с целью извлечения доходов, направляемых на оплату возможности права формулирования и контроля за реализацией общественной стратегии.

Рыночный прагматизм в его наиболее химически чистой, т. е. олигархической форме, приводит к новому изданию застойного производства с импортированными технологиями управления и, следовательно, к консервации политического процесса до уровня безинновационного соблюдения инструкций и регламентов. В России (и в этом тоже логика институциональных преобразований, характерная для раз-

вития бизнеса), происходит смена одной тоталитарной парадигмы на другую — на императивы рыночной эффективности и прибыли, не признающие самодостаточности прав существования, причем равного, иных мотивов и целей.

Следовательно, достаточно узкой представляются имеющиеся интерпретации бизнеса только как способа хозяйствования, направленного на максимизацию прибыли. Такая логика неизбежно приводит к упрощению и социального, и политического, и культурного обмена до прозаических отношений продавца и покупателя по поводу товара. Тем самым и сам бизнес выводится за рамки формирования широкого институционального поля, лишаясь права участия в организации отношений в иных, кроме экономической, сферах деятельности, что, в свою очередь, противоречит его объективной роли в политическом процессе. «Деполитизация» и «департизация» бизнеса, столь очевидная с точки зрения антиолигархического дискурса, не столь убедительна при необходимости анализа бизнеса как актора национальных интересов, обладающего контролем над важнейшими стратегическими ресурсами.

Добавим, что национальные институты как деперсонифицированные образцы отношений и норм поведения, правил игры в обществе должны регулировать имеющиеся у бизнеса доставшиеся в силу различных причин по «конвенциональной стоимости» ресурсы от их возможности передачи в руки не национальных собственников с ориентиром только на рыночную цену. В этом аспекте, как представляется, приоритетной является политическая цена гарантий безопасности общества.

Проблема двойной нелегитимности ресурсов, управляемых современным российским бизнесом, должна, на наш взгляд, рассматриваться более широко. Нелояльность собственного населения, считающего (хотя это утверждение спорно и заслуживает отдельного рассмотрения), что соб-

ственность у него попросту украли, в определенной мере обуславливает и попытки легимитизирования бизнес — ресурсов путем отчуждения их или в пользу государства. На наш взгляд, цивилизующую роль в этом должно играть государство, выполняющая функции «группы давления», «лоббиста» и прочее на глобальном рынке.

Рыночный демократический бизнес, сущностной чертой которого является *демократия налогоплательщиков* (термин Е. Т. Гайдара), не может игнорировать национальные культурные и социальные реальности, в противном случае под сомнение ставится его определение как ведущего актора институционального социально-политического пространства. В российском контексте необходимо обратить внимание и еще на два обстоятельства. Во-первых, возлагая на государство ответственность за защиту частной собственности, бизнес зачастую понимает эту функцию лишь как «защиту от других для себя», игнорируя тот факт, что санкции к другим вне всеобщего выполнения существующих институциональных правил игры не являются достаточным условием. Иными словами, стратегия подчинения бизнеса праву и общенациональным задачам должна быть институционально выражена. Во-вторых, в литературе, посвященной бизнесу, на сегодняшний день ощущается нехватка работ, в которых бы социологическое понимание бизнеса как специфичной социокультурной категории, было бы связано с проблемами современного российского менеджмента. Иными словами, технологии управления собственностью, на наш взгляд, рассматриваются и рецептуются в отрыве от понимания сущности объекта и субъекта этого управления. Узость теоретической и социологической базы в сочетании с прямыми заимствованиями западно-европейских и американских концепций менеджмента являются одной из причин неэффективности российского практического менеджмента, качество которого является одним из определяющих условий

трансформации российского общества. Признанный мировой авторитет Питер Друкер концептуализировал эту проблему так: «За последние 200 лет ни одна страна не стала серьезной экономической силой, повторяя путь предыдущих лидеров. Каждая из них начинала с наиболее продвинутой отрасли на тот момент, передовым производственным процессом или передовым процессом в сфере сбыта. И каждая из них быстро становилась лидером в области менеджмента»¹⁶.

Специфика отношений российского бизнеса и российской власти (клиентелизм, лоялизм, фаворитизм, институциональная недостаточность и институциональные склерозы) неизбежно проецируются на отношения собственников и менеджерской службы, топ-менеджеров и линейных руководителей. Их оценка и мотивация, в отличие от западных концепций, хотя и обрамлена соответствующими заимствованными технологиями и

схемами, зависит не столько от подлинной эффективности, а от целого набора отношений с руководством, воспроизводя, по-сути, патронажно-клиентелистские отношения в обществе.

