

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ В РОССИИ И ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ*

Л.А. БЕЛЯЕВА

Социальный капитал: концепция и практика

Социальный капитал первоначально рассматривался в экономической литературе как элемент нематериальных ресурсов предприятия, получивших большое влияние в инновационной экономике. Наряду с человеческим капиталом, этот вид нематериальных ресурсов способствует развитию экономики знаний, определяет ее уровень и возможности в каждой отдельно взятой стране. Использование нематериальных ресурсов в информационной экономике предполагает существование в обществе определенной социальной и институциональной среды, которая включает в себя высокий уровень и качество человеческого капитала, торжество закона и личную безопасность граждан и бизнеса; высокое качество жизни, другие условия, способствующие развитию индивидуального творчества и новаторства, в том числе предпринимательства.

Предпринимательство, индивидуальная трудовая деятельность по сути своей представляет новаторство, как утверждал еще Й. Шумпетер. Он показал различия между ростом и развитием, равновесием экономической системы и изменением траектории, по которой совершается кругооборот в экономике, переход народного хозяйства от заданного на каждый момент времени центра тяготения к другому центру тяготения. Шумпетер дал характеристику предпринимательской деятельности как новаторство, открытие путем «осуществления новых комбинаций», в результате которых происходит (1) изготовление нового блага, (2) внедрение нового в производство, (3) освоение нового рынка сбыта, (4) получение нового источника сырья, (5) реорганизация предприятия¹.

В России с переходом к рыночной экономике большие надежды возлагались на раскрепощение творческой инициативы, раскрытие индивидуальности через реализацию частного интереса, инициативность, новаторство, но были недостаточно учтены неизбежные изменения в общественных отношениях. Вместе с открывшимися возможностями реализации индивидуальности оказались низведенными до минимального уровня ценности общественного взаимодействия, доверие между людьми, социальными группами и доверие общественным институтам. А это то, что составляет важную часть социального капитала, который может быть определен как потенци-

* Статья подготовлена в рамках проекта Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ) «Особенности социального капитала в регионах России: возможности эмпирического анализа», грант № 14-03-00338.

альная возможность субъекта — индивида, организации, социальной группы, всего общества — пользоваться системой горизонтальных и вертикальных взаимоотношений (социальными сетями) для реализации своих целей и интересов.

Концепции социального капитала сегодня активно используются в изучении различных сторон жизни общества: сплоченности общества, деятельности частных фирм и корпораций, взаимодействия в сетевых структурах, в сетевом интернет-сообществе и т.д. Но при этом явно недооценены объяснительные возможности этой концепции в анализе предпринимательской деятельности в России.

Для формирования социального капитала необходимы три основных элемента — социальные сети, общие нормы и доверие — которые вместе создают специфическую форму капитала. Социальный капитал от других форм капитала отличается тем, что он «воплощается» не в объектах и субъектах, а в отношениях субъектов. Поэтому невозможно приобрести или передать другому лицу право собственности на социальный капитал. В связи с тем, что элементы социального капитала взаимосвязаны и зависят от уровня анализа (*micro, mezo, macro*), установить первичные факторы социального капитала и определить их влияние достаточно сложно.

Проблемы социального капитала стали активно обсуждаться в последние 15 лет экономистами, социологами и политологами. Это понятие востребовано в междисциплинарных исследованиях. Началось разработке проблемы социального капитала положили П. Бурдьё, Р. Патнем, Дж. Коулмен, Ф. Фукуяма и некоторые другие ученые². Между их подходами существуют различия, проанализированные в статье³. В чем сходны позиции исследователей, так это в исключении из социального капитала государственных институтов. Но институты общественные, институты гражданского общества — его неотъемлемая часть, более того, накопление социального капитала создает предпосылки для становления и развития гражданского общества. Приведем мнение Пьера Бурдьё, который одним из первых сформулировал понятие «социальный капитал». Он считает, что социальный капитал — это ресурсы, основанные на родственных отношениях и отношениях в группе членства. Социальный капитал дает преимущества, выгоды членам группы, является основой групповых солидарностей⁴. Социальный капитал воплощается в социальных сетях, социальных нормах поведения, взаимных поддержках и кооперациях ради получения взаимной выгоды. Бурдьё показывает, что социальный капитал может быть использован для производства и воспроизводства неравенства путем доступа к занятию более высокого места в иерархии через использование социальных связей.

Всемирный банк, который проводит исследование проблем социального капитала в разных странах, определяет социальный капитал

как институты, отношения и нормы, которые формируют качественно и количественно социальное взаимодействие в обществе.

