

2. Соколовська А. Податкова система держави: теорія і практика становлення. – К.: Знання-Прес, 2004. – 454 с. – (Вища освіта XXI століття).

3. Лавров А.М. Бюджетная реформа 2001 – 2008 гг.: от управления затратами к управлению результатами // Финансы. – 2005 – № 9. – С. 3 – 15.

4. Кузьминов Я., Радаев В., Яковлев А., Ясин Е. Институты: от заимствования к выращиванию // Вопросы экономики. – 2005. - № 3. – С.3 – 27.

5. Якубенко В.Д. Базисні інститути у трансформаційній економіці: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 252 с.

6. Гриценко А. Структура ринкового трансформування ринкового типу // Економіка України. – 2002. - № 6. - С. 10.

7. Бюджетна політика у контексті стратегії соціально-економічного розвитку України: У 6 т. Том 1: Пріоритети бюджетної політики та

економічне зростання в Україні / М.Я. Азаров, Ф.О. Ярошенко, В.М. Геєць (кер. авт. кол.) та ін. – 2004. – 640с.

8. Трансформаційні процеси та економічне зростання в Україні / За ред. Акад. НАН України В.М. Гейця. – Х.: Вид-во „Форт”, 2003. – 440с.

9. Бланкарт Шарль. Державні фінанси в умовах демократії: Вступ до фінансової науки / Пер. з нім. С.І. Терещенко та О.О. Терещенко. Передмова та наук. ред. В.М. Федосова. – К.: Либідь, 2000. – 654с.

10. Шамхалов Ф.И. Государство и экономика: (власть и бизнес) / Отд. Экон. РАН: науч.-ред. Совет изд-ва «Экономика». – М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. – 414с. – (Системные проблемы России).

Статья поступила в редакцию 17.01.2006

**А.А. ТУМАСЯН,**

*Волгоградский государственный университет*

## РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ФОРМИРОВАНИИ ИНСТИТУТА ЭТНИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Составной частью советской экономической модели был принцип «выравнивания» регионов, республик, национальных территорий. Считалось, что собственная крупная промышленность есть универсальное благо для всех народов. Отставших и отстающих подтягивали. «Принцип выравнивания» был идеологической аксиомой, вытекающей не из рационального анализа, а из специфической интерпретации идеи справедливости. Действительность, однако, демонстрировала иное: неизбывную склонность народов к экономической дифференциации, соответствующей различиям национальной психологии, культуры и истории в тесной увязке с географическими условиями жизни.

Сегодня, в контексте бурно развивающихся процессов глобализации, унификация сфер хозяйственной деятельности не исключает наличия некоторых специфических черт экономического развития отдельных сообществ на базе этносоциальных особенностей и территориально-культурных укладов. Именно эти черты формируют хозяйственные системы, в особенности, переходных стран, называемых в данном случае многоукладными. Поэтому в анализе поведения хозяйствующих субъектов

нельзя пренебречь этническим фактором, ядро которого составляет специфическая связь, сопряжённая, во-первых, с ожиданиями определённого поведения от вовлечённых в эти связи людей, а во-вторых, с их определёнными взаимными обязательствами, играющими в предпринимательстве самостоятельную стимулирующую роль. В данном случае именно обладание социальным капиталом позволяет расширить рамки института этнического предпринимательства.

Данный вид нематериального капитала является на современном этапе важнейшим ресурсом развития многих организаций, становясь предметом изучения не только многих западных учёных, но и, в последнее время, - отечественных исследователей. В рамках этнических особенностей сущность социального капитала была показана американским экономистом и социологом Дж. Коулманом в своей статье «Капитал социальный и человеческий», на примере анализа рынка оптовой торговли алмазами в Нью-Йорке, который контролируется евреями, а также – описания рынка Эль Хаили в Каире со своими особенностями границ торго-