Достаточно емко и просто проблему отношений бизнеса и власти обозначил Джек Уэлч, являющийся менеджером столетия по версии журнала «Fortune». Анализируя деятельность крупнейшей «мировой корпорации» — General Electric, он пишет: «Только компания, в которой безупречная честность сочетается с ресурсами для борьбы за правое дело, может позволить себе бросить вызов государству. К счастью, у нас есть и то, и другое»¹⁷.

Когда близость к власти или ступень в политической иерархии является более надежным способом приобретения, распоряжения или защиты собственности, нежели наличие финансовых ресурсов для ее оплаты, возникает и маскирующая собственную неэффективность управления терпимостью к полуправовой, параллельной деятельности наемного персонала, по-

лучившей название «менеджер на свой карман». Безусловно, все это приводит к росту издержек, снижению эффективности производства, и в социальном плане к удорожанию конечного продукта для потребителя, деформации конкурентоспособности и т. д.

Понимание бизнеса лишь как деятельности, направленной на очевидную (и, желательную, быструю) экономическую отдачу, имеет и социальные последствия сокращения инвестирования в национальное будущее. Критерий максимальной рентабельности не может совпадать с критериями национальной или общественной рациональности необходимости долгосрочного прогресса и стратегически рационален.

Вместе с тем вызывает сомнения имеющаяся в литературе точка зрения о неприемлемости конфликта «двух типов рациональности: кратковременной экономической и долговременной социальной»¹⁸. Представляется, что подобный подход не только упрощает проблему саморегуляции бизнеса как самостоятельного института, но и значительно «вымывает» новую парадигму управления собственностью, т. е. повышение глобальной конкурентоспособности при развитии национально ориентированной открытой экономики¹⁹.

С точки зрения политического неинституционализма экономические институты («логика рентабельности») эффективны тогда, когда политические институты («логика общественной трансформации») обеспечивают использование властных полномочий в целях инфорсментов прав собственности, и, с другой стороны, обеспечивают ограничители для действий власти в отношении бизнеса в целом, особенно по минимизации возможностей извлечения политической ренты (доходы от пребывания у власти). Очевидно, что анализ институциональных изменений в России показывает со всей очевидностью, что лишь ограниченная, не всегда репрезентативная часть бизнеса обладает политическим ресурсом, обусловленным, как прави-

ло, возможностями «открытого окна» доступа к центру государственно-политического аппарата. Именно эта часть бизнеса, по сути, не заинтересована в институциональном оформлении адекватной модели бизнеса, обладающего как достаточными ресурсами, не связанными с государственным предпринимательством, так и эффективной системой отношений с властью.

Кроме того, в ряде исследований влияния политической системы на развитие бизнеса сформированы значимые выводы о том, что чем выше уровень развития институционализации взаимоотношений бизнеса и власти в концепте гарантий от национализации собственности или ее перераспределения в зависимости от смены правящих элит, тем выше национальная ориентированность бизнеса на внутренние инвестиции, конкурентоспособность, эффективное управление собственностью; конвертацию финансового капитала в развитие человеческих ресурсов²⁰.

Однако характерной чертой трансформационных процессов постсоветской России является доминирование различных стандартов к политическому конструированию бизнеса и деформация институтов для различных бизнес-групп. Примером этому являются две логики развития двух одинаковых (как с точки зрения особенностей возникновения, так и с точки зрения национальной значимости управляемых активов) бизнесов — фактическая экспроприация «Юкоса» и продажа «Сибнефти», свидетельствующие о неправомерном характере российской экономики в целом. Отсюда — создание дополнительных преимуществ политическими средствами для не всегда эффективного управления собственностью, накладываемых на огромные возможности широкого маневра государственных структур, не связанных при этом институциональными ограничениями. А. Либман пишет об отсутствии «спроса на право» у бизнеса и государства и использовании последним правовых инструментов в противодействии бизнесу, кото-

рое толкает частные структуры к поиску защиты от вторжения власти и возникающей отсюда институциональной неопределенности неформальных правил игры, т. е. о «дефиците доверия» в бизнесе и обществе, которое превращается в «общество общего недоверия»²¹.

Утверждение и развитие новых экономических и политических институтов, таким образом, тормозится системой «параллельной институализации», при которой существование действующих норм и правил, несмотря на очевидную неэффективность, подчинены «логике рентабельности» чиновников, извлекающих доходы не от конкурентных рыночных взаимодействий, а от соперничества на неафишируемых рынках политических и аппаратно-административных услуг. При этом, отмечая неизбежность подобной логики «институционального междуцарствия» во всех трансформирующихся обществах, некоторые исследователи справедливо указывают на постепенную стабилизацию, консервацию этого состояния в России²².