В отечественных публикациях основное внимание уделяется интерпретациям работ зарубежных специалистов и предпринимаются попытки проследить существование и влияние социального капитала на локальные сферы общества⁵. Вне анализа остаются более общие вопросы влияния социального капитала на развитие общества – его объема, структуры, региональных особенностей. Отставание в анализе социального капитала в России объяснимо, поскольку длительное время считалось, что экономический рост обеспечивается наличием физических, финансовых, человеческих, культурных ресурсов. Затем стали уделять большее внимание проблеме создания современных институтов развития. Но оказывалось, что эти институты не всегда успешно приживаются в обществе и не оказывают на его развитие ожидаемого действия. Существует *нечто*, что препятствует успешному развитию. Это *нечто* вновь возрождалось, когда ослабевало административное воздействие и контроль за деятельностью институтов.

Практически все исследователи социального капитала отмечают его тройственную структуру: нормы, доверие, сети. Все эти элементы связаны друг с другом: сети необходимы для передачи информации, налаживания контактов, они способствуют распространению норм взаимодействия, нормы и доверие укрепляют и содействуют расширению сетей и контактов и снижению транзакционных издержек при взаимодействии.

Можно выделить три уровня социального капитала. Первый уровень – частный социальный капитал, которым обладает индивидум по факту своего рождения, принадлежности к семье, этническому сообществу, «малой родине», землячеству, являясь членом какой-то малой группы и т.д.; второй уровень – уровень предприятия, организации, корпорации; третий уровень – общественные организации, профессиональные объединения, международные сообщества и другие негосударственные организации. Одновременно социальный капитал можно рассматривать по масштабу в зависимости от масштабов воздействия на общество. Первый масштаб – это капитал общностей, которые влияют на получение выгод вне своей общности, они дают импульсы совершенствованию тех или иных сторон жизни ближайшего или дальнего окружения. Он имеет «большие круги» влияния, способствующие формированию для всего общества системы гражданских институтов, норм, ценностей. Второй – это социальный капитал небольших, как правило, закрытых общностей, к которым относится семья, этническая община, землячество, предприятие, корпорация и т.д. Этот капитал формируется внутри общности, но он используется для адаптации и преуспевания внутри общности и

во внешнем мире. Сферы влияния этого капитала небольшие, но он способствует выживанию группы, мобилизует ресурсы для коллективной защиты и развития. Важно изучать и учитывать в модернизации и такую разновидность социального капитала, как капитал традиционных сообществ, особенно Юга России. Он ориентирован на воспроизводство накопленного исторического и бытового опыта, нравов, обрядов, технологий жизнеобеспечения и социальной активности. Традиционный капитал базируется на авторитете этнических норм, во многом обуславливает низкий уровень общего социально-культурного развития, бедность, незначительную урбанизированность, слабость современной индустрии. Для такого рода социального капитала характерна множественность неформальных сетей, пронизывающих хозяйственную жизнь местных этнических сообществ, которая отчасти служит фактором стабилизации и выживания⁶. Вместе с тем значимость неформальных сетей в социальном капитале, например, вышеназванного региона создает значительные трудности для его модернизации.

Роль социального капитала в решении проблем модернизации общества нельзя переоценивать, как нельзя ей и пренебрегать. При решении задач модернизации можно сделать ставку на проведение институциональных реформ, повышать активность государственных органов. Но в современной России в отсутствии или слабости гражданского общества государственные институты не могут эффективно выполнять свои функции, поскольку они не контролируются обществом и не корректируют свою деятельность в соответствии с общественными потребностями. Сильное государство — не обязательно эффективное государство.

Социальный капитал существует в двух формах: институциональной — как общественные объединения, организации, органы самоуправления и когнитивной — как правила поведения, нормы, ценности, доверие между людьми и институтами. Социальный капитал возрастает, когда он используется, и, напротив, сокращается, если он остается без употребления. Он может быть полностью утрачен при определенных обстоятельствах, например, связанных с утратой доверия к субъекту отношений. Даже на тех территориях и регионах, где слабый, неразвитый социальный капитал, можно его укреплять и выращивать, поддерживая общественные объединения, вступая с ними продуктивный диалог и, напротив, можно уничтожить его даже слабые ростки, создав невыносимые для него условия, прибегая к шантажу, перекрывая финансовые источники существования, и другим формам репрессий.

Проблемы измерения социального капитала

Для оценки социального капитала и изучения его взаимосвязей с развитием страны или региона необходимо располагать количествен-

ными показателями и индикаторами. Определить их довольно сложно, поскольку речь идет о нематериальных и далеко не всегда доступных прямому наблюдению характеристиках. Поэтому исследователи прибегают, как правило, к вербальным свидетельствам наличия социального капитала.

