

# **ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

## **РОССИЙСКИЙ БИЗНЕС КАК ОБЪЕКТ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ОСМЫСЛЕНИЯ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАЕКТОРИИ В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

**А.В. Алейников**

Кафедра конфликтологии  
Санкт-Петербургский государственный университет  
*Менделеевская линия, 5, С.-Петербург, Россия, 199004*

В статье предпринята попытка интегрального рассмотрения бизнеса как полифункциональной деятельности во взаимодействии с социумом, предложены основные подходы к его анализу как социально-политического феномена. Институциональные траектории генезиса бизнеса в современной России просматриваются через мир политический, вычленена логика формирования современной модели взаимодействия бизнеса и власти.

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 остро недостает подходов, связанных 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. 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 желание бизнеса защитить от притязаний власти хотя бы часть своего бытия. 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

доминируют либо слабополитизированные представления о бизнесе, как сугубо хозяйственной деятельности по извлечению прибыли, либо акцентируются сильнополитизированные аспекты сращивания бизнеса и власти.

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.

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

Во-первых, бизнес — это предельно рационализированный, целенаправленный и последовательно избирающий средства достижения цели и успеха вид деятельности.

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

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 системе 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 социу-

ма с логикой развития национального бизнеса. Г. Гинс формулирует, что роль бизнеса в обществе состоит не только в изменении управления ресурсами с целью извлечения дохода из влияния на неопределенную рыночную среду, в создании новых видов потребительских ценностей, в расширении источников средств удовлетворения социальных потребностей, но и в том, что он «очищает дорогу другим, склоняясь перед неудачами и своим отрицательным опытом предупреждая от ошибок других либо... показывая другим пути удачи» [5. С. 15].

Функционирование бизнеса, система его взаимодействия с обществом и властью происходят в институционализированных рамках конкретных форм и механизмов. Доминирование в современных российских политических доктринах и практических действиях идей, равноценных известной формуле «равноудаленности», противоречит здравому смыслу и традициям европейской культуры (протестантская этика Макса Вебера). Не случайно, что апелляции к позитивности ряда элементов бизнес-системы эпохи «первоначального накопления капитала», практической успешности действий и усилий по конструированию фундаментальных основ предпринимательской культуры воспринимаются как политическое фронтёрство и интеллектуальный эпатаж.

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 монополии.

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. Максимум 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» [8. С. 49].

С социально-философской точки зрения примат либо подлинных или мнимых нравственных начал (допустим, неформальных «кодексов деловой чести»), либо нормальных правовых регуляторов («холодный юрицизм») 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.

Возможная логика вычленения бизнеса как особого социально-политического феномена может заключаться в следующем.

Во-первых, сформулировать принципиальную целевую установку, обосновывающую возможность институциональной трактовки данного феномена, вскрыть его сущность, специфику и механизм взаимодействия с другими социальными образованиями. Во-вторых, воспользоваться функциональным, структурным и историческим типами обоснования существования бизнеса, показать, что он существует как следствие своих отношений с другими институтами в социальной системе, выполняя определенные функции в обществе, способствуя его интеграции. Выявив функции бизнеса и показав, что они являются общественно-значимыми, что их структура и содержание близки к структуре и составу функций, которые выполняют в обществе другие социальные институты, мы сможем определить бизнес как элемент структурного механизма, посредством которого общество регулирует и при необходимости осуществляет социальные изменения.

Следующим этапом построения социологической трактовки бизнеса является анализ способов его включения в различные сферы социальной жизни, взаимодействия с другими акторами, предъявление аргументов неотъемлемости бизнеса как элемента комбинаций всех сфер общества, обеспечивающего их функционирование. Подобная логическая схема оправдана, т.к. исходит из представления о том, что бизнес является продуктом эволюции социальной системы и, с другой стороны, специфика основных механизмов его функционирования зависит от многих закономерностей развития его как особого вида социальной деятельности. То есть анализ бизнеса невозможен без соотнесения его деятельности как с деятельностью других институтов, так и с системами более общего порядка.

Экономическая пассионарность, конструктивистское разрушение традиционализма, восполнение дефицита ресурсов творческой энергией, особое чутье или интуиция — это ключевые предпринимательские признаки. Кроме того, 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.