Более того, происходит смещение парадигмы развития бизнеса при прямом участии государства, проявляющейся:

- в активации деятельности действующих и создании новых государственных корпораций с резким увеличением масштабов их бизнеса;
- экспансии государственных холдингов в непрофильные сферы бизнеса;
- артикуляции государственного интереса на активах уже не «нелояльных режиму» или «налогопроблемных» структур, а на эффективно работающий бизнес;
- повышении уровня принятия политических решений при сокращении проектного статуса при рассмотрении различных бизнес-стратегий.

Важно отметить, что экономическая эффективность подобной экспансии по некоторым косвенным признакам рассматривается как вторичная по отношению к планируемой «политической прибыли», что, в свою очередь, снижает стимулы или

возможности интенсификации усилий бизнеса в модернизации и трансформационных процессах.

Возникает вопрос о мотивах и целях подобного институционального дизайна политического конструирования российского бизнеса. Неинституциональная теория, оперируя категориями рационального выбора, позволяет выдвинуть следующую логику. Во-первых, очевидно, что для ряда субъектов политического процесса строительство бизнеса по своим лекалам дает возможность извлечения дополнительного дохода. Во-вторых, по нашему мнению, очевидно, что бизнес, понимаемый как деятельность по управлению собственностью и перераспределению ресурсов, влияет на конструирование политической, социальной, культурной системы общества. Следовательно, политические институты являются актором формирования и развития эффективных (неэффективных) структур и институтов бизнеса. Можно спорить о стратегических угрозах авторитаризма модернизации, отложенных издержках демократизации, сочетании и очередности либерализации экономических и политических институтов и т. д., но, на наш взгляд, приоритет власти в российских условиях будет иметь абсолютный характер.

Весьма перспективным является сравнительный анализ следующей закономерности. В СССР с целью реализации планов индустриализации, строительства мощной военной машины государство вынуждено было обеспечить высокий интеллектуальный и образовательный уровень советского народа. В конечном счете, это и привело к отрицанию образованными людьми реальной практики воплощения коммунистических идеалов. В России задача создания высокоэффективного бизнеса предполагает неизбежные инвестиции в развитие человеческих ресурсов, западных образцов, технологий управления, предполагающих развитие демократических процедур организации производства. Следовательно, одним из эффектов развития бизнеса неиз-

бежно будет являться политическая демократизация. Другой пример — более широкое рассмотрение проблемы российского авторитаризма в условиях постсоветской модернизации. Авторитаризм способствует, с нашей точки зрения, успеху общественной трансформации тогда, когда он на государственном уровне не только обеспечивает стабильность финансово-кредитной системы, определяет приоритеты распределения ресурсов на инновации, национальную культуру и образование, но и легитимизирует деятельность независимого от предпочтений политических партий правительства и гарантирует относительное равенство доходов населения. При этом важнейшим фактором являются социокультурные особенности конкретной страны (успех восточно-азиатской авторитарной модернизации и олигархическая модель неустойчивых политических режимов в Латинской Америке). Эта взаимозависимость бизнеса и политической культуры является предметом отдельного исследования.

На наш взгляд, институциональный процесс взаимодействия бизнеса и власти в России можно рассматривать как и установление контроля со стороны политиков над бизнесом, так и воздействие бизнеса на разработку государственной политики. При этом поведение государства вне зависимости от целей политики (повышение эффективности бизнеса или извлечения прибыли отдельными чиновниками) означает принуждение последнего к их выполнению; бизнес не обладает такими возможностями.

Более того, российский бизнес, как правило, рассматривает государство не как источник дополнительного конкурентного преимущества, а как политическую основу при принятии экономических решений, поддерживая существующие институты власти даже в том случае, если их действия не совпадают с бизнес-задачами, корректируя или даже отказываясь от проектов, не получивших должной политической оценки и поддержки.

Российский бизнес, особенно в его части, выигравшей от приватизации, заинтересован, как это не парадоксально, в сохранении существующего порядка неэффективного управления, потери от которого компенсируются политическим влиянием. Отсутствие соперничества с властью в области выработки и предложения обществу стратегических решений поощряется властью созданием тактических предпочтений, лояльным отношением к лоббированию корпоративных интересов при обсуждении тактических решений органов власти. Такая модель, по терминологии В. М. Полтеровича, является «институциональной ловушкой»²³, когда максимизация полезности достигается не рационализированием управления собственностью, а использованием власти как основного источника конкурентоспособности.