Материалы для эмпирического изучения социального капитала содержатся в нескольких межстрановых исследованиях. Это Европейское исследование ценностей (EVS – European Value Survey), Всемирное исследование ценностей (WVS – World Value Survey), Европейское социальное исследование (ESS – European Social Survey) и некоторые другие. Одна из центральных проблем – определение системы эмпирических показателей и индикаторов социального капитала. Наиболее полно они представлены в исследовании Всемирного банка. При этом используются как количественные, так и качественные методы. Координацию национальных программ по измерению социального капитала осуществляют Всемирный банк (под эгидой которого была создана система измерения социального капитала SOCAT (Social Capital Assessment Toolkit), ЮНЕСКО и ОЭСР⁷. Насколько известно, Россия пока не включилась в этот проект.

Интересный материал, доступный для сравнительного анализа социального капитала в России дает Европейское социальное исследование (ESS), а также опросы, проведенные в рамках всероссийского мониторинга, опросы в регионах России, а также полуформализованное интервью руководителей малого и среднего бизнеса в России⁸. Обратим внимание, прежде всего, на проблемы доверия в обществе. Доверие является ядром социального капитала, его уровень коррелирует с уровнем демократии и экономического развития страны. В странах развитой демократии высокий уровень доверия институтам общества сочетается с довольно высоким интересом к политике, конвенциональным и неконвенциональным политическим участием, демонстрирующим отношение к политической системе в целом, ее отдельным элементам, нормам, ценностям, принимаемым решениям. В России эти элементы демократии развиты сегодня слабо, в обществе царят абсентеистические настроения при низкой заинтересованности граждан в политике и слабой политической активности.

Данные Европейского социального исследования позволяют сравнить уровень доверия между людьми и доверие населения к институтам общества. Три вопроса в анкете ESS предлагают по 10-балльной шкале оценить доверие между людьми. Индекс рассчитан как среднее арифметическое этих оценок. На *Рис. 1* представлены индексы доверия по 23 странам. Как видим, Россия занимает 16-е место с индексом 4,47, опережая только 7 стран из 23. Впереди России большинство стран с более высоким уровнем модернизации. Максимальный уровень доверия в Дании – 6,45.

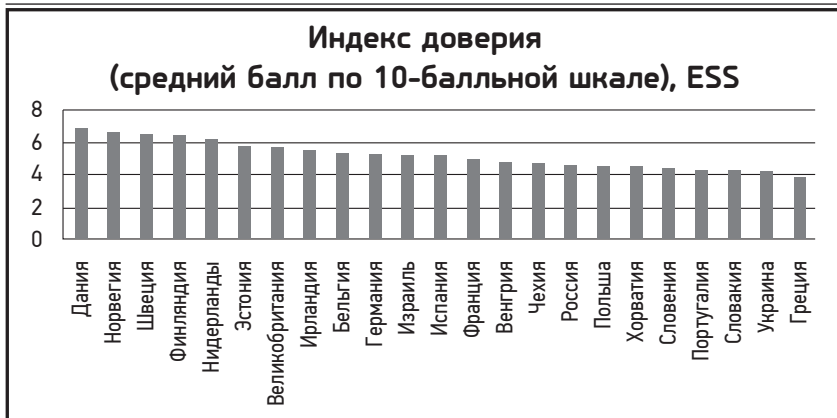


Рис. 1

Интересные наблюдения, характеризующие круги близкого общения в семье, с друзьями, с коллегами в России и других странах, участвующих в исследовании, можно получить, обратившись к ответам на вопрос: *Как часто Вы проводите время с друзьями, родственниками или коллегами по работе просто так, не по делам?* Оказалось, что наиболее общительными являются жители высокоразвитых, модернизированных стран (возможно, из-за материальных условий жизни и большего свободного времени, чем в странах более низкого уровня развития, но скорее действует и существующие между людьми доверие, симпатия): один раз в неделю и чаще такие встречи у 91% жителей Швейцарии, более чем у 70% жителей Бельгии, Дании, Нидерландов, Норвегии, Швеции. Также часто общаются португальцы (79%), израильтяне (77%) и испанцы (74%), что объясняется традиционными близкими отношениями в южных регионах. Но жители других стран заметно реже участвуют в таких встречах. Россия по этому показателю на последнем месте с 46%, что превышает уровень общения только в одной стране – Венгрии (32%). Разобщенность и атомизация общества в России достигла такого высокого уровня, когда даже в семье не находят понимания в разных регионах от 30 до 60% людей.