Основываясь на конструктивистских положениях функциональной дифференциации, разработанных Никласом Луманом, который считал, что «функция состоит в соотношении с какой-то проблемой общества, а не в аутореференции и не в самосохранении функциональной системы» [10. С. 173], можно выделить целый набор функциональных эффектов бизнеса. Наиболее убедительно они представлены в концепции Эрнандо де Сото и заключаются в следующем. Во-первых,

фиксация экономического потенциала активов. Управление собственностью перемещает «материальный объект в созданное человеком пространство символических отображений, где можно освободить ресурс от обременительных материальных ограничений и выявить его потенциал в чистом виде», отфиксировать «социально и экономически наиболее полезные характеристики отношений активов в противоположность зримым качествам самих вещей» [7. С. 56]. Институционализация управления собственностью дает инструмент для производства добавочных ценностей сверх имеющихся активов и позволяет рассматривать свое имущество не только как источник непосредственных материальных благ, но и как латентную экономическую и социальную возможность. Именно бизнес является лестницей перехода из мира материальных активов в концептуальный мир капитала, в котором они раскрываются в наиболее полной и оптимальной форме. Управление собственностью, фиксирующее экономический потенциал активов, создает возможность для выявления их наиболее производительных качеств, раскрывает экономический смысл вещей. Во-вторых, интеграция разрозненной информации. Доступ к легальной частной собственности, управляемой бизнесом, включается «в систему законных процедур регистрации частной собственности, ... что явилось поистине революционным преобразованием в хозяйственной и социальной жизни народов западных стран, вся соответствующая информация, правила и нормы оказались сведены в единую базу знаний» [7. С. 56]. Интеграция и унификация разнородных систем управления, стандартизация процедур регистрации контрактов позволяют артикулировать экономические и социальные характеристики любого объекта управления, что является элементом создания институциональной среды экономического развития. В-третьих, создание единой правовой системы для управления собственностью, вменение связанных с управлением прав и обязанностей повышает степень ответственности собственников. «Освобождение от примитивных экономических забот и от обременительных местных ограничений развязало людям руки для деятельности, направленной на повышение ценности и доходности их активов, ... владельцы утратили анонимность. Получив выгоды неразрывно связанных ... четких прав и обязанностей, люди заплатили за это невозможностью прятаться за спины толпы» [7. С. 62]. Используя методологию Н. Лумана, можно ввести понятие кодирования, которое «управляет колебанием между позитивным и негативным значениями, т.е. контингенцией оценок, на которое система ориентирует собственные операции» [10. С. 176]. Это кодирование, заключающееся в уважении к собственности, к принятым обязательствам, к договорам, в готовности подчиниться закону, позволяет системе фиксировать факт любого асоциального поведения индивида, что, в свою очередь, сказывается на его репутации в глазах всех участников сети, образуемой отношениями собственности. «Полезность системы, — пишет Э. де Сото, — в значительной мере кроется в соединении прав и ответственности, в налагаемых ограничениях, в порождаемых правилах игры и в совокупности возможных санкций» [7. С. 62]. Участие в бизнесе позволяет вступать в любые соглашения, но платой за это является понимание связанных с этим рисков и принятие обязательств по развитию отфиксированного обществом экономического и социального потенциала акти-

вов, находящихся в управлении. В-четвертых, социальная эффективность бизнеса заключается в повышении ликвидности активов, что позволяет вполне, в духе Шумпетера, их «легко комбинировать, делить, мобилизовывать, использовать для стимулирования экономических операций» [7. С. 63]. Используя широко применяемое Н. Луманом понятие аутопойезиса, можно предположить, что, отчленив от косных материальных активов их экономический смысл, бизнес-система наделяет активы свойством ликвидности, т.е. способности выступать в форме, удовлетворяющей требованиям любых транзакций, расщеплять, соединять и комбинировать активы, приспособляя их к любым изменениям экономической, политической или правовой ситуации. В-пятых, развитие общественных связей. «Оперативная замкнутость функциональных систем, — пишет Н. Луман, — не исключает того, что определенные события одновременно в нескольких системах идентифицируются как операции, и тогда наблюдатель может рассматривать их как единство. Так, денежные платежи, как правило, служат выполнению долгового обязательства и в любом случае изменяют правовую ситуацию в отношении собственности» [10. С. 180]. Таким образом, отфиксировав историю активов и их соотнесенность с конкретными собственниками, создав юридические и социальные условия для выполнения контрактов, бизнес позволяет создать «сеть легко идентифицируемых и лично ответственных агентов бизнеса» [7. С. 65], радикально изменяя возможности коммуникаций по поводу активов, их потенциала и использования, поднимая статус предпринимателей как агентов хозяйственной деятельности и акторов политического процесса, способных придать управляемым ресурсам практически любую форму. В этом случае социальная эффективность бизнеса заключается в производстве связей, позволяющих на базе собственных ресурсов создавать более эффективные комбинации, формирующие потребителя. В-шестых, паспортизация сделок. Э. де Сото справедливо отмечает эту черту бизнеса, поскольку документальное описание экономически значимых особенностей активов, несомненно наиболее актуальное в странах посткоммунистической трансформации, содержащее всю информацию «о факторах, ограничивающих и повышающих ценность активов» [7. С. 68], позволяет повысить мобильность ресурсов, обеспечить значительную экономию транзакционных издержек без их вывода за пределы правовой системы. Именно возможности гарантировать выполнение заключенных соглашений вне государственных обязательств лишена значительная часть российского бизнеса. Владимир Соловьев по этому поводу удачно заметил: «Необходимо четко понимать, что стоимость бизнеса в России равна тому, сколько стоит этот бизнес отобрать: все списки «Форбса» — для идиотов» [16. С. 168].