С точки зрения неоинституциональной теории контрактов важно отметить и то обстоятельство, что при данной модели взаимодействия общество не считает власть способной обеспечить свои обязательства по политическому конструированию бизнеса, способного к эффективному общественному производству и распределению; бизнес выражает сомнения в способности власти обеспечить правовое поле для его развития, что приводит к увеличению масштабов теневой экономики, и, как следствие — недоверие власти к обществу. Безусловно, что даже внешняя стабильность подобной модели не может обеспечить в долгосрочной перспективе необходимый вектор трансформации общества. Власть объективно будет вынуждена выстраивать институциональную систему, основанную на доверии, ибо именно оно, а «не высокие цены на нефть, является главным ресурсом роста российской экономики, интенсификации инвестиций в модернизацию, превращения большинства россиян в инвесторов»²⁴.

Однако дефицит доверия, являющийся определенным синдромом посткоммунистического развития, не в полной мере

объясняет специфику становления гражданского общества в России. Бизнес в значительной мере определяет требования к обществу, и логика его институциональных преобразований в немалой степени зависит от формулировки этих требований в ответ на которые и конструируется гражданское общество. «Аналитики должны искать гражданское общество, — заключает свое эссе Самюэль А. Грин, — например, там, где государство запрещает импорт поддержанных японских автомобилей. Было бы грубейшей ошибкой считать, что защита прав человека и отстаивание права водить автомобиль с рулем «не с той стороны» принципиально различны с точки зрения политических последствий»²⁵.

Социализация бизнеса определяется на уровне его благотворительности по отношению к обществу, а функцией максимизации интегрирования населения в рыночную экономику и демократическую политическую реальность.

Дж. Бьюкенен, рассматривая концепцию государства как особого случая властных отношений, возникающих на основе социального контракта о передаче гражданами части своих прав на контроль своей деятельности в определенных сферах, отмечает, что «государство, которое теоретически является производным от индивидуалистического расчета, совершенно отличается от государства, которое возникает как инструмент самого договора, как средство содействия и реализации сложного обмена»²⁶.

Отсюда можно выделить и две модели взаимодействия бизнеса и власти. Первая — государство — «стационарный бандит» (М. Олсон, Д. Норт) использует свою монополию для максимизации дохода группы лиц, обладающих политической властью. Задача государственного аппарата в данной модели — не благосостояние общества, а внедрение такой структуры собственности, при которой достигается наиболее высокая возможность извлечения

ренды. Во-первых, «рента от ситуации, которая связывается с фактом нахождения рядом с дефицитными или желательными вещами... и с агентами (определенное соседство, приносящее выгоды от спокойной обстановки, безопасности и др.) или вдали от нежелательных вещей или агентов. Во-вторых, прибыли позиции или ранга,... которые связываются с монопольным владением отличающей собственностью»²⁷.

Важно отметить, что экспансия государства в экономику, перераспределение собственности, обложение бизнеса различными поборами носит систематический и публично декларируемый характер. Так, например, в одном из интервью Председатель Счетной палаты С. Степашин утверждает: «У нас все богатые люди делятся. Это называется социальная ответственность бизнеса»²⁸.

Необходимо отметить и такую важную черту подобного типа политического дизайна институционального развития предпринимательства, как распределение «силового потенциала», т. е. ситуация, когда одна группа людей использует естественный насильственный потенциал государственного аппарата для достижения сравнительного преимущества в конкурентной борьбе. В. Ю. Сурков в этой связи пишет: «В этом ничего хорошего на самом деле нет, потому что если отношения между богатыми и не очень богатыми людьми в нашей стране не нормализуются, у нее нет будущего»²⁹.

Вторая модель заключается в конституционно и институционально оформленном положении бизнеса в обществе, которое подразумевает использование государством своей монополии на насилие лишь в рамках делегированных ему полномочий, а бизнес рассматривает свою социальную ответственность (уплата налогов, выплата «белых» зарплат, повышение образовательного уровня персонала и их семей, расширение здравоохранительных программ и т. д.) не как повинность, не как вид «откупного оброка», а как имманент-

ную его социально-политической сущности обязанность.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что основным направлением институциональной трансформации российского бизнеса должно стать создание и внедрение

такой структуры управления всеми видами собственности, при которой минимизируется возможность извлечения политической ренты, связанной с преимуществами «государственно-приятельского» положения любого субъекта политического процесса.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Knowles E. The Oxford Dictionary of Quotations. — Oxford, 2001. P. 20.