Доверие государственным институтам и общественным организациям в России одно из самых низких на фоне европейских стран. В стране вообще широко распространено недоверие к государственным институтам. Исключение составляет действующий президент РФ, которому в 2015 г. полностью доверяли 72% опрошенных, 15% не определились с ответом, и только 13% высказали недоверие. В доверии действующему президенту отражается персонифицированное отношение к главе государства. Высокий уровень доверия президенту фиксируют все ведущие социологические центры, что отражает доминирующую роль В.В. Путина в решении большинства проблем России и его положение лидера в патриотической мобилизации населения.

Другие государственные и общественные институты вызывают доверие у значительно меньшего числа респондентов. При этом отношение к некоторым институтам значительно меняется в последний период. Например, по сравнению с 2010 г., снизилось доверие к церкви — с 62 до 48% респондентов, выросло доверие к армии с 37 до 61%. Другие институты сохраняют свои позиции во мнении населения, причем уровень доверия к ним довольно низок (значительно менее 50% опрошенных). Это политические партии, профсоюзы, прокуратура, СМИ, парламент — Дума и Совет Федерации. И это положение принципиально не меняется за последние годы.

Специального внимания заслуживает рассмотрение доверия населения к правоохранительным органам, составляющим важный фактор непосредственного влияния на качество жизни в стране и в регионах и неотъемлемый элемент функционирования социального капитала в стране. Наше исследование показало, что в России низкий уровень доверия судебной-правовой системе и еще более низкий уровень доверия полиции. По всем этим показателям Россия занимает место в последней пятерке из 30 стран, участвовавших в исследовании ESS в 2002–2012 гг. Причем характерно, что в большинстве стран Европы (кроме шести постсоциалистических — Болгарии, Венгрии, Польши, России, Словакии и Украины, а также Кипра) доверие полиции выше, чем судебной-правовой системе каждой страны. В России наоборот — полиции доверяют только 33% респондентов, что на 4% меньше, чем доверие суду и прокуратуре. Самый низкий уровень доверия стражам порядка демонстрирует Украина. По регионам России прослеживается аналогичная тенденция — полиция пользуется значительно меньшим доверием, чем суд и прокуратура. Можно оценить этот уровень как критический.

Заметим, что на этом фоне в последние годы в России стабилизировалась численность населения, готового участвовать в акциях, которые рассчитаны на оказание влияния на органы власти. Это одна из форм неконвенционального участия, и она более развита в странах западной демократии, чем в восточно-европейских странах. Но в России потенциал протестного поведения довольно большой, хотя он (по материалам Всероссийского мониторинга) сейчас немного снизился по сравнению с 2006 г., стабилизировавшись в 2010–2015 гг. на уровне одной трети населения страны. Большую готовность принять участие в таких акциях высказывают мужчины, жители городов-миллионников, в равной степени все профессиональные слои, кроме руководителей и пенсионеров, и самые бедные группы населения. По федеральным округам большую готовность к протестам показывают жители Южного, Северо-Кавказского и Дальневосточного федеральных округов. В регионах от 30 до 47% населения готовы принять участие в акциях протеста и от 6 до 26% затруднились с ответом на этот вопрос. Можно

предполагать, что последние будут действовать «по ситуации» и протестный потенциал может возрасти.

Доверие — основа социального капитала и важный фактор гражданской идентичности. Низкий уровень доверия в обществе порождает «слабую» гражданскую идентичность. В России ее опережает идентификация с другими социальными общностями. По данным ESS, близость с жителями своей страны в России отмечают менее 75% респондентов, тогда как близость со своим поколением — 95%, людьми своей национальности — 83%, людьми такого же достатка — 82%. На территории России в настоящее время проживает более 150 этнических групп, у каждой из которых свое представление о национальной и гражданской идентичности. По данным отечественных исследований, доверие у народов Кавказа выше, а толерантность и характеристики гражданской идентичности — ниже. Такой социальный капитал может способствовать сепаратизму. Природу «слабости» гражданской идентичности можно объяснить и тем, что почти все респонденты относительно недавно были гражданами другого государства — СССР, и их нынешняя российская идентичность еще не сформировалась⁹.

Социальный капитал и предпринимательство

Особое, важное значение имеет социальный капитал для предпринимательской деятельности, которая направлена на получение прибыли или личного дохода и осуществляется под собственную имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица в условиях конкурентной борьбы на внутренних и международных рынках. Для деятельности предпринимателей актуально функциональное наполнение социального капитала как такого социального взаимодействия, которое будет протекать в соответствии с ожидаемым субъектом порядком, основанным на установленных законом правилах, а также взаимных моральных или ценностных обязательствах, принуждении, обычаях, традициях, социальных конвенциях, идейных убеждениях, материальных интересах¹⁰.

