

С.Н. ЛЕВИН, д.э.н., профессор,
Е.С. КАГАН, к.т.н., доцент,
Кемеровский государственный университет

ИНТЕРНАЛИЗОВАННЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕСУРС В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА*

Статья посвящена разработке модели количественной оценки интернализованного политического ресурса, накопленного средним и малым бизнесом, и её апробированию на базе результатов, полученных в ходе социологического опроса предпринимателей Кемеровской области.

Ключевые слова: интернализированный политический ресурс, близость к власти.

Характерной особенностью современной России является активное использование предпринимателями политического ресурса, превращение его в важнейший источник индивидуальных конкурентных преимуществ. Такая ситуация не является неким исключением из правил. Она достаточно типична для большинства развивающихся и постсоциалистических стран. Политические связи между представителями государственной власти и бизнеса, а также те выгоды, которые отдельные фирмы извлекают из своих особых отношений с властью, привлекают значительное внимание исследователей. При этом различные авторы используют различную терминологию и различные исследовательские подходы: «политические связи» (political connections), «политически влиятельные фирмы» (politically favored firms), «капитализм приятелей» (crony economy), «захват государства» (state capture)¹. Проведенные исследования показывают, что политический ресурс позволяет фирмам полу-

чать привилегированный доступ к экономическим ресурсам, прежде всего к капиталу, причем как к банковскому финансированию, так и к акционерному (рынок оценивает политически влиятельные фирмы дороже) и выделяют механизмы, через которые фирмы получают выгоды от использования политического ресурса: налоговые льготы, инвестиционные кредиты, субсидии, займы под гарантии региональных бюджетов, официальные отсрочки в уплате налогов, передача государственной собственности.

При этом необходимо отметить, что политический ресурс активно используется бизнесом и в странах, в которых по терминологии концепции социальных порядков сложились порядки открытого доступа². Принципиальное отличие заключается в способах доступа предпринимателей к политическому (властному) ресурсу и отдаче от него. Это отличие непосредственно определяется господствующим типом «рынка власти» (политического рынка). В качестве дискретных институциональных альтернатив организации «рынка власти» выступают: классический политический рынок, бюрократический (административный) и гибридный политико-бюрократический. Классический политический рынок возникает в институциональных рамках закрепляющих демократическую организацию политической подсистемы общества. Бюрократический (административный) рынок характерен для социально-экономических систем советского типа. Он характеризуется сращиванием политических и экономических торгов при решающей роли торговли властным ресурсом между статусно неравноправными субъектами. Политико-бюрократический рынок представляет собой институциональный «гибрид».

* Статья выполнена при поддержке гранта РФФИ №12-06-00290 «Специфика политического ресурса российских предпринимателей и её влияние на инновационное развитие»

¹ Fisman R. Estimating the Value of Political Connections // The American Economic Review. – 2001. – No 91(4). – P. 1095 – 1102; Faccio M. Politically connected firms // American Economic Review. - 2006. – No 96 (1). – P. 369-386; Hellman J.S., Jones G., Kaufman D. Seize the State, Seize the Day: State Capture, Corruption and Influence in Transition // World Bank. Working Paper. – 2000. – No 2444; Slinko I., Zhuravskaya E.V., Yakovlev E. Laws for Sale: An Empirical Study of the Effects of Regulatory Capture // CEFIR Discussion Papers и др.

² Норт Д., Уоллис Д., Вайнгаст Б. Насилие и социальные порядки. Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества. – М.: Изд. Института Гайдара, 2011. – С. 39-81; С. 203-261.

В странах, где утвердились классические политические рынки (порядки открытого доступа), нормой взаимоотношений между бизнесом и структурами государства становится лоббизм – давление на органы представительства со стороны организаций, представляющих отраслевые или региональные группы интересов. Это означает, что предприниматели получают доступ к политическому (властному) ресурсу через коллективное действие. При этом он выступает для них как общественное благо, обеспечивая благоприятные рамочные условия предпринимательской деятельности, но не превращается в источник индивидуальных конкурентных преимуществ.

В современной России господствующим типом рынка власти является гибридный политико-бюрократический рынок, характерными чертами которого являются:

1) Реальное сращивание политических, бюрократических и экономических «торгов» при их формальном разделении.