© А.А. Тумасян, 2006

вого пространства для продавца, выражающихся в обладании «большого количества» социального капитала.[3, с.124] В первом случае тесные связи, развитые благодаря семейным узам, сообществу и религии, создают уверенность, необходимую для упрощения транзакций на рынке. Если какой-либо член сообщества заменит, украдёт или даже присвоит камень на время, то он утратит семейные, религиозные и общественные связи. Прочность таких связей делает возможным, как само собой разумеющееся, заключение сделок на доверительной основе, и торговля происходит очень легко. При отсутствии таких связей возросли бы трудоёмкость, затраты, связанные с обязательством и страхованием. В противном случае сделки могли бы не состояться. Описание второго рынка также демонстрирует важное значение семейных отношений, гарантирующих стабильность предпринимательства. Владелец лавки, торгующий кожаными изделиями, на вопрос, где можно купить драгоценности, способен сам достать их из-под прилавка или немедленно пошлёт покупателя к торговцу, с которым он тесно связан. Либо сразу предложит обменять деньги, хотя он и не меняла, но делает это просто, обратившись к своим коллегам по соседству. За такие действия, как «привод» покупателя в магазин, полагаются комиссионные, а за такие, как обмен денег, предполагается «ответная любезность» со стороны менялы. Иными словами, Дж. Коулман рассматривает рынок как корпорацию отдельных торговцев, где каждый располагает социальным капиталом, величина которого определяется количеством взаимосвязей на рынке. В области исследования данной проблематики среди российских учёных особо интересными представляются работы В.В Радаева. В одной из своих последних статей автор ставит вопрос о том, как строятся рынки. С этой точки зрения, сетевые связи или социальные сети как структурная основа социального капитала являются важнейшим конструирующим элементом. В данном случае через понятие социальных сетей раскрывается сущность социального капитала со структурной стороны. С институциональной стороны понятие социального капитала воплощает в себе накопленное доверие и измеряется соответственно числом накопленных обязательств. Доверие, взаимовыручка и поддержка являются не просто компонентами этнической связи, но даже – их принципами. Зачастую такая основа этнической солидарности пополняет ряды этнических общин, преобладающей дея-

тельностью которых является предпринимательство.

«Этническое предпринимательство не является чем-то свойственным определённой стране. Нарастание миграционных потоков с юга на север привело к возникновению и расширению этого явления практически во всей Европе, США, России. К тому же, этнических предпринимателей привлекают далеко не все сферы. Да и не все сферы, скажем прямо, им доступны. Наиболее популярны розничная торговля, область услуг, особенно общественное питание и разного рода ресторанное дело (вьетнамская уличная торговля, итальянские пиццерии и китайские рестораны в Нью-Йорке, польские сосисочные в Стокгольме, фруктово-овощная рыночная торговля выходцами из Кавказа в России). Конечно национальные особенности в общении, хозяйственном поведении субъектов этнического предпринимательства различны, но всех их объединяет крепкая связь в рамках этнического сообщества, укрепляемая обладанием социального капитала. В принципе любая форма капитала выражает какие-то отношения между людьми, но социальный капитал в ряду прочих форм занимает особое место, ибо здесь отношения образуют саму субстанцию капитала. И из этого вытекают некоторые его особенности. Например, социальный капитал отличается довольно низкой степенью формализации, о которой будет идти речь ниже. Мы, конечно, можем прописать в контрактах наши взаимные обязательства, но никогда контракты не покроют всей совокупности этих обязательств. В силу своей низкой формализованности социальный капитал нелегко утилизировать посторонним, «чужакам» и «новичкам». Отчасти данный факт действительности порождает межэтнические конфликты, особенно, когда речь идёт о предпринимательстве.