Массовым этот вид деятельности стал только в последние два десятилетия и сейчас, по данным официальной статистики, 4 млн 135 тыс. человек, или 7,2% занятых в экономике работают не по найму — являются либо работодателями, либо самостоятельно занятыми, либо работают в семейном бизнесе. Будем в дальнейшем для краткости их всех называть предпринимателями. Развитие частного сектора сталкивается в России с многими препятствиями, тем не менее в настоящее время около 62% занятых в экономике работают на частных предприятиях, и рост их по сравнению с 2009 г. составил 4,2%¹¹. Большинство предприятий поменяли форму собственности в результате приватизации, но некоторые были созданы «с нуля». Их создателям пришлось в полной мере оценить особенности социального капитала и институциональ-

ных барьеров в развитии своего бизнеса. Уход в бизнес в 90-е гг. стал для многих вынужденной мерой адаптации к переменам в экономике и социальной сфере. Тем не менее малые и средние предприятия составляют сегодня заметный сектор в хозяйстве РФ, выполняют не только важную экономическую функцию — обслуживание потребностей в продукции и услугах, но и социальную функцию обеспечения занятости, снижая напряжение на рынке труда.

Социальные характеристики предпринимателей (в основном средних и мелких), опрошенных в ESS¹², заметно отличаются от опрошенных наемных работников. Предпринимательством занимаются в России преимущественно мужчины (60%), что характерно и для большинства европейских стран, тогда как среди наемных работников их только 39%. Здесь Россия в общеевропейском тренде, тем более что организации социальной сферы — образование, здравоохранение, социальная защиты населения «оккупированы» в России женщинами, а большинство этих организаций государственные.

Но в сельской местности в России заметно меньше мелких и средних предпринимателей, чем в европейских странах. Уровень образования предпринимателей в России выше, чем у наемных работников, а возраст значительно меньше — только 38% предпринимателей в возрасте 45 лет и старше, тогда как среди наемных работников в таком возрасте — 57%. Для большинства других европейских стран характерен более старший состав предпринимателей. Так, во Франции в возрасте 45 лет и старше их 74%, а в Германии — 70%.

Важной характеристикой слоя предпринимателей является их социальная и профессиональная самоидентификация. В России 83% из них относят себя к среднему слою и к более высоким слоям, среди наемных работников такая самоидентификация встречается реже на 25%. По социально-профессиональной идентификации более 60% предпринимателей отнесли себя к бизнесменам или руководителям. В то же время почти 17% сказали, что они рабочие, работники физического труда (в основном это занятые индивидуальной деятельностью). Среди наемных работников таких оказалось 47%. Приведенные данные позволяют заключить, что за 25 лет перехода к рынку в России сформировалось ядро слоя предпринимателей с устойчивой самоидентификацией, отличной от основной массы наемных работников. В целом слой предпринимателей не только материально лучше обеспечен, но и имеет некоторые существенные особенности менталитета, в том числе в оценках своего социального капитала, доверия к государственным и общественным институтам, по включенности в социальные и профессиональные сети, по оценкам внутренних проблем развития России и т.д.

Данные ESS показывают более низкое доверие со стороны предпринимателей государственным и некоторым общественным организа-

циям в России по сравнению с наемными работниками. Они меньше доверяют парламенту, судебной-правовой системе, полиции, политикам и политическим партиям, чем наемные работники. При этом большая доля российских предпринимателей, чем наемных работников, хотела бы жить в демократической стране. Но оценка уровня демократии в стране в настоящий период и у предпринимателей, и у наемных работников практически совпадает, причем оценка эта довольно низкая. Она значительно ниже, чем почти во всех странах, участвовавших в опросе. Только в Косово оценка демократичности страны была ниже, чем в России и у наемных работников, и у предпринимателей.

В менталитете предпринимателей России укрепляется мнение о вреде уравнительности в доходах, которое характерно и для предпринимателей из других стран с рыночной экономикой. На вопрос, должно ли правительство принять меры для уменьшения разницы в доходах между людьми, положительно высказалось заметно меньше предпринимателей, чем наемных работников, кроме того, предприниматели более оптимистично смотрят на состояние экономики России, чем наемные работники. По многим другим аспектам социальной жизни в России позиции предпринимателей и наемных работников довольно близки. Это касается оценок здравоохранения, системы образования, работы руководства страны. Эти оценки не самые низкие среди европейских стран, но ниже, чем в развитых странах, особенно системы здравоохранения России.