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», определяет 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 электорального 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 относительно 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.

Принципиальным является предлагаемый нами подход преодоления рассогласования 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. С. 130].

Опираясь на теоретические разработки проблем инклюзии и эксклюзии, осуществленные Н. Луманом [10. С. 34—48], 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



благополучия в будущем, а бизнес эффективен, если он социализирован и справедлив, т.е. доброжелателен и открыт, максимизирует благополучие собственников не за счет, а для достижения индивидуального благополучия всех участников процессов производства, распределения и потребления, снижая государственную нагрузку по решению проблем удовлетворения индивидуальных потребностей, тем самым обеспечивая свободу индивидуумов.

Эффективность и бизнеса, и власти проявляется в их конкурентоспособности, 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.

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

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» [1. С. 304], 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» [17. С. 227].

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)» [15. С. 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. Они выглядят следующим образом:

— неразвитая судебная система в условиях развития крупного производства и на фоне ужесточения условий ведения бизнеса в настоящее время эволюционирует в сторону возрастания доверия к судебной защите «бизнеса от бизнеса» и к контрагентам на фоне падения возможностей политически неангажированных бизнес-структур, на отстаивании в суде своих интересов в спорах с государством;

— использование крупными предпринимателями рычагов непосредственного влияния на государственную власть с целью создания своему бизнесу ре-

жима наибольшего благоприятствования нейтрализуется самой властью путем «захвата бизнеса»;

— невероятный размер личных состояний нескольких десятков бизнесменов в России является своеобразной платой за их услуги по сохранению и структурному преобразованию ряда ключевых отраслей экономики на фоне практической ликвидации крупных промышленных предприятий в посткоммунистической Центральной Европе;

— специфической чертой постсоветского бизнеса, в условиях слабости и уязвимости правовой системы, является «приятельский» бизнес как совокупность таких отношений внутри бизнес-сообщества и с внешним властным полем, при котором, по Пьеру Бурдые, «каждая группа агентов стремится поддерживать свое существование с помощью постоянной работы по установлению привилегированной сети практических связей, ... мобилизуемых для ежедневных житейских потребностей» [2. С. 325];

— становление подобной модели российского бизнеса являлось фактором негосударственного вытеснения из сферы крупного предпринимательства организованной преступности и явного криминала, связанного с покушениями на человеческую жизнь и свободу. Сам бизнес, используя и направляя государственные ресурсы, создавая собственные системы безопасности, существенно уменьшил «бандитскую» составляющую в защите приобретенных прав собственности. Однако и государство, и бизнес оказались не готовы к формированию оптимального институционального окружения, к созданию демократических процедур политико-правовых условий защиты от взаимных «захватов». С одной стороны, государство не решило «фундаментальную политическую дилемму хозяйственной системы», сформулированную Б. Уэнгастом: «Правительство, достаточно сильное для того, чтобы защитить права собственности, оказывается вместе с тем и достаточно сильным и для того, чтобы конфисковать собственность своих граждан» [6. С. 268—311]. С другой стороны, бизнес стал использовать власть как несущий элемент конструирования конкурентного преимущества, включая использование государственных ресурсов для ослабления или экономического уничтожения своих конкурентов;

— компрометация и криминализация правил, норм, установлений экономического и политического бытия, приписываемая зарождению российского бизнеса, является, однако, общей проблемой посткоммунистического развития, синдромом перехода от отсутствия многих элементарных законодательно оформленных естественных норм поведения к созданию правового пространства частной и публичной жизни при одновременном падении моральных постулатов;

— культивируемая в обществе «народная ненависть» к бизнесу, особенно крупному, приводит к расколу и конфликтам в обществе, а не к формулированию приемлемого нравственного смысла бизнеса, способного сгладить противоречия и поддержать декларируемое общественное единство. Власть, демонстративно отделяя бизнес от публичной политики, подвергает сомнению безусловную правомерность предпринимательской активности, способствует неприятию большинством общества успехов активного меньшинства. Андрес Ослунд, анализи-