Хотя обсуждаемая на публицистическом и политическом уровнях концепция социального капитала рассматривается также через призму коррупционного использования личных связей, формирования политико-коммерческих или криминальных группировок, целью данной статьи является исследование благоприятного воздействия социального капитала на рост института этнического предпринимательства, который своим конечным результатом имеет получение значимого регионального экономического эффекта. Это – общая заинтересованность в развитии малого бизнеса, и, как следствие, – решение многих социально-экономических проблем: рост занятости, развитие конкурентной среды и т.д. В данном случае автор разде-

ляет позицию российского учёного В.В.Радаева о том, что «въезд в страну иноземных деловых людей, обустройство этнических общин свидетельствуют о привлекательности этой страны для бизнеса, который, как известно, тонко распознаёт благоприятную экономическую конъюнктуру и не без оснований надеется на политическую стабильность» [4, с.87]

В 1990-е гг. наступает эра так называемого интегративного подхода, когда резко обостряется внимание к явлениям и процессам, имеющим объединяющий, интегрирующий характер: к социальному капиталу, к доверию, к поиску единых основ в межкультурном деловом взаимодействии, к учёту не только внешних общественных связей, то есть связей с внешними по отношению к организации субъектами взаимодействия, но и связей внутренних – внутри организации, между рядовыми работниками, работниками и руководством.[7, с.7] С этой точки зрения, типичная организация этнического предпринимательства как процесс является специфическим феноменом в современном обществе. Как правило, здесь влияние этнических факторов оказывается сильнее стандартизированных современных рыночных отношений. Немаловажным является и то, что темпы продвижения этнического предпринимательства и его устойчивость слабо зависят от уровня развития экономики и, собственно, капиталистических отношений в стране. Хотя существует ряд внешних причин (например, политическая стабильность, религиозная толерантность и др.), которые способствуют или тормозят его прогресс. К их числу относятся также характер меняющейся иммиграционной политики, отношение государства к мелкому или среднему бизнесу, в первую очередь, его поддержка. Но нас более всего интересует влияние этнического фактора с присущим ему специфическим социальным капиталом. Главное, что важно отметить, позитивный потенциал социального капитала состоит в сохранении общности людей через обеспечение воспроизводства социальных условий благоприятного существования.[1,с.34] (Уместно вспомнить народную поговорку «не имей сто рублей, а имей сто друзей») Но есть и недостаток, заключающийся в ограниченной распространённости в пределах персонифицированной общности – семьи, рода, хорошо знакомых и связанных между собой какими-либо обязательствами лиц. В данном случае российское понятие «блат» обычно подразумевает подобный доступ к общественным ресурсам с помощью личных связей. Практика использования социаль-

ных связей, а точнее, обращения с просьбой об услуге, опирающиеся на то, что ты – часть «круга» или определённой сети, существует сегодня везде, но в рамках этнических сообществ, – преимущественно.

Этнические меньшинства формируют общины и создают собственный микромир, относительно изолированную среду. Данная среда благоприятствует занятию предпринимательством. В какой то мере своеобразная полу-изоляция несёт определённую выгоду. Этнические общины берут на работу прибывших иммигрантов, обучают и передают им опыт и квалификацию, которых те, как правило, не имеют. Потому значительная часть новых иммигрантов предпочитают трудиться у «своих» и на «своих». Идти путями формальной экономики иммигрантам очень сложно. Сегодня первые встречи с российскими работодателями подтверждают данный факт. Процесс легального трудоустройства весьма проблематичен. Среди иммигрантов немало тех, кто слабо владеет русским языком. Кроме того, процедура легального трудоустройства, опирающаяся на институт прописки, делает кадровый учёт официальной экономики непреодолимым препятствием для легального трудоустройства мигранта. Обычно иммигранты начинают наёмными работниками, а потом, накопив средства и опыт, освоив язык, нередко пытаются открыть собственное дело[4, с.85]. И в данном случае они опять-таки получают помощь от общины – необходимую информацию о положении на рынках, стартовый капитал в форме дешёвых или беспроцентных ссуд. Новоиспечённый предприниматель находит среди «своих» базовую сеть поставщиков и покупателей, ему обеспечивается охрана и политическая протекция со стороны этнических организаций. Наконец, что весьма важно, у него не будет недостатка в дешёвых и надёжных рабочих руках, непритязательных служащих, готовых трудиться долгий день за низкую заработную плату. Таким работникам, вдобавок, можно доверять. Вся эта система цементируется институтами иерархической семьи, родственно-клановыми связями. Здесь социальный капитал понимается как вклад определённой организации, характерный для того или иного сообщества, в экономическую деятельность.[7, с.13] Отрицательное воздействие «полуизоляции» заключается в том, что укрепление этнического капитала для достижения тех или иных интересов внутри сообщества, игнорируя некоторые жизненные особенности других этносов, может привести к обострению межэтнических отношений.