Рассмотренные проблемы дают представление о том, насколько социальный капитал в стране благоприятен для предпринимательской деятельности, как оценивают сами предприниматели социальную среду, в которой им приходится жить и работать, в чем состоят отличия и сходства в оценках этой среды предпринимателями и наемными работниками. Для современного этапа развития России было бы чрезвычайно важно не дать повода наиболее активным субъектам модернизации, а к ним без сомнения относятся предприниматели, усомниться в том, что общество и власти поддерживают их деятельность, создают необходимые условия для работы в рамках закона. Анализ современных практик, проводимый разными исследовательскими группами, показывает, что, несмотря на декларируемые властями намерения, в реальности существуют значительные препятствия для бизнеса, которые создаются средой, отношениями внутри сообщества и деятельностью институтов. Немногочисленные и разрозненные данные опросов дают довольно противоречивую картину оценок социальных условий для бизнеса в России и не могут часто коррелировать с выводами, которые делают международные организации, проводящие исследования в странах мира, представляющие материал для сравнения России и других стран. Речь идет о данных рейтингового агентства Блумберг (Bloomberg), исследованиях Всемирного банка, Международного исследовательского

центра Гэллапа (Gallup International), Европейского социального исследования (ESS) и др.

Нами была поставлена задача провести такое эмпирическое исследование, которое было бы сопоставимо с международными данными, но в то же время давало дополнительную информацию о качестве социального капитала в России и о его функционировании в бизнес-среде. Для этого были проведены интервью с предпринимателями по полуформализованной анкете, в которой раскрывался характер, структура и объем социального капитала: (1) внутри бизнес-организации; (2) с институтами, государственными и общественными организациями; (3) с частным окружением. Это позволило изучить социальные проблемы предпринимательской деятельности: характер взаимоотношений, сети, уровень доверия.

Респонденты, у которых мы брали интервью, относятся к «бывалым» предпринимателям – три четверти из них в бизнесе более 5 лет, они в равной степени представляют пять основных должностных позиций в бизнесе: (1) владелец фирмы, который не занимается ее непосредственным управлением; (2) владелец фирмы и одновременно ее директор; (3) наемный директор фирмы; (4) руководитель структурного подразделения фирмы; (5) индивидуальный предприниматель. 80% опрошенных предпринимателей сказали, что получаемый ими доход позволяет жить так, чтобы не испытывать материальных затруднений или этого дохода им хватает для жизни. Заметим, что такую характеристику своего дохода в 2015 г. дали только 50% всего массива опрошенных в рамках мониторинга в России, а в развитых странах Запада подобный доход имеют 80–90% населения (по данным ESS), и не только предприниматели. Основная часть опрошенных предпринимателей с высшим образованием – 68%, со средним профессиональным и средним образованием – по 16%. Это достаточно опытные люди по возрасту: только 20% в возрасте до 35 лет, остальные 80% – от 36 до 60 лет. В массиве присутствуют представители большинства сфер хозяйства: промышленное и сельскохозяйственное производство, оптовая и розничная торговля, услуги населению – бытовые, туристические, бизнес-услуги, транспорт, строительство, здравоохранение. При этом размер организаций колеблется от менее пяти человек до свыше 250. В выборке представлены все размеры населенных пунктов – от столицы до сельской местности и 6 географических регионов: Центральный, Северо-Западный, Поволжский, Южный, Сибирский и Дальний Восток.

В проведенном опросе оценивался уровень доверия предпринимателей различным людям и институтам, такие аспекты доверительного поведения и отношений как оказание помощи, включенность в социальные сети, в том числе в профессиональные и т.д. Проблема доверия/недоверия рассматривалась на трех уровнях. Во-первых, как аспект человеческого общения на частном уровне, но по поводу бизнеса. Та-

кое общение возникает между предпринимателем и окружающими его людьми. Во-вторых, отношения между предпринимателем как представителем частного бизнеса и разного рода государственными институтами, с которыми он должен или может взаимодействовать по делам своей организации. В-третьих, взаимоотношения с общественными институтами, созданными предпринимательским сообществом — как общероссийскими, так и региональными, и другими бизнесменами.

Наиболее доверительные отношения в вопросах бизнеса складываются у бизнесменов со своей семьей и родственниками. Меньшее доверие вызывают люди, с которыми предприниматель вместе работает, но этот уровень доверия также достаточно высок (65%). Обратим внимание, что довольно высок уровень доверия другим предпринимателям. Но остальные люди — родственники коллег, друзья, соседи, люди той же национальности, земляки и малознакомые вызывают заметно меньшее доверие у бизнесменов. Можно сделать предварительный вывод, который, видимо, не актуален для «национального предпринимательства» — национальные, земляческие, дружеские отношения не играют существенной роли в формировании социального капитала среднего российского предпринимателя.