² Нарочницкая Н. А. Россия и русские в мировой истории // Междунар. отношения. — 2005. — С. 19–20, 25–26, 33.

³ Чернышев С. Россия суверенная: как заработать вместе со страной. — М.: Европа, 2007. — С. 299–300.

⁴ Тэтчер М. Искусство управления государством. Стратегии для меняющегося мира. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — С. 115.

⁵ Волков В. «Дело Standard Oil» и «дело ЮКОСА» // Pro et Contra. — 2005. — Сентябрь — октябрь. — С. 72.

⁶ См., напр.: Явлинский Г. А. Социально-экономическая система России и проблема ее модернизации: Дисс. д-ра эконом. наук. — М.: ЦЭМИ, 2005. — С. 82–85.

⁷ Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2004.

⁸ Адамс О. Коррупция в КНР сквозь призму китайской политической культуры. — М.: МГУ, 2001. — С. 5–6.

⁹ Пятигорский А. Что такое политическая философия: размышления и соображения: Цикл лекций. — М.: Европа, 2007. — С. 12–13.

¹⁰ Каткало В. С., Панибратов А. Ю. Основы бизнеса. — СПб.: СПбГУ, 2006. — С. 7.

Отмечаемая с точки зрения социологического анализа узость подобной трактовки не умаляет общих достоинств работы, являющейся одной из немногих отечественных попыток осуществления синтеза концепций бизнеса в экономике.

¹¹ Пантэ Я. Ш. Российский крупный бизнес как экономический феномен: особенности становления и современного этапа развития // Проблемы прогнозирования. — 2002. — № 1. — С. 29; Он же: Российский крупный бизнес как экономический феномен: специфические черты, модели его организации. Там же. — № 2. — С. 83.

¹² Almond G. A. The Study of Political Culture. Political Culture in Germany. — London, 1993. — P. 14.

¹³ Категории политической науки: Учебник. — М.: РОССПЭН, 2002. С. 35.

¹⁴ Нестеренко А. Н. Экономика и институциональная теория. — М.: УРСС, 2002. — С. 127.

¹⁵ Эггертсон Т. Экономическое поведение и институты. — М., Дело, 2001.

¹⁶ Друкер Питер Ф. О профессиональном менеджменте. — М., Изд. Дом «Вильямс», 2006. — С. 258.

¹⁷ Уэлч Д. Джек. Мои годы в GE. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. — С. 331. Данная основополагающая мысль западной теории менеджмента почему-то выпадает из широкого спектра русифицированных версий делового администрирования.

¹⁸ Панарин А. С. Народ без элиты. — М.: Изд-во Алгоритм; Изд-во Эксмо, 2006. — С. 47.

¹⁹ Подробнее см.: Сурков В. Национализация будущего. Параграфы про суверенную демократию // Эксперт. — 2006. — № 43. 20–26 ноября.

²⁰ См., напр.: Acemoglu D., Johnson S., Robinson J. Institution as the Fundamental Cause of Long — Run Growth — in: Aghion Ph., Durlauf St., eds., Handbook of Economic Growth, North Holland, 2004.

²¹ Либман А. Политическая логика формирования экономических институтов в России // Пути российского посткоммунизма. Очерки. — М.: Центр Карнеги, 2007. — С. 99–162.

²² См., напр.: Яковлев А. А. Взаимодействие групп интересов и их влияние на экономические реформы в современной России // Экономическая социология. — Т. 5. — 2004. — № 1. — С. 16.

²³ *Полтерович В. М.* Институциональные ловушки: есть ли выход? // *Обществ. науки и современность.* — 2004. — № 3.

²⁴ *Ясин Е. Г.* Новая эпоха — старые тревоги: политическая экономия. — М.: Новое изд-во, 2004. — С. 267.

²⁵ *Самюэль А. Грин.* Государство и общественный суверенитет // *Pro et contra.* — 2006. — № 1. — Январь — февраль. — С. 38.

²⁶ *Бьюкенен Дж. М.* Сочинения. — М.: Таурис Альфа, 1997. — С. 330.

²⁷ *Бурдые П.* Социология политики. — М.: Socio-Logos, 1993. — С. 45.

²⁸ *Комсомольская правда.* — 2007. — 16 июня.

²⁹ *Сурков В. Ю.* Основные тенденции и перспективы развития современной России. — М.: Изд-во СГУ, 2007. — С. 33.