На что также может повлиять социальный капитал в контексте нашего исследования? Несомненно – на величину транзакционных издержек. Часто для того, чтобы приехать, либо коренному жителю организовать своё дело, использование формальных сетей сопровождается высоким уровнем транзакционных издержек. Под транзакционными издержками понимаются все издержки, связанные с обменом и защитой правомочий; это издержки поиска информации, ведения переговоров, заключения контракта, мониторинга и предупреждения оппортунизма и т.д. [2, с.182] И тогда формальные отношения вытесняются неформальными, обусловленными родственно-клановыми связями, что также подтверждает слабость общественных институтов в стране и низкий уровень доверия людей к основным государственным институтам. Но важно то, что каким бы ни было отношение людей к государственным учреждениям, в постановке вопроса о пополнении рядов этнического предпринимательства основополагающим является всё же всегда существующая более высокая степень социальных связей, причём реализующихся в неформальной среде, которая объединяет представителей этнической массы. И так, формальные отношения вытесняются неформальными. В любой культуре крепнет процесс деформализации, так как происходит «непрерывная трансформация институтов, в ходе которой формальные правила в значительной степени замещаются неформальными и встраиваются в неформальные отношения». [7, с.10]

Этническое предпринимательство – повседневный факт экономической жизни, имеющий как свои плюсы, так и минусы. Государству нужно задумываться о том, как создать нормальные условия для развития предпринимательства в стране, в т.ч. и среди этнических мигрантов, которые при этом находились бы в рамках закона, мирно, цивилизованно и взаимовыгодно сосуществовали в новых регионах проживания с коренным населением. Сеть социального капитала должна распространяться для достижения целей более широкого круга лиц, а отнюдь не только членов одного сообщества. Но насколько это возможно, зависит от уровня определённости окружающей среды в

государстве. Во всяком случае, учёт обсуждаемой проблематики является не менее важным для актуальной на сегодняшний день социально-экономической политики государства. Современная глобальная экономика – это система, в которой осуществляется переход к постиндустриальному обществу, где главным является не столько переход к высоким технологиям и информационным товарам, сколько иной аспект – приоритетное значение креативных творческих способностей человека и превращение культуры (а не массового производства) в основную ценность и поле развития. Поэтому анализ роли социального капитала в формировании института этнического предпринимательства как базы его развития и части культуры этносов очень актуален.

### Литература

1. Канцеров, Р.А., Колесников, Ю.С. Этноэкономика Юга России: концепции, параметры, механизмы/ Материалы Всероссийской научной конференции / Под ред. Канцера Р.А., Колесникова Ю.С. – Черкесск. –2005. – Ч.1. С.27-35.
2. Канцеров, Р.А., Колесников, Ю.С. Этноэкономика Юга России: концепции, параметры, механизмы/ Материалы Всероссийской научной конференции / Под ред. Канцера Р.А., Колесникова Ю.С. – Черкесск. –2005. – Ч.1.С. –181-183.
3. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. –2001. – №3. –С.122-129.
4. Радаев В.В. Этническое предпринимательство. Мировой опыт и Россия // Полис. – 1993. –№5. – С79-87.
5. Рязанцев С.В. Этническое предпринимательство как форма адаптации мигрантов. <http://www.INTERNETED.RU>
6. Снисаренко А. Этнические предприниматели в большом городе современной России. <http://www.nagcom.ru>
7. Социальный капитал как научная категория // Общественные науки и современность. –2004. – №4 –. С.5-20.

Статья поступила в редакцию 23.01.2006