Важным сектором социального капитала являются отношения, которые складываются у представителей бизнеса с государственными и общественными организациями. Наибольшее доверие у предпринимателей вызывают финансовые организации, что свидетельствует о довольно успешном взаимодействии предприятий и финансовой системы поддержки бизнеса и о прозрачности и институциональной определенности этих отношений. По мнению 60% респондентов, эти организации помогают ведению их бизнеса. Довольно высок уровень доверия другим фирмам (36%), но государственные институты — властные, правоохранительные, а также средства массовой информации, благотворительные фонды, пользуются заметно меньшим доверием (28–24%).

Неожиданно низким доверием наделена церковь. Как и ожидалось, самое низкое доверие представители бизнеса испытывают к проверяющим органам и организациям (им доверяют только 16%). Еще ниже уровень доверия к профсоюзам, деятельность которых практически не заметна на большинстве предприятий (72% предпринимателей никогда не взаимодействовали с профсоюзами), но которых работодатели все же заранее опасаются. По степени интенсивности взаимодействия предпринимателей с институтами выстраивается следующая иерархия: (1) финансово-кредитные организации; (2) частные предприятия, фирмы; (3) проверяющие организации; (4) местная администрация; (5) руководство края/области/республики. Первые три места по интенсивности занимают такие организации, с которыми налажено взаимодействие по производственной необходимости. Но при этом на

реальную помощь предприниматели могут рассчитывать в основном от финансовых организаций и других частных фирм. Основная претензия у предпринимателей к финансовым организациям — излишне большое количество документов, которые необходимо им представить для получения поддержки. Местные региональные администрации не оказывают предпринимателям эффективной помощи, хотя, как показывает исследование, при наличии такой помощи бизнес идет более успешно. Но такая помощь доступна не всем.

Одним их направлений улучшения социального капитала бизнеса является выстраивание связей между предприятиями, минуя государство, через местные бизнес-объединения. Поэтому в исследовании специальное внимание было обращено на отношения с общественными организациями предпринимателей. Оказалось, что доверие им — минимальное, на уровне проверяющих органов. И дело не в том, что предприниматели не взаимодействуют с этими организациями, как раз 40% предпринимателей заявили, что поддерживают с ними отношения — от эпизодических до ежемесячных. Но только 12% отметили, что эти организации помогают в делах бизнеса. Большинство респондентов выключены из активной деятельности организаций предпринимателей и относятся к ним настороженно. Возможно, из-за дополнительной бюрократизации этих объединений и сращивания с местными региональными администрациями.

Среди тех организаций, которым предприниматели оказывают помощь, наиболее часто упоминались детские, ветеранские, культурные организации (60% помогают с разной периодичностью), местная администрация (56%), благотворительные фонды (52%), прочие организации получают помощь значительно реже.

Неформальные личные взаимодействия являются неотъемлемыми составляющими социального капитала, которые помогают решить проблемы наиболее оптимальным и простым путем. Цепочки «личных связей» оказываются наиболее эффективным путем решения проблем. В их числе и коррупционные связи, услуги, предоставляемые в обмен на денежное вознаграждение, материальные ценности и услуги. Изучать реальные размеры и формы коррупции довольно сложно. Тем не менее наш опрос показал, что для 56% опрошенных коррупция является значительным и очень значительным препятствием для бизнеса. Детализация этого вопроса выявила, что необходимость делать подарки или доплачивать возникает при общении с многими организациями, с которыми предприятие взаимодействует. На первом месте по упоминанию были полиция, проверяющие органы и муниципальные чиновники. При этом 40% опрошенных признались, что попадали в ситуацию, когда от них ожидали или требовали взятку при решении проблем организации.

Социальный капитал предпринимателей формируется не только как взаимодействие внутри предпринимательского сообщества и с институтами общества, но и с обществом в целом, с его населением. Враждебная общественная среда не способствует развитию бизнеса. Первые постсоветские годы были сложным испытанием для отношений новоявленных бизнесменов и населения. Сейчас же опрошенные предприниматели оценивают эти отношения в 6 баллов по 10-балльной шкале, улучшение этих отношений за последние 5 лет отмечают 28%. Предприниматели довольно активно используют общедоступные социальные сети, в том числе одна треть входит в них каждый день. Но профессиональные сети не пользуются большой популярностью, в них зарегистрированы только 12% опрошенных.

Можно с уверенностью сказать, что общества с развитым социальным капиталом, включающим высокий уровень доверия между людьми и государственными и общественными институтами, сильную гражданскую идентичность, позитивные социальные связи и отношения, имеют более благоприятные возможности для развития, в них успешнее развивается предпринимательство. Российскому обществу еще предстоит достичь такого уровня развития.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. – М.: Directmedia Publishing, 2008. С. 157, 159.

² См.: Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // *Общественные науки и современность*. 2001. № 3; Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. – М., 1996; Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / пер. с англ. – М.: АСТ; Ермак, 2004; Olson M. The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1965; Фукуяма Ф. Social Capital and Civil Society. Prepared for delivery at the IMF Conference on Second generation reforms. – URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm>

³ См.: Беляева Л.А. Региональный социальный капитал и множественная модернизация в России. К постановке проблемы // *Экономические и социальные перемены*. 2014. № 1. С. 84–97.

⁴ Bourdieu, P. The forms of capital // *Handbook of theory and research for sociology of Education* / ed. by J. Richardson. – New York: Greenwood Press, 1986. P.21.

⁵ Стрельникова Л. Социальный капитал // *Общественные науки и современность*. 2003. № 2. С. 33–41; Радаев В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвергенция // *Общественные науки и современность*. 2003. № 2. С. 5–16; Сидорина Т.Ю. Социальный капитал и социальная политика российского предприятия // *Исследование социальной политики*. 2007. № 3. С. 319–344; Татарко А.Н. Социальный капитал как объект психологического исследования. – М.: МАКС Пресс, 2011; Тихонова Н.Е. Социальный капитал как фактор неравенства // *Общественные науки и современность*. 2004. № 4. С. 24–35.

⁶ Лебедева Н.Н., Ломовцева О.А. Социальный капитал и модернизация этноэкономики Юга России // *Общественные науки и современность*. 2006. № 2.

⁷ URL: <http://go.worldbank.org/G089YV5RR0>

⁸ Данные по ESS за все годы исследований, начиная с 2002 г., представлены на сайте <http://www.europeansocialsurvey.org/> Периодичность опросов – раз в два года. Руководитель российского проекта ESS А.Г. Андреев. Всероссийский мониторинг «Ценности и интересы населения России» проводится раз в 4 года Центром изучения социокультурных изменений ИФ РАН. Руководитель проекта Н.И. Лапин. По сопоставимой с мониторингом методике (авторы Н.И. Лапин и Л.А. Беляева) проведены репрезентативные исследования региональными коллективами в 21 субъекте РФ. Полуформализованные интервью предпринимателей проведены в нескольких регионах России под руководством Л.А. Беляевой.

⁹ См.: *Татарко А.Н.* Социальный капитал как объект психологического исследования. – М.: МАКС Пресс, 2011. С. 57–61.

¹⁰ Это определение социального капитала близко предложенному в статье: *Гудков Л.* На зеркало неча пенять, коли рожа крива // Вестник общественного мнения. 2012. № 2 (112). С. 20.

¹¹ Социальное положение и уровень жизни населения России. 2015. – М., 2015. С. 59, 60.

¹² Для того чтобы получился достаточно большой объем выборки предпринимателей, которые обычно составляют небольшую долю в выборке по стране, были объединены несколько массивов данных ESS, полученных в течение 2006–2012 гг. Консолидированный пул предпринимателей по России составил 470 чел. Это достаточно большая выборка, чтобы оценивать мнение предпринимателей по обсуждаемым проблемам.

REFERENCES

Bourdieu P. The forms of capital. In: *Handbook of theory and research for sociology of Education*. J. Richardson (ed.). New York, Greenwood Press, 1986.

Olson M. *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge (MA), Harvard University Press, 1965.

Schumpeter J.A. *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Moscow, 2008. 401 p. (Russian trans.).

Fukuyama F. *Social Capital and Civil Society*. Prepared for delivery at the IMF Conference on Second generation reforms. Available at: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm>

Аннотация

В статье анализируется понятие «социальный капитал», предложены показатели его измерения в России в сравнении с европейскими странами. Рассмотрены проблемы влияния социального капитала на предпринимательство в России.

Ключевые слова: социальный капитал, доверие, нормы, сети, предпринимательство.

Summary

The article analyzes the concept of «social capital», proposed indicators to measure it in Russia in comparison with European countries. Posed the problem of the influence of social capital on business.

Keywords: social capital, trust, norms, networking, entrepreneurship.