2) Встречная «бюрократизация» политических и экономических транзакций и «политизация» бюрократических и экономических «торгов». «Бюрократизация» заключается в том, что конкурентоспособность акторов в политике и бизнесе определяется статусом во властной иерархии. С другой стороны, «бюрократы» и «предприниматели» ведут себя как «политики», ориентируются на наращивание своего политического (властного) ресурса. При этом в сложившихся условиях, как представители властных структур, так и наиболее влиятельные предприниматели заинтересованы в том, чтобы доступ к политическому ресурсу был ограничен пределами «закрытого» клуба. Представители властных структур не только извлекают экономические выгоды, но и решают главную для себя задачу, связанную с укреплением позиций во властной иерархии. Предприниматели оказываются заинтересованными в наращивании инвестиций в укрепление разветвленной сети персональных взаимосвязей с представителями власти. Это означает, что в условиях политико-бюрократического рынка происходит интернализация политического ресурса. Наличие такого ресурса становится неотъемлемым и значимым фактором, определяющим индивидуальные конкурентные преимущества предпринимателя.

Интернализация политического ресурса одновременно означает «размывание» частной собственности. В неинституциональной эко-

номической теории (модель Гроссмана-Харта) признаками собственника актива является владение «связкой» из двух правомочий: на конечный контроль (права на принятие любых решений об использовании актива за вычетом тех, которые в явном виде не заданы законом и не переданы в соответствии с контрактом другими лицам) и остаточный доход (доход, остающийся после расчетов со всеми остальными сторонами). Представители властных структур выступают на уровне реальных прав собственности как совладельцы прав на остаточный доход и конечный контроль. Таким образом, в рамках закрытых сетей взаимодействия власти и предпринимателей они выступают как реальные совладельцы бизнеса.

Сложившаяся ситуация приобретает особую значимость в связи с назревшей необходимостью переориентации отечественной экономики на инновационный путь развития. При этом возникают проблемы, обусловленные тем, что интернализация политического ресурса и «размывание» частной собственности существенно влияют как на стимулы предпринимателей к инвестициям в инновации шумпетерианского типа (созидательные инновации), так и на действенность классических методов государственного стимулирования инноваций, показавших свою эффективность в странах, где преобладающим типом рынка власти является классический политический рынок. Снижение стимулов к инновациям шумпетерианского типа определяется двумя группами факторов:

1. Предприниматели, не обладающие существенным интернализированным политическим ресурсом, ограничены в доступе к другим экономическим ресурсам и не обладают достаточными возможностями для реализации инноваций.

2. Предприниматели, являющиеся владельцами интернализированного политического ресурса, получают большую выгоду от его использования и дальнейшего наращивания, чем от инвестиций в шумпетерианские инновации. По нашему мнению, именно это объясняет широко признаваемую низкую эффективность мер федеральных властей, направленных на создание благоприятного делового климата, стимулирующего инвестиционную и инновационную активность частного бизнеса. Поэтому для оценки возможностей переориентации отечественной экономики на инновационный путь развития и разработки эффективных мер государственного стимулирования этих про-

цессов принципиально важным является количественная оценка накопленного российскими предпринимателями интернализированного политического ресурса.

Целью данного исследования является разработка модели количественной оценки интернализированного политического ресурса, накопленного средним и малым бизнесом, и ее апробирование на базе результатов, полученных в ходе социологического опроса предпринимателей Кемеровской области.

Новизна предложенного подхода связана со следующими моментами:

Во-первых, ранее проблемы политического ресурса в мировой экономической литературе рассматривались преимущественно при анализе организационных форм, доминирующих в развивающихся странах – бизнес-групп, представляющих собой совокупности формально независимых фирм, функционирующих, как правило, в несвязанных между собой отраслях, контролируемых собственниками, обычно представляющими собой клановую или семейную группу. Качественные отличия бизнес-групп от компаний как организационной формы крупного бизнеса в странах с развитой рыночной экономикой заключались, прежде всего, в их отношениях к политическому ресурсу. Таким образом, речь шла об использовании интернализированного политического ресурса крупным бизнесом.

Во-вторых, поскольку интернализированный политический ресурс представляет собой латентную переменную, не поддающуюся прямому измерению, в экономической литературе преимущественно оценивался не сам ресурс, а процесс принятия политических решений, приносящих выгоду отдельным бизнес-структурам, при этом одни авторы рассматривали факторы, которые, возможно, оказывают влияние на процесс принятия политических решений (напр. финансирование избирательных компаний со стороны фирм и т. п.), а другие – результаты принятых политических решений, т.е. кому они выгодны.