руя динамику народных чувств, отмечает, что «чем больше человек начинает заниматься реальным производством, тем большую ненависть он вызывает... Людей больше всего задевает то, что видно невооруженным глазом. Когда миллиарды утекают из государственной казны, это происходит незаметно для общества. А вот когда олигархи перестают воровать и начинают что-то делать сами, тут-то они выходят из тени на всеобщее обозрение. Заводы-то не спрячешь» [12. С. 7];

— нравственная нелегитимность российского бизнеса, активы и ресурсы которого воспринимаются обществом лишь как знак социального статуса, основанием неадекватного образа жизни, приводят к трактовке бизнеса как «деятельности по деланию денег» любыми, в том числе аморальными и нерыночными, средствами.

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» [9. С. 98].

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 десоциализации 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, си-

ловым или криминальным «способом производства», тормозит формирование массового «самостоятельно делового человека». По мнению И.К. Пангина, основной доминантой хозяйственной стратегии и критерием успеха крупного бизнеса в России является поглощение чужой собственности, а не ее создание и эффективное управление [13. С. 131—133].

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 стоимости бизнеса (наиболее характерный пример — взрывной характер роста капитализации ОАО «Газпром»). Однако, замещая 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 транзакционных 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.

Нелегитимность собственности и прав бизнеса на управление ею как в глазах собственного населения, так и 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% ВВП [14. С. 22], 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, инвестирование в национальную экономику будет осуществляться лишь в рамках проявления политической лояльности. 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. 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.

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 аппарата [18. Р. 95—96].

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 законодательстве — по количеству работников или по объему производимой продукции, а по тому, какой чиновник может этот бизнес закрыть» [4. С. 30].

Это означает эволюцию 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.

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» [3. С. 139].

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Арендт Х.* Люди в темные времена. — М.: МПИ, 2003.
- [2] *Бурдые П.* Практический смысл. — СПб.: Алетейя, 2001.
- [3] *Витте С.Ю.* О положении нашей промышленности. Всеподданнейший доклад министра финансов // Историк-марксист. — 1932. — № 2/3.
- [4] *Волков А.Д., Привалов А.Н.* Скелет наступающего. Источник и две составные части бюрократического капитализма в России. — СПб.: Питер, 2008.

- [5] *Гинс Г.К.* Предприниматель. — М.: Посев, 1992.
- [6] *Гуриев С., Лазарева О., Рачинский А., Цухло С.* Корпоративное управление в российской промышленности. — М., 2004.
- [7] *Де Сото Э.* Загадка капитала. Почему капитализм торжествует на Западе и терпит поражение во всем остальном мире. — М.: Олимп-бизнес, 2004.
- [8] *Друкер П.Ф.* Практика менеджмента. — М.: Вильямс, 2007.
- [9] *Либман А.* Экономические институты в «гибридных» системах // *Свободная мысль.* — 2007. — № 9 (1580).
- [10] *Луман Н.* Дифференциация. — М.: Логос, 2006.
- [11] *Мизес Л.* Теория и история: Интерпретация социально-экономической эволюции. — Челябинск: Социум, 2007.
- [12] *Ослунд А.* Сравнительная олигархия: Россия, Украина и США // *Отечественные записки.* — 2005. — № 1(22).
- [13] *Пантин И.К.* Выбор России: характер перемен и дилеммы будущего // *Полис.* — 2007. — № 4.
- [14] *Рогачева И.А.* Россия: власть и бизнес. — СПб.: Наука, 2007.
- [15] *Сморгунов Л.В.* Философия и политика. Очерки современной политической философии и российская ситуация. — М.: РОССПЭН, 2007.
- [16] *Соловьев В.Р.* Путин. Путеводитель для равнодушных. — М.: ЭКСМО, 2008.
- [17] *Шмитт К.* Диктатура. — СПб.: Наука, 2006.
- [18] *Eisenstadt S.N.* Les causes de la disintegration et de la chute des empires. Analyses sociologiques et analyses historiques // *Diogene.* — 1961. — № 34.

## **THE RUSSIAN BUSINESS AS AN OBJECT FOR THEORETICAL CONCEPTION: INSTITUTIONAL TRAJECTORY IN SOCIO-POLITICAL TREND**

**A.V. Aleynikov**

The Department of conflictology  
Saint-Petersburg State University  
*Mendeleevskaya line, 5, Saint-Petersburg, Russia, 199004*

We make an attempt in the article to make an integral consideration of business as a semi functional activity in interaction with society, the general methodological approaches are suggested to analyze it as a socio-political phenomenon.

Institutional trajectories of the business origin in the modern Russian are considered through the world of political, a logic of the modern model generation of interaction between business and power.