

ЭВОЛЮЦИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ БИЗНЕСА И СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА: ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В статье с позиций мультипарадигмального подхода рассматривается эволюция взаимодействия бизнеса и общества, предложены основные подходы к его анализу как социально-политического феномена. Институциональные траектории генезиса бизнеса в современной России анализируются через призму политического, вычленена логика формирования современной модели взаимодействия бизнеса и власти.

A. Aleynikov

EVOLUTION OF INTERRELATION BETWEEN BUSINESS AND MODERN RUSSIAN SOCIETY: POLITOLOGICAL ANALYSIS

The evolution of cooperation between business and society is viewed in the article from the positions of the multiparadigm approach. The main ways of analysing this cooperation as a social and political phenomenon are suggested. The author investigates the institutional trajectories of the business genesis in modern Russia in the political context and distinguishes the logic of forming the modern model of cooperation between business and authority.

Развитие экономики знаний, информационно-коммуникационных технологий, усиление взаимозависимости экономических и политических субъектов ставит в центр научного анализа понимание бизнеса как не только экономического, но и социально-политического феномена, необходимость его интегрированного рассмотрения как полифункциональной деятельности во взаимодействии с социумом в целом.

Длительный путь генезиса бизнеса как особой формы организации и реализации человеческой деятельности связан прежде всего с принципами свободного обмена и свободной конкуренции, основанной на частной собственности. История становления и эволюции бизнеса свидетельствует о постоянном изменении не только структурно-функциональных принципов организации бизнеса, но и ценностно-мотивационных его характеристик.

Бизнес как феномен возникает только тогда, когда появляются условия и предпосылки свободного распоряжения собственностью, не ограничиваемой препятствиями внеэкономического характера, т. е. когда мерами принуждения невозможно ограничение равноценности конкуренции. Иными словами, гражданское общество вырабатывает наиболее оптимальную и жизнеспособную для себя форму институционализации деятельности по управлению собственностью с целью удовлетворения общественных потребностей. Этой деятельностью и является бизнес. Безусловно, подобная интерпретация имеет целью нахождение качественных границ явления, что обуславливает возможность избегания категориальной размытости в определениях. «Подобная методологическая неразбериха, — пишет В. Г. Смольков, — приводит к тому, что в концептуальном плане понятие «предпринимательство» остается невыясненным»¹.

Расплывчатость представлений о конституирующих признаках бизнеса, его внутреннем строении, формах социально-политических взаимосвязей требует от исследователя попытки более или менее четкого определения используемого понятия, отсутствие однозначного смысла которого характерно не только для научного аппарата, но и для обыденного сознания, повседневной общественной жизни.

На наш взгляд, используя некую конструктивную абстрактность различных трактовок бизнеса, возможно предложить следующие основные первоначальные признаки.

Во-первых, бизнес — это предельно рационализированный, целенаправленно и последовательно избирающий средства достижения цели, вид деятельности с приоритетом мотивации достижения успеха.

Во-вторых, бизнес — атомизированный, автономный, построенный на независимых индивидуалистических решениях институт, максимизирующий функцию полезности, задачу достижения собственно-

го блага, чья рациональная эгоистичность, обращенная внутрь себя, позволяет выходить за пределы привычного социального поля, самопозиционироваться вне рамок традиционалистских социальных связей.

В-третьих, бизнес — наиболее предсказуемый в своих экономических предпочтениях и реакциях на изменения в макро (микро) среде субъект социально-политического процесса, обладающий наибольшей компетенцией, знаниями и информацией о функционировании институциональной среды спроса и предложения, способный не только к формулировке и жесткой «калькуляции» своих потребностей, своей выгоды, но и к инициативному конструированию путей их удовлетворения и достижения.

В-четвертых, бизнес — наиболее восприимчивый с точки зрения политического управления объект, воздействие на который может быть минимизировано расширением или ограничением ресурсных возможностей, при этом властное воздействие может выходить за рамки обычных и одобренных культурой методов, приобретать латентную социально-политическую форму².

Однако подчеркнем, что это лишь первоначальные признаки бизнеса. Возможно, что предлагаемый нами расширительный подход к построению социологической теории бизнеса в социально-политическом контексте покажется несовпадающим с реальными нормами предпринимательского поведения в современной России. Однако история предпринимательства, опыт развития современного бизнеса убеждают в том, что предлагаемая теоретико-методологическая конструкция имеет вполне реальный политико-социологический смысл. В современных условиях (примем это за исходный тезис) задачи конкурентноспособности бизнеса интегрируют в себя не только элементы экономической активности, успешного (провального) менеджмента, но прежде всего «поиск новых комбинаций»³ совершенствования форм и функ-

ций не только результата, но и процесса бизнеса, ориентированного не только на производство, обмен, распределение и потребление, но и на трансформацию всей системы социокультурных и политических проявлений этой деятельности. Иными словами, дизайн продуктов и услуг уже невозможен без конструирования отношений внутри бизнеса как системы и его взаимосвязи с социумом. Бизнес, подобно государству, обществу, семье, власти, слишком многогранен, чтобы судить о нем с простых позиций максимизации прибыли и рационализации путей достижения успеха. Использование мультипарадигмального подхода обуславливает раскрытие концептов институциональных изменений, означающих видение бизнеса как открытой системы, постоянно реагирующей на изменение политической и социальной среды. Равновесие положения бизнеса и власти в обществе — это система постоянных динамических структурно-функциональных преобразований и комбинаций. Акцент на бизнесе как открытой системы является, с нашей точки зрения, основным в развитии социологической теории бизнеса. Ясно, что генезис российского бизнеса окрашен собственными социокультурными особенностями. Отсюда возникает достаточно сложная теоретическая и концептуальная проблема — реконструировать историческую эволюцию, связать признаки и характерные черты современного цивилизованного социума с логикой развития национального бизнеса. Дискутируемый вопрос о роли крупного бизнеса в «олигархической» российской системе 1990-х гг. — это вопрос, ответ на который важен прежде всего как предпосылка и критерий социологического изучения диалектики развития, тенденций и противоречий внутри бизнеса и внутри общества.

Функционирование бизнеса, система его взаимодействия с обществом и властью происходят в институционализированных рамках конкретных форм и механизмов. Доминирование в современных россий-

ских политических доктринах и практических действиях идей равноценных известной формуле «равноудаленности» противоречит здравому смыслу и традициям европейской культуры (протестантская этика Макса Вебера). Государство сыграло определяющую роль в становлении современного российского бизнеса. Можно говорить о двух тенденциях политического влияния:

- во-первых, передача в ходе «залоговых аукционов» нескольким «приятельским» группам крупных производственных активов;
- во-вторых, сохранение в ряде ключевых секторов экономики интегрированных структур — нефтегазовый сектор, инфраструктурные монополии⁴.

При этом власть решала двоякую задачу, вопреки устоявшемуся мнению о сугубой порочности и ошибочности российского варианта внедрения рыночных принципов, основанных на частной собственности, наиболее яркая критика которого с точки зрения западной политологии предложена М. Голдманом⁵. Первая задача — активный поиск ренты в условиях слабости государства, признаками которой, обусловленными особенностями предпосредственного развития России, являлись деградация дееспособности старой элиты, идеологический и моральный кризис, отсутствие контрэлиты, способной противостоять тенденции разрушения государственных институтов⁶. В ряде исследований убедительно показано формирование в рамках части старой элиты мощных стимулов к разрушению государственных институтов, к конвертации привилегий в создание устойчивых механизмов обслуживания частных и групповых интересов при практической пассивности линии, противостоящей «рыночной пассионарности радикально-либерального крыла номенклатуры»⁷. Вместе с тем тот же автор справедливо замечает необходимость анализа не только субъективных мотивов элиты, но и «неуклонное снижение потребности в мобилизацион-

ных методах развития, формирование предпосылок для перехода к органическому, эволюционному, экономико-центричному типу развития»⁸. Подобная особенность распада административной системы создавала специфический политический дизайн становления российского бизнеса, заключающегося в существенно большем объеме трансформационной ренты, острой борьбы за ее захват и значительной роли федерального центра, несмотря на его «слабость» в ее распределении⁹. Вместе с тем необходимо отметить, что власть параллельно решала и вторую задачу — объективного ограничения доступа иностранных инвесторов к ключевым российским производственным активам, которые при их оставлении под контролем национального капитала удалось реструктуризировать в экономических агентов, способных к принципиальной конкуренции на мировом рынке.

Бизнес — это не замкнутая однолинейная система, он реально неоднороден по ценностной мотивации, реальному социальному содержанию. Бизнес является наиболее типичным видом социальной деятельности, ориентированной на результат, формулировка которого определяется не всеобщими универсальными принципами и нормами, а практическими интересами социального субъекта. Максимы бизнеса (извлечение из всего выгоды, достижение результата как критерий успеха, оптимизация средств для эффективного достижения цели) вряд ли можно отдифференцировать от базовых ценностей человеческой деятельности. «Для того чтобы выяснить, что такое бизнес, — концептуализирует проблему Питер Друкер, — необходимо определить его цель. И эта цель должна находиться за пределами самого бизнеса. Фактически, она должна заключаться в обществе, поскольку предприятие является общественным институтом. Есть только одно обоснованное определение цели бизнеса — создавать потребителя»¹⁰.

С точки зрения социологической теории бизнес является одной из форм социально-

организующей творческой деятельности, фактором развития социальных связей и взаимодействий. Предлагая средства удовлетворения общественных потребностей, он превращает их в эффективный спрос, вплоть до создания самой потребности. Эта социально-политическая разница между приобретательством и предпринимательством наиболее четко формулируется марксизмом, рассматривающим прибавочную стоимость, капитал как инновационные механизмы общественных связей. Социальное отчуждение определяет необходимость создания единого социального пространства взаимосвязанных социальных индивидов, фактором становления которого является универсальный принцип полезности.

С социально-философской точки зрения примат либо подлинных или мнимых нравственных начал (допустим, неформальных «кодексов деловой чести»), либо нормальных правовых регуляторов («холодный юридизм») опасен и для бизнеса, и для рынка, и для общества.

Системно-структурный анализ бизнеса предполагает возможность обобщения, идеализации и абстрагирования из многообразных действий наиболее существенных типов предпринимательской деятельности путем соотнесения их целей и результатов с фундаментальными ценностями и потребностями социально-политической системы. Социологически операциональная и методологически строгая трактовка понятия «бизнес», критериев и функций предпринимательства, подразумевающая вместе с тем достаточную широту и комплексность подхода, позволяет анализировать институциональные аспекты внутренней логики его функционирования и развития, выстраивать онтологически достоверную картину бытия взаимодействия бизнеса с другими социальными образованиями.

Важнейшим фундаментальным свойством бизнеса является экономическая свобода, т. е. наличие легитимных прав,

определяющих независимое, самостоятельное принятие решений по поиску и выбору форм и методов осуществления хозяйственной деятельности и использованию ее результатов.

Деятельность российского бизнеса в социально-политической сфере хаотична и непоследовательна, оторвана от конкретных стратегий развития. «Основной вопрос философии бизнеса» — о первичности благосостояния социума и вторичности достижения успеха конкретной бизнес-структуры, лежащий в основе современной российской практики трактовки социальной ответственности предпринимательства, должен быть заменен выработкой системы координат политического и социального конструирования гражданской позиции бизнеса как одной из основ модернизационного развития. Наивно полагать, что большинство российских предпринимателей по доброй воле озаботились проблемами социального партнерства или своей ответственности перед обществом. Напротив, бизнес «внезапно» обнаружил, что социум предъявляет ему претензии, власть выдавливает из политического пространства, менеджмент стал именовать себя «офисным планктоном». На крупный бизнес возлагается ответственность за многие общественно значимые проблемы, что вынуждает его в рамках оборонительной стратегии выдвигать различные социальные инициативы, являющиеся, по-сути, набором спонтанных мероприятий, демонстрирующих политическую лояльность.

Социальную ответственность бизнеса, по нашему мнению, необходимо понимать как обеспечение потребностей и нужд нынешнего поколения и создание возможностей для удовлетворения потребностей будущих поколений.

Бизнес воздействует на социум, поскольку все виды деятельности в цепочке создания собственности вызывают позитивные или негативные последствия. Например, система закупок, включающая практически узаконенные «откаты», опре-

деляет не только репутационное положение на рынке, но и влияет на стоимость продукции для потребителя, формируя негативные последствия для конкурентоспособности экономики в целом. Непрозрачность коммерческой составляющей экономического поведения государственных хозяйствующих субъектов неизбежно проецируется на поведение частного бизнеса. Формы и методы маркетингового управления, использование неэтичных принципов в рекламе, адресованной, в том числе детям, формирует в обществе устойчивые стереотипы восприятия публичной политики как бизнеса, как электорально-го обмана.

В концепте социальных факторов формирования институциональной среды бизнеса можно выделить не только доступность инфраструктуры, человеческих ресурсов, но прежде всего защиту государством собственности и создание условий для открытости инвестиций, системы мер по поощрению честной конкурентной борьбы. Социальная ответственность бизнеса должна пониматься не как средство уменьшения ущерба, наносимого или нанесенного обществу, а как формирование общих ценностей социума и бизнеса. В этой связи методологически убедительным представляется понятие «социальная включенность» бизнеса, содержание которого тезисно можно раскрыть следующим образом:

- социально-ориентированное общество является условием развития бизнеса, заинтересованного в эффективности трудовых ресурсов, качество которых обеспечивают возможность равного доступа к образованию, здравоохранению, освоению культурного пространства;
- гуманизация социально-трудовых отношений обеспечивает не только социальную безопасность бизнеса, но и сокращает внутренние издержки, формирует соответствующее представление потребителей о социально-эффективных регуляторах, основанных на обеспечении права собственности и демократическом управлении;

- создание рабочих мест, социальных и материальных благ, улучшающих качество жизни за счет внедрения «новых комбинаций» (Йозеф Шумпетер), объективно вынуждает государство, институты гражданского общества обеспечивать условия (инфраструктура, образование, открытость рынка, культурные и социальные нормы) для развития бизнеса;

- социальная политика государства и бизнеса должна быть основана на общих ценностях, а принимаемые решения, по меньшей мере, на уровне политического консенсуса должны устраивать обе стороны.

Для сегодняшнего этапа развития России характерно существенное расхождение между положительным трендом различных индикаторов, отражающих макроэкономическую ситуацию (стабильность бюджета, рост доходов населения, снижение государственного долга) и показателями динамики изменения институциональной среды бизнеса. Подобное сочетание является, по мнению ряда экспертов, беспрецедентным явлением истории экономического развития. Проявлениями институционального отставания России являются:

- превышение конкурентоспособности внешнего рынка над внутренним, обусловленное более высокими издержками ведения бизнеса, жесткостью барьеров «входа», коррупционной нагрузкой;

- барьеры вхождения на рынок связаны не только с тенденциями монополизации рынка (рыночная стоимость принадлежащего государству портфеля акций достигает 40% капитализации фондового рынка России), но и с отсутствием социально-политических факторов, препятствующих закреплению поделенного между «приятельскими субъектами» рынка, замене реальной рыночной конкуренции «государственно-олигархической» экономикой;

- эффективность государственного управления, качество властного регулирования бизнеса не соответствует относитель-

но высокому уровню развития экономики и артикулируется несбалансированностью ее структуры;

- декларируемая стратегия диверсификации в реальности не сопровождается созданием ее ключевого условия – развитием адекватной институциональной среды (качество политических и правовых институтов, эффективность антикоррупционного контроля, структурированное и признанное обществом участие бизнеса в политическом процессе);

- специфичный характер формирования бизнеса в России, при котором приход в него обуславливается не наличием в стране бизнес-возможностей и институциональной среды для развития потенциально прибыльных идей, а отсутствием либо неудовлетворенностью других вариантов трудоустройства.

Очевидно, что активность обсуждения темы взаимоотношений бизнеса и власти как в контексте приватизации власти «олигархами», так и в контексте «захвата» бизнеса государством, в российской научной мысли, публицистике и обыденном сознании имеет, как правило, один концептуальный акцент – вскрыть, вычленив, проанализировать отличия, причем порочные, отличающие российский олигархический или приятельско-этактистский капитализм от «нормальных» практик взаимодействия рынка и демократии в развитых цивилизованных странах. Конечно, понятие «бизнес» достаточно трудно очистить от ценностного, нормативного подхода, вывести за пределы того, что «нам нравится/не нравится». Эмоциональное восприятие бизнес-практик вполне объяснимо с точки зрения восприятия онтологических форм и результатов, имеющих место в современной России. Однако с точки зрения социологической теории дело обстоит несколько сложнее, ибо бизнес – это действительно нормативно нагруженное понятие, включающее в себя фундаментальные социальные основания. Это значит, что бизнес достоин самостоятельного социологи-

ческого изучения, заключающегося в преодолении «экономизированного» или «политизированного» подходов к нему.

Принципиальным является предлагаемый нами подход преодоления рассмотрения бизнеса и власти как жестко противостоящих друг другу сфер общественной жизни. Л. фон Мизес афористично сформулировал: «Политики, проклинаящие большой бизнес, борются за более низкий уровень жизни... Если военные действия приписываются козням военного капитализма, а алкоголизм — козням алкогольной промышленности, то, чтобы быть последовательным, необходимо приписывать чистоту — замыслам производителей мыла, а расцвет литературы и образования — интригам издательской и полиграфической промышленности»¹¹.

Имманентное стремление власти к доминированию и установлению правил для бизнеса или требования политической лояльности и социальной ответственности, подчиненности в выработке стратегии без формализации всяких правил всегда наталкивались на желания бизнеса защитить от притязаний власти хотя бы часть своего бытия. С. Кургинян даже ввел в научный оборот довольно остроумный термин «секьюритизация», подразумевающий добровольный отказ граждан, социальных групп от части своего «комфорта» в целях сохранения его в целом. Важно, что «секьюритизация не посягает на комфорт как принцип. Она просто пытается придать этому принципу определенную эластичность»¹².

Границы между публичной и частной сферами, ограничение властью свободы, и, напротив, предоставление ее бизнесу, безусловно, существуют. Но абсолютизация подобных демаркационных границ является теоретическим упрощением. Именно поэтому, накапливая большой эмпирический материал о бизнесе, подвергая его теоретическим обобщениям, акцентирующим внимание на российской специфике, общая теория бизнеса в ее российской интерпретации развита слабо. В ней доминиру-

ют либо слабополитизированные представления о бизнесе как сугубо хозяйственной деятельности по извлечению прибыли либо акцентируются сильно политизированные аспекты сращивания бизнеса и власти. Опираясь на теоретические разработки проблем инклюзии и эксклюзии, осуществленные Н. Луманом¹³, можно утверждать, что власть опирается на инклюзивную благонадежность, т. е. реализация права на применение насилия сопровождается предъявлением аргументов (доказательств или убеждений), о соответствии этих действий интересам большинства членов социума, граждан государства и т. д.

Бизнес построен на эксклюзивной лояльности, ибо не обладает средствами и правом к принуждению совершения контрактов вне предъявления аргументов в пользу рыночного преимущества своего товара (услуги). Государство, таким образом, означает обязательную включаемость граждан в себя, бизнес — сугубо добровольную деятельность, обладающую, по сравнению с этатистскими структурами, свободой «входа» и «выхода». Предлагая обществу различные методы решения национальных проблем, конкурируя, по-сути, друг с другом за влияние на гражданское общество, бизнес и власть не являются, однако, антагонистами в целях и идеалах. Государство справедливо, если оно эффективно позволяет удовлетворять потребности настоящего поколения и создавать условия для роста благосостояния в будущем, а бизнес эффективен, если он социализирован и справедлив, т. е. доброволен и открыт, максимизирует благосостояние собственников не за счет, а для достижения индивидуального благосостояния всех участников процессов производства, распределения и потребления, снижая государственную нагрузку по решению проблем удовлетворения индивидуальных потребностей, тем самым обеспечивая свободу индивидуумов.

Эффективность бизнеса, и власти проявляется в их конкурентноспособности, критерием которой является конкурентная

позиция по отношению к другим участникам рынка — в случае бизнеса, влияние в мире, ресурсные возможности, соблюдение норм международного права и т. д. — в случае государства. Существенна лишь разница в результатах проигрыша этой конкурентной борьбе — банкротство для бизнеса или деградация государства, заканчивающиеся сменой политического режима и неизбежной санацией государственной политики.

Таким образом, бизнес и государство и с точки зрения целей, и с точки зрения структуры и системы управления ими имеют ряд сходных признаков.

Основополагающим в этом аспекте является концепт успешности, т.е. эффективность удовлетворения запросов потребителей через обеспечение конкурентоспособности в политическом или экономическом измерении.

Интегральное рассмотрение бизнеса как политико-экономического феномена является критически важным для ответа на вопросы как о модели формирующейся рыночной экономики, так и о векторах развития российской институциональной системы. В современной литературе отсутствуют подходы, связанные не только с изучением многослойных и разнородных взаимодействий бизнеса и власти, но и с анализом взаимоотношений между хозяйствующими субъектами, между бизнесом и обществом через мир политического, между различными субъектами властных отношений через призму бизнеса.

Вырождение политического за счет его колонизации социальностью и собственностью, приведшее, по формулировке Х. Арндт, к «деградации политики до средства для достижения какой-либо высшей, лежащей за пределами политического цели»¹⁴, обусловило появление косвенной власти, получившей в России устойчивое название «олигархического интереса», которая «сосредотачивает в своих руках все преимущества политической власти, не сталкиваясь ни с каким связанным с ним риском»¹⁵.

Генезис российского бизнеса, очерченный концептуальным оформлением эволюции его связей с государством — от минимизации роли последнего и свободы бизнеса противопоставленной ему, через рыночное государство, регулирующее свободу бизнеса до «интервенционистского государства, государства безопасности (свобода, обеспеченная государством)»¹⁶ требует специального акцента. Необходим выход за пределы юридического (экономического) сознания в предметном и сущностном понимании бизнеса, его «перемещение» в сферу политического, что позволяет фрагментировать определенную логику формирования модели взаимодействия бизнеса и государства, в которой рельефно отражена и история развития российского социума, и реальная практика политико-правовых отношений, и особенности становления самого бизнеса.

В реалии частный бизнес не играет исключительной роли в социально-экономической жизни, власть не занимает нейтральной позиции по отношению к процессам производства и инвестирования, соотношение между частной и государственной собственностью не является строго детерминированным, а весьма вариативно. При этом «правила игры» по установлению оптимальной модели этого соотношения устанавливает государство. Тезисно рассматривая политические аспекты процесса создания госкорпораций в России, усиления государственной доли на фондовом рынке, можно выделить следующие политические мотивы:

1. Существование крупных государственных компаний снижает налоговую зависимость государства от частного бизнеса.

2. Получаемые от подконтрольных государству компаний средства могут использоваться не только в качестве финансово-экономического фундамента различных национальных социальных проектов, но и как элемент политического хеджирования от «инвестиционных капризов» частного бизнеса.

3. Установление государственного контроля над стратегически важными, ключевыми, системообразующими отраслями существенно уменьшает возможности бизнеса по «контролю без усилий» (Ч. Линдблом) применения инвестиционных санкций против неприемлемого политического режима.

Однако подобный подход прежде всего характерен для ситуации устойчивого экономического подъема, при котором артикуляция политических интересов власти смещена с задач инвестирования в доверие бизнеса на проблему политического конструирования стабильности и лояльности других социентальных групп. Политическое давление бизнеса на государство уменьшается, иногда обнуляется, за счет расширения пространства возможностей обратного влияния для решения социальных проблем. Напротив, в период рецессии, когда экономическая стагнация сужает электоральное поле власти, вектор политического инвестирования смещается в сторону императивов завоевания (возвращения) доверия бизнеса. В генезисе российского бизнеса, в истории становления постсоветской России принято выделять такое явление, как олигархия. Оно является обязательным участником практически всех значимых политических событий, концентрирует в себе все отрицательные стороны посткоммунистической России, имеет широкое общественное звучание и инструментальную функциональность в электоральном процессе. Любопытно, что если в марксизме и советском обществознании термин «олигархия» применялся лишь по отношению к группе финансовых монополий, а не как базисная характеристика раннего капитализма, то для западной политологии этот феномен не являлся (до распада коммунистических систем) приоритетным интересом.

Российские исследователи не только указывают на то, что «многое продолжает оставаться неясным, и прежде всего, что такое «олигархия»¹⁷, но и считают, что «сомнения вызывает научная самостоятель-

ность подобного определения реально существующего в России явления... Тратить силы на поиски точного определения понятия «олигархия» непродуктивно»¹⁸.

В рамках нашего исследования целесообразно остановиться на специфике взаимодействия государства и бизнеса, свойственной отдельным странам на этапе догоняющего развития, отягощенного наследием предыдущего социо-культурного и политико-экономического наследия. При этом для нас актуален вопрос не о необходимости государственного воздействия и вмешательства в развитие бизнеса, а о вариациях и последствиях взаимодействия бизнеса и власти, которые определяются уровнем и типом общественного развития. В этой связи целесообразно уточнить ряд методологических моментов.

Во-первых, отметим, что ускоренный рост частного предпринимательства характерен для всех переходных и развивающихся обществ, но реальная динамика и конкретные механизмы его становления определяются целевыми установками власти и состоянием общества.

Во-вторых, рыночная трансформация в этих обществах требует существенной модификации функций государства по отношению к бизнесу, но не устранения его из хозяйственной жизни. Ф. фон Хайек, отрицая централизованную организацию и управление всеми процессами деятельности в соответствии с сознательно сконструированной программой, акцентировал внимание на том, что это отрицание «не следует путать с догматической приверженностью принципу *laissez-faire*. Либералы говорят о необходимости максимального использования потенциала конкуренции для координации деятельности, а не призывают пускать вещи на самотек, ... подчеркивают, что для создания эффективной конкуренции нужна хорошо продуманная система законов, что ... надо использовать и другие методы управления экономической деятельностью»¹⁹. Всеобъемлющий контроль за производством и распределе-

нием заменяется созданием институциональных условий для развития бизнеса и эффективных конкурентных рынков, а политическое конструирование бизнес-дизайна означает государственное воздействие по направлению деловой активности в социально значимое поле.

В некоторых отечественных исследованиях допускается, на наш взгляд, излишне расширительная трактовка известной конструкции отстранения политической власти от организации производства в соответствии со своими собственными политическими критериями, которая рельефно отражена в известной формуле Ч. Линдблома: «Конституционные нормы – особенно законодательство о частной собственности – указывают, что, хотя государства могут запретить определенные виды деятельности, они не могут приказывать деловым кругам работать. Они должны побуждать, а не приказывать»²⁰. Любопытно, что Ч. Линдблом в примечании к указанной формулировке пишет: «Однако частная собственность не является ключевым фактором описываемого процесса. Поскольку в любой рыночной системе независимо от того, доминирует ли там государственное или частное предпринимательство, предприятия должны обладать автономией или правами реагирования на сигналы, поступающие от рынка, а не быть обязанным выполнять распоряжения государства»²¹.

Проблема, следовательно, заключается в том, что проведение догоняющей модернизации невозможно путем трансплантации, заимствования, повторения моделей развития более передовых обществ, необходим иной порядок фаз институциональной трансформации, требуется, как отмечает Н. А. Симония, «иная, – активная и структурообразующая – роль государства уже на первых этапах перехода, больший упор на структурные элементы наиболее современных форм предпринимательства в интересах сокращения естественно-исторического процесса и «минования» отдельных его этапов»²².

На наш взгляд, антиолигархическая идеология имеет достаточно высокий мобилизационно-электоральный потенциал с ярко выраженным мейнстримом в сторону позиционирования сложившихся на сегодня политико-экономических кланов как элиты, способной обеспечить сохранение российского суверенитета в условиях глобализации.

В условиях институциональной недооценки правил и норм взаимоотношения бизнеса, власти и общества, подобный концепт воспринимается как негласное разрешение со стороны власти и менеджера, и чиновнику, и наемному работнику «делать деньги» любыми средствами, соблюдая внешнюю лояльность и демонстрируя свою определенную квазиаскезу, соответствующую ожиданиями не общества, но власти. «Если государство скажет, – заявляет Олег Дерипаска, – что мы должны отдать активы, мы их отдадим. Я не отделяю себя от государства»²³. Любопытна весьма жесткая оценка подобной институциональной траектории развития бизнеса, которую гораздо раньше дала известный публицист Юлия Латынина: «Олигарх, который отдал этому государству хоть списанный «мерс», недостойн управлять даже скобяной лавкой»²⁴.

Таким образом, «антиолигархическая» риторика, исходящая от власти, по своим конструктивным составляющим сугубо прагматична и утилитарна, ибо парадоксальным образом способствует дальнейшей концентрации капитала и росту числа российских представителей в списках журнала «Форбс» за счет приобретения развивающихся производств у той части бизнеса, которая «не обременена» политическим ресурсом. В этом – принципиальная черта взаимодействия бизнеса и власти в России, заключающаяся в технологичном моделировании методами политического конструирования онтологического уровня бизнеса. «Управляемая демократия», «равноудаленный бизнес» позволяют добиваться результатов лишь в условиях неразвитости

экономических институтов, «что, в свою очередь, не может не оказать негативного воздействия на дальнейшие перспективы политической трансформации»²⁵.

Мотивы политического конструирования институционального дизайна российского бизнеса как института порождены прежде всего функциональной сущностью экономических институтов – координация, определение характера и способов распределения и перераспределения ресурсно-доходного потенциала в обществе. Именно в этом, а не различной силе игроков заключается суть политико-экономической системы современной России, которая дает возможность ее структурным элементам получать дополнительную прибыль от использования властного потенциала, даже если эта система в целом или в частностях демонстрирует свою неэффективность. С другой стороны, условием поддержания институционального равновесия является заинтересованность игроков в сохранении властных позиций как с целью извлечения дохода, так и для обеспечения безопасности жизни, собственности, самой власти как самостоятельного блага. Таким образом, изменение институционального дизайна бизнеса является не только мотивом политического конструирования, но и фактором обеспечения стабильности политической системы²⁶.

Переход к капитализму в России, носящий характер «догоняющей модернизации», сопровождался политическим выживанием, властью старых социальных форм при политической неразвитости, неготовности субъектов социальных отношений.

Для современной России традиционалистские установки негативного отношения к предпринимательству существенно артикулированы социальной памятью о реальном воплощении коммунистической утопии, умноженной на эмпирически осознанный «вброс» в рыночные отношения. Для России, по сути дела, страны с полупатриархальной нравственностью и моральным кодексом строителя коммунизма

внезапное появление массовых криминальных разборок, огромного рынка проституции и наркомании, «переквалификация» инженеров в «челноков», разрушение советской социальной инфраструктуры не могло не привести к деморализации и де социализации общества.

Современный капитализм на Западе возник в результате длительной политической борьбы против ценностей средневекового, дворянско-крестьянского мира и является итогом развития свободной конкуренции, которую бизнес одновременно отрицает и воспроизводит. Российский бизнес возник по политической воле государства и на основе разрушения огосударственной экономики, что создает особый тип социальной архитектуры отношений труда и капитала, собственника и менеджмента, бизнеса и власти. Отсутствие свободной конкуренции, не связанной с откровенным аппаратно-государственным протекционизмом, силовым или криминальным «способом производства», тормозит формирование массового «самостоятельно делового человека». По мнению И. К. Пантина, основной доминантой хозяйственной стратегии и критерием успеха крупного бизнеса в России является поглощение чужой собственности, а не ее создание и эффективное управление²⁷.

Оценивая социодинамику развития российского бизнеса с точки зрения информационной стадии развития общества и мировых процессов структурного кризиса индустриальной цивилизации, рискнем высказать предположение, несколько отличающееся от укоренившегося дискурса о политических основаниях антиолигархического сдвига. Безусловно, предложенные частному бизнесу правила поведения, образно сформулированные В. Ю. Сурковым как задача «прекратить шляться по Кремлю», являются лишь российским специфическим антуражем процессов экономической глобализации, требований мирового фондового и финансового рынков. Российский бизнес, включаемый в эту систему,

неизбежно осознает, что соответствие мировым стандартам способствует его развитию. Размещение акций российских предприятий на мировых биржах должно соответствовать трем базовым условиям: легальность, легитимность, ликвидность. Следовательно, необходима такая реструктуризация бизнеса, которая сделала бы его понятным в глазах мировых портфельных и стратегических инвесторов как по структуре собственности, так и по качеству корпоративного управления. Такой сдвиг в российском бизнесе происходит. Следующим этапом его становления неизбежно станет уменьшение вплоть до обнуления нелегитимного административного ресурса, его замена в качестве конкурентного преимущества на инвестиционное финансирование, которое несопоставимо с чиновничьей дружбой по возможностям роста, прибыльности, эффективности, социального статуса. Использование властного потенциала для достижения целей в своем бизнесе контрпродуктивно на мировом рынке, а с учетом российской действительности является существенным фактором повышения уровня политических рисков.

Таким образом, можно сделать следующие выводы :

- власть на современном этапе политического развития России является фактором устойчивости финансово-кредитной и экономической систем, но не гарантом эффективности динамического развития бизнеса;

- действия власти (так называемый «план Путина») позволяют преодолевать различные «провалы рынка», например, в сфере нанотехнологий, атомного энергомашиностроения, авиа- и судостроительной промышленности. Однако для эффективного использования властного потенциала, направленного на повышение уровня и качества управления собственностью необходимо соответствующее качество политических институтов;

- власть в России является важнейшим фактором повышения рыночной стоимос-

ти бизнеса (наиболее характерный пример — взрывной характер роста капитализации ОАО «Газпром»). Однако, замечая рыночный механизм политическим влиянием на производственную эффективность, необходимо сохранять баланс отношений между всеми субъектами рынка;

- чрезмерное увлечение эгоистического использования власти отдельными бизнес-структурами может способствовать уменьшению эффективности производства и отклонению ключевых экономических показателей от рыночно-оптимальных, а также росту трансакционных издержек на оплату «политических услуг»;

- создание «придворного ансамбля» экономических структур вызывает определенную искривленность в объективности информации о реальных бизнес-процессах, что отражается на обществе в целом (рост зарплат в нефтегазовом секторе приводит к эффекту домино в других отраслях без соответствующего увеличения производительности труда, и к росту избыточной денежной массы у населения). При этом, чем больше расширяется политическое пространство в бизнесе, чем выше становится уровень принятия политических решений о вариантах и направлениях инвестиций капитала, тем выше цена управленческих ошибок, тем дороже последствия решений, основанных на ограниченности информации;

- власть может негативно воздействовать на сам «дух капитализма» (Макс Вебер), когда политически близкий бизнес улучшает свое положение за счет бизнеса «равноудаленного», вызывая в обществе по-новому окрашенную и формулируемую проблему справедливого распределения.

Отметим, что проблема «первородного греха», т. е. источников приобретения прав собственности, не является специфически российской. Она была характерна и для периода первоначального накопления капитала в развитых странах, и для посткоммунистических обществ, осуществляющих приватизацию. Этой проблеме посвящено

значительное количество специальной литературы, но изложение соответствующих точек зрения выпадает за рамки данного текста. Отметим одну из последних работ Г. А. Явлинского, в которой он достаточно жестко формулирует два основных обоснования необходимости политического решения проблемы легитимности. Во-первых, для России признание обществом легитимности распределения собственности естественно-историческим путем неприемлемо. Во-вторых, низкая легитимность частной собственности — главное препятствие развития полноценной рыночной экономики²⁸.

Нелегитимность собственности и прав бизнеса на управление ею как в глазах собственного населения, так и по мнению власти, проявляется тогда, когда меняются стратегии политического режима, обостряются социальные противоречия или наступает экономический спад. При этом вопрос нелегитимности собственности актуализирован ее сверхконцентрацией в России, когда примерно 1500 «олигархов» контролируют 50% всей собственности, а 14 «суперолигархов» распоряжаются средствами, равными 26% ВВП²⁹, что, по нашему мнению, означает правомерность постановки вопроса о легитимности политической и экономической системы общества в целом.

Институционально эта проблема не может быть решена одномоментным юридическим актом или декларациями политического лидера о консервации итогов приватизации. Любая смена режима или даже перегруппировка в государственном аппарате несет в себе латентную возможность перераспределения активов, в том числе путем изменения законодательных актов. С другой стороны, сохраняя эту проблему в «отложенном» состоянии, власть всегда будет испытывать угрозу политической нестабильности, а бизнес будет стремиться к ужесточению своего контроля над политико-правовой системой, опасаясь потерять права управления. Соответственно, инве-

стирование в национальную экономику будет осуществляться лишь в рамках проявления политической лояльности. Методы решения этой проблемы в России не выходят за рамки сформулированные в концептах Русской системы³⁰, раздаточной экономики³¹ и административно-ресурсного рынка³². Пресечение попыток бизнеса управлять не только своей собственностью трансформировалось в подчинение его свободы воле государства, при которой капитал встраивается в систему политического аппарата и является властным ресурсом, однотипным не только по содержанию, но и по форме силовым структурам. Терпимость власти к неразрешенности вопроса легитимности собственности — это осознанный метод рамочных ограничений, при котором вопросы происхождения капитала, методов личного обогащения при действующем политическом режиме для него являются несущественными. Существует широкий спектр рецептов решения проблемы легитимации частной собственности — от ренационализации до введения налогов на непредвиденные расходы (доплата бизнесом разницы между суммой, уплаченной в ходе приватизации, и нынешней аукционной ценой компании) или жесткой прогрессивной шкалой налогообложения. Каждый из этих вариантов далеко не бесспорен и в любом случае открывает поле не только для усиления роли государства — собственника, что не является однозначно негативным трендом, а прежде всего для формирования деформированных институциональных механизмов государственного корпоративизма, при котором политическое доминирование над бизнесом определяется уже не только задачей перераспределения собственности, но и вмешательством государственного аппарата в непосредственное распоряжение и управление собственностью, что, безусловно приводит к деградации не только материальных, но и интеллектуальных, менеджериальных ресурсов бизнеса, «в ходе которой ресурсы наиболее ушлых людей пре-

вращаются из товаров и денег в ресурсы других людей. Перераспределение мотивируется тем, что у новых собственников ресурсов более государственническое мышление, чем у прежних»³³.

Конструирование «равноудаленности» бизнеса от власти трансформируется в невозможность реальной управляемости собственными активами без использования административного ресурса, в повышенную рискованность инвестиций при принятии решений о них вне сложившейся

системы реальных отношений по поводу владения и распоряжения собственностью, включающей в себя теневые и силовые компоненты. Проблема не в извечном философском споре о границах между частным и государственным, а в изначальной институциональной недостаточности современных властных российских ресурсов и уровня их компетенций для управления бизнесом. Состояние институтов государственной власти становится главным узким местом развития бизнеса (табл. 1).

Таблица 1

Некоторые показатели административных условий ведения бизнеса

Страны	Регистрация собственности		Обеспечение исполнения контрактов		Получение лицензий и разрешений		Индекс защищенности интересов инвестора (0–10)	Индекс благоприятности условий для бизнеса место с 1 по 175
	Срок (дней)	Затраты (% стоимости имущества)	Срок (дней)	Издержки (% от суммы долга)	Срок (дней)	Затраты (% дохода на душу населения)		
США	12	0,5	300	7,7	69	16,0	8,3	3
Великобритания	21	4,1	229	16,8	115	68,9	8,0	6
Австралия	5	4,8	181	12,8	140	13,8	5,7	8
Германия	40	4,5	394	10,5	133	89,1	5,0	21
Армения	4	0,4	185	14,0	122	43,1	5,0	34
Португалия	81	7,4	495	14,5	327	60,3	6,0	40
Казахстан	52	1,8	183	11,5	248	35,0	5,7	63
Венгрия	78	11	335	9,6	212	260,0	4,3	66
Италия	27	0,9	1210	17,6	284	142,3	5,0	82
Китай	32	3,1	292	26,8	367	84,0	5,0	93
Россия	52	0,3	178	13,5	212	82,9	5,3	96
Азербайджан	61	0,3	267	19,8	212	979,4	4,3	99
Бразилия	47	4,0	616	15,5	460	179,9	5,3	121
Украина	93	3,4	183	16,0	242	186,5	3,7	128
Беларусь	231	0,1	225	21,1	354	17,5	3,7	129
Индия	62	7,8	1420	35,7	270	606,0	6,0	134
Руанда	371	9,6	310	43,2	252	626,5	2,7	158

Источник: [Бизнес в 2007 году: Как проводить реформы. Сравнение норм государственного регулирования по 175 странам. – М.: Весь мир, 2007.]

Следовательно, основным направлением институциональной трансформации российского бизнеса должно стать создание и внедрение такой структуры управле-

ния всеми видами собственности, при которой минимизируется возможность извлечения политической ренты, связанной с преимуществами «государственно-при-

ятельского» положения любого субъекта политического процесса.

Блестящий российский министр финансов и аналитик С. Ю. Витте тонко уловил присущую России особенность взаимодействия бизнеса и власти: «Как бы ни был изменен законодательной властью порядок открытия и эксплуатации фабрично-заводских предприятий, последние всегда будут в значительной зависимости от многочисленных местных властей, начиная от урядника и восходя до генерал-губернатора, и эти местные влияния могут быть полезны и благотворны только тогда, когда все органы власти проникнутся убеждением, что развитие промышленности есть благо с государственной и народно-хозяйственной точки зрения и что всемерная помощь ей входит в круг их служебных и нравственных обязанностей»³⁴.

Современный эксперт Александр Волков ту же проблему в условиях современной России концептуализирует так: «Я делю бизнес на мелкий, средний и крупный не так, как принято в законодатель-

стве — по количеству работников или по объему производимой продукции, а потому, какой чиновник может этот бизнес закрыть»³⁵.

Таким образом, необходима эволюция от модели политического конструирования институциональной среды бизнеса, заключающейся в активном предложении институтов со стороны власти, к модели рыночного конструирования, ориентирующейся на цивилизованный и социально включенный спрос на эффективные институты со стороны самого бизнеса.