В рамках нашего исследования разрабатываются и используются способы количественной оценки самого интернализированного политического ресурса, операционализированного как «близость к власти». В работе используется следующая схема анализа: индикатором наличия у предпринимателей интернализированного политического ресурса является «близость к власти», которая раскладывается на систему частных показателей, подлежащих изме-

рению. При этом сама природа гибридного политико-бюрократического рынка делает доступ к интернализированному политическому ресурсу условием сохранения и развития не только крупного, но и малого и среднего бизнеса (за исключением мельчайшего, ориентированного на выживание и не привлекающего интерес представителей властных структур). В то же время проведенный анализ показал невозможность разработки единой системы частных показателей «близости к власти» для всех предпринимателей. Это обусловлено самой природой интернализированного политического ресурса, для которого характерна дифференциация возможностей доступа для различных групп предпринимателей. Из этого вытекает необходимость разделения предпринимателей на две группы: 1) малый и средний бизнес и 2) крупный бизнес. Принципиальная разница между ними заключается в том, что малый и средний бизнес получает опосредованный доступ к власти через социальные сети, в то время как крупный бизнес имеет возможность непосредственного доступа к представителям власти.

В рамках данной статьи мы представляем результаты построения модели количественной оценки интернализированного политического ресурса, накопленного средним и малым бизнесом (на примере предпринимателей Кемеровской области), на основе расчета показателя, характеризующего «близость к власти».

Алгоритм оценки близости к власти заключается в следующем:

1. Выбор наиболее значимых критериев оценки близости к власти в зависимости от класса предпринимателей.

2. Выбор метода шкалирования исходной информации с целью приведения исходных данных к единой безразмерной системе измерений

3. Введение эталонного предпринимателя, характеризующегося максимальной близостью к власти (расстояние до властных структур нулевое). Значение всех рассматриваемых критериев для такого предпринимателя равно единице.

4. Построение интегрального показателя оценки близости к власти в виде взвешенного Евклидова расстояния до эталона.

Для предпринимателей малого и среднего бизнеса в качестве критериев были выбраны: K1 – уровень социального капитала второго типа; K2 – степень взаимодействия с органами власти. Для эталонного предпринимателя зна-

чения этих показателей принимались равными единице: $K_1=1$, $K_2=1$.

Классификация социального капитала, накопленного во взаимодействиях власти и бизнеса, на два типа предложена и обоснована в ранее проведенных с участием авторов исследованиях³. Социальный капитал воплощается в открытых предпринимательских сетях. Такие сети выступают основой для коллективного действия, позволяющего лоббировать общие интересы предпринимательского сообщества во взаимодействиях с властными структурами. Однако в условиях политико-бюрократического рынка для выживания и развития бизнеса наиболее значимым является наличие у предпринимателей социального капитала второго типа. Он воплощен в закрытых смешанных социальных сетях, включающих предпринимателей и представителей властных структур. Включенность в такие закрытые элитарные сети означает наличие у предпринимателя потенциального доступа к интернализированному политическому ресурсу.

Для получения количественной оценки социального капитала второго типа была построена двухуровневая иерархическая модель, каждая компонента которой характеризовалась двумя величинами: важностью и степенью выраженности. Для построения иерархической модели и оценки важности ее компонент применяется метод анализа иерархий (МАИ). На каждом уровне иерархии формировались матрицы парных сравнений, обработка которых позволила определить приоритеты соответствующих компонент.

Для определения степени выраженности составляющих нижнего уровня иерархии каждую из компонент представляют в виде лингвистической переменной с соответствующим терм-множеством $T=\{T_1\text{—низкий}; T_2\text{—средний}; T_3\text{—высокий}\}$. Так как эмпирические данные представляли собой ответы респондентов на вопросы анкеты, то в качестве функции принадлежности термов использовалась психофизическая функция желательности Харрингтона.

Проводя процедуру дефазификации, осуществляемую методом центра тяжести, для каждого предпринимателя определяют четкая оценка его социального капитала второго типа

³ См., например: Курбатова М.В., Левин С.Н., Каган Е.С. Структура социального капитала как фактор институционального развития региона // Общественные науки и современность. – 2010. – № 6. – СС. 37-51.

(K_1). Диапазон изменения значений показателя K_1 [0, 1], где 1 – соответствует максимальному значению, а 0 – полному отсутствию социального капитала второго типа.

Степень взаимодействия с органами власти (K_2) показывает интенсивность использования интернализированного политического ресурса, обеспечивающего его трансформацию из потенциального в реальный.

Для измерения степени взаимодействия предпринимателя с властью использовалась его субъективная оценка, которая была получена путем обработки ответов на вопрос анкеты: «С кем из представителей властных структур Вам приходится чаще взаимодействовать при решении важных для вашего бизнеса вопросов: (отметьте по шкале от 0 до 10: 0 – никогда; 10 – чаще всего):

- 1) с губернатором;
- 2) с руководителями департаментов АКО;
- 3) с мэром вашего города;
- 4) с руководителями департаментов мэрии;
- 5) с отдельными чиновниками, принимающими решения».

Показатель, характеризующий степень взаимодействия с органами власти, представляет собой взвешенную оценку частных показателей, характеризующих: 1 – комплексную оценку степени взаимодействия с губернатором и мэрами городов; 2 – комплексную оценку взаимодействия с руководителями департамента АКО и мэрии; 3 – оценку взаимодействия на нижнем уровне (с отдельными чиновниками). Каждый из этих трех показателей был также представлен в виде лингвистической переменной с терм-множеством $T=\{T_1\text{—низкий}; T_2\text{—средний}; T_3\text{—высокий}\}$. В качестве функции принадлежности термов использовалась функция Харрингтона. После проведения процедуры дефазификации была получена четкая оценка комплексного показателя K_2 , отражающего степень взаимодействия предпринимателя на всех уровнях власти. Диапазон изменения значений показателя K_2 [0, 1], где 1 – максимальная степень взаимодействия, а 0 – полное отсутствие взаимодействия.

На основе рассчитанных выше частных показателей степень близости к власти для i -ого предпринимателя определяется через степень близости к «эталонному предпринимателю» по формуле:

$$d_i = \sqrt{\omega_1 \cdot (1 - K_{1i})^2 + \omega_2 \cdot (1 - K_{2i})^2}$$

Определив степень близости к власти, для i -ого предпринимателя может быть рассчитан его политический ресурс: $PR_i = 1 - d_i$.

Для принятия решения о разбиении выборки предпринимателей по уровням полити-

ческого ресурса можно воспользоваться разбиением на уровни в соответствии со шкалой Харрингтона. Разбиение выборки предпринимателей Кемеровской области по уровням политического ресурса представлено в таблице 1.

Лингвистическая шкала (интегральная оценка политического ресурса)	Интервал значений функции желательности Харрингтона	% предпринимателей
очень низкий	0-0,2	18%
Низкий	0,2-0,37	46%
Средний	0,37-0,63	34%
Высокий	0,63-0,8	2%
очень высокий	0,8-1	0%

С помощью критерия Пирсона была проверена и принята гипотеза о том, что показатель, характеризующий политический ресурс, имеет закон распределения, не отличающийся от нормального. Этот факт позволил использовать данный показатель в многомерном статисти-

ческом анализе. Так, например, с помощью однофакторного дисперсионного анализа было показано, что существуют статистически значимые различия в среднем уровне политического ресурса в группах предпринимателей с зависимости от размера предприятия (рис. 1).

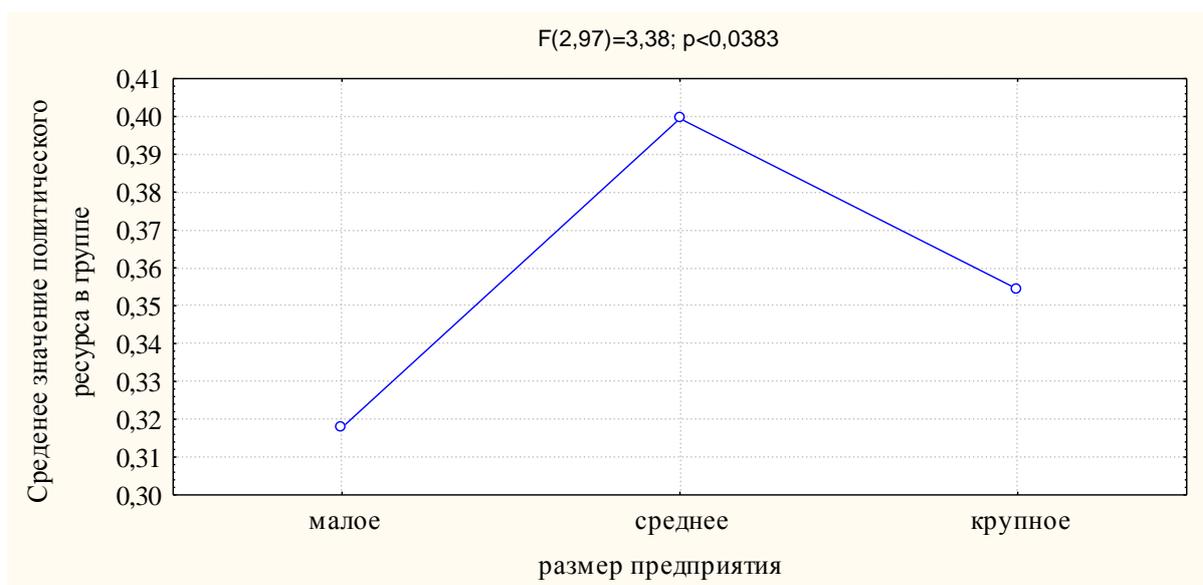


Рис.1. График средних значений политического ресурса в группах предпринимателей в зависимости от размера предприятия

Проведенный анализ подтверждает, что развитие индивидуального бизнеса в сфере малого и среднего предпринимательства предполагает наличие и накопление интернализированного политического ресурса, обеспечивающего индивидуальные конкурентные преимущества. Представленный график показывает, что среднее значение политического ресурса в группе предпринимателей среднего бизнеса суще-

ственно выше, чем в группе малого бизнеса. Снижение этого показателя у предпринимателей, относящихся к крупному бизнесу, можно объяснить снижением значимости для них опосредованных форм доступа к интернализированному политическому ресурсу, связанному с появлением у них возможностей непосредственного доступа к представителям власти. При этом преобладание среди опрошен-

ных предпринимателей с низким и средним уровнем политического ресурса (46% и 34% соответственно), при минимальном проценте обладателей высокого уровня (2%) соответствует специфике малого и среднего бизнеса, подтверждая наличие тесной взаимосвязи между размерами бизнеса и накопленного интернализированного политического ресурса.

Таким образом, условием развития индивидуального бизнеса в сфере малого и среднего предпринимательства является накопление интернализированного политического ресурса. Это требует от предпринимателей инвестиций в социальный капитал второго типа. В современных условиях, как правило, эти инвестиции являются субститутами инвестиций в шumpетерианские инновации. В то же время они могут выступать и как комплементы по отношению друг к другу. Принципиальное значение в этой связи приобретают целевые установки представителей властных структур, которые в рамках смешанных сетей власти и бизнеса на уровне реальных прав собственности выступают как совладельцы прав на остаточный доход и конечный контроль. Поэтому в условиях современной России неотъемлемым и важнейшим элементом государственной политики стимулирования инноваций должны стать меры по переориентации властных структур на всех уровнях, в том числе региональном и местном, с краткосрочных задач

выживания территорий на цели их долгосрочного развития.

Литература

1. Курбатова М.В., Левин С.Н., Каган Е.С. Структура социального капитала как фактор институционального развития региона // *Общественные науки и современность*. – 2010. – № 6. – С. 37-51.
2. Норт Д., Уоллис Д., Вайнгайт Б. Насилие и социальные порядки. Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества. – М.: Изд. Института Гайдара, 2011. – 480 с.
3. Fisman R. Estimating the Value of Political Connections // *The American Economic Review*. – 2001. – No 91(4). – P. 1095 – 1102.
4. Faccio M. Politically connected firms // *American Economic Review*. – 2006. – No 96 (1). – P. 369-386.
5. Hellman J.S., Jones G., Kaufman D. Seize the State, Seize the Day: State Capture, Corruption and Influence in Transition // *World Bank Working Paper*. – 2000. – No 2444.
6. Slinko I., Zhuravskaya E.V., Yakovlev E. Laws for Sale: An Empirical Study of the Effects of Regulatory Capture // *CEFIR Discussion Papers*.

Статья поступила в редакцию 28.01.2013

Д.В. КИСЛИЦЫН,

Кемеровский государственный университет

ИНТЕРНАЛИЗОВАННЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕСУРС В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ: КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ДЛЯ РЕГИОНАЛЬНОГО КРУПНОГО БИЗНЕСА*

Целью статьи является разработка методики оценки политического ресурса, накопленного российским крупным региональным бизнесом. В основе методики лежит анализ советов директоров, которые рассматриваются как «статусный орган», который включает в свой состав доминирующих собственников компании и аффилированных с ними лиц, при этом интенсивность политических связей компании с властью предлагается оценивать через политический статус членов