Это означает, что основным вектором развития социальной включенности бизнеса должно быть разрушение неэквивалентных отношений между ним и властью, сокращение возможностей чиновников по формированию «плавающих ресурсов» (понятие введено Ш. Айзенштадтом), т. е. ресурсов выведенных из-под контроля гражданского общества и мобилизуемых в целях реализации политической программы государственного аппарата³⁶.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Смольков В. Г. Предпринимательство как особый вид деятельности // Социс. — 1994. — № 2. — С. 16.

² Дряхлов Н. И., Давыденко В. А. Предпринимательство как объект и субъект управления: методологические подходы // Социс. — 1996. — № 6. — С. 120–125; Либман А. Н., Хейфец Б. А. Экспансия российского капитала в страны СНГ. — М.: Экономика, 2006. — С. 11–33. Обзор эволюции взглядов на предпринимательство и его функции достаточно подробно и аргументировано представлен в работах: Дынкин А. А. Указ. соч.; Радаев В. В. Экономические и социологические концепции хозяйственного поведения человека: сравнительное исследование: Автореф. дисс. ... д-ра экон. наук. — М., 1997; Радаев В. В. Экономическая социология. — М.: ГУ ВШЭ, 2005. — С. 202–215.

³ Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. — М.: ЭКСМО, 2007. — С. 142.

⁴ Пантэ Я. Ш. Олигархи. Экономическая хроника. — М.: ГУ-ВШЭ, 2000.

⁵ Голдман М. Пиратизация России. Русские реформы идут вкривь и вкось. — Новосибирск; М., 2005.

⁶ Крыштановская О. Анатомия российской элиты. — М., 2005; Зудин А. Властные элиты современной России. — Ростов-на-Дону, 2004; Власть и элиты в российской трансформации / Под ред. А. В. Дуки. — СПб.: Интерсоцис, 2005.

⁷ Гаман-Голутвина О. В. Политические элиты России: вехи исторической эволюции. — М.: РОССПЭН, 2006. — С. 314.

⁸ Там же.

⁹ Яковлев А. А. Эволюция стратегий взаимодействия бизнеса и власти в российской экономике // Российский журнал менеджмента. — Т. 3. — 2005. — № 1. — С. 30.

- ¹⁰ Друкер Питер Ф. Практика менеджмента. — М.: Вильямс, 2007. — С. 49.
- ¹¹ Мизес Л. Теория и история: Интерпретация социально-экономической эволюции. — Челябинск: Социум, 2007. — С. 130.
- ¹² Кургинян С. Е. Слабость силы. Аналитика закрытых элитных игр и ее концептуальные основания. — М.: ЭТЦ, 2006. — С. 12.
- ¹³ Луман Н. Дифференциация. — М.: Логос, 2006. — С. 34–48.
- ¹⁴ Арендт Х. Люди в темные времена. — М.: МПИ, 2003. — С. 304.
- ¹⁵ Шмитт К. Диктатура. — СПб.: Наука, 2006. — С. 227.
- ¹⁶ Сморгунюв Л. В. Философия и политика. Очерки современной политической философии и российской ситуация. — М.: РОССПЭН, 2007. — С. 16.
- ¹⁷ Зудин А. Ю. Олигархия как политическая проблема российского посткоммунизма // Общественные науки и современность. — 1999. — № 1. — С. 45.
- ¹⁸ Кива А. А. Российская олигархия: общее и особенное // Общественные науки и современность. — 2000. — № 2. — С. 18.
- ¹⁹ Хайек Ф. А. Дорога к рабству. — М.: Новое изд-во, 2005. — С. 59.
- ²⁰ Линдблом Ч. Политика и рынки. Политико-экономические системы мира. — М.: ИКСИ, 2005. — С. 193.
- ²¹ Там же.
- ²² Государство и частное предпринимательство в условиях «догоняющего развития» // Общественные науки и современность. — 1999. — № 1. — С. 6.
- ²³ Дерипаска О. Интервью газете «Financial Times». Цит. по: Новое время. — 6.08.2007. — № 26 (026). — С. 40.
- ²⁴ Латынина Ю. Промзона. — М.: Олма-пресс, 2003. — С. 415.
- ²⁵ Либман А. Экономические институты в «гибридных» системах // Свободная мысль. — 2007. — № 9 (1580). — С. 98.
- ²⁶ Алейников А. Политический дизайн институциональной трансформации российского бизнеса // Власть. — 2007. — № 10. — С. 60–66; Милецкий В. П., Алейников А. В. Политическая логика институциональной трансформации взаимодействия российского бизнеса и власти // Политическая социология: теоретические и прикладные проблемы: Сборник научных статей. — СПб.: Издат. дом СПбГУ, 2007. — С. 84–98.
- ²⁷ Пантин И. К. Выбор России: характер перемен и дилеммы будущего // Полис. — 2007. — № 4. — С. 131–133.
- ²⁸ Явлинский Г. Необходимость и способы легитимации крупной частной собственности в России: постановка проблемы // Вопросы экономики. — 2007. — № 9. — С. 4–11.
- ²⁹ Рогачева И. А. Россия: власть и бизнес. — СПб.: Наука, 2007. — С. 22.
- ³⁰ Пивоваров Ю., Фурсов А. Русская система и реформы // Pro et Contra. — Т. 4. — № 4. — 1999. — С. 176–197; Пивоваров Ю. С. Русская политика в ее историческом и культурном отношении. — М.: РОССПЭН, 2006.
- ³¹ Бессонова О. Э. Раздаточная экономика России: эволюция через трансформацию. — М.: РОССПЭН, 2006.
- ³² Кордонский С. Г. Рынки власти: административные рынки СССР и России. — М.: ОГИ, 2006.
- ³³ Кордонский С. Г. Ресурсное государство. — М.: REGNUM, 2007. — С. 42.
- ³⁴ Витте С. Ю. О положении нашей промышленности. Всеподданнейший доклад министра финансов // Историк-марксист. — 1932. — № 2/3. — С. 139.
- ³⁵ Волков А. Д., Привалов А. Н. Скелет наступающего. Источник и две составные части бюрократического капитализма в России. — СПб.: Питер, 2008. — С. 30.
- ³⁶ Eisenstadt S. N. Les causes de la disintegration et de la chute des empires. Analyses sociologiques et analyses historiques // Diogene. — 1961. — № 34. — P. 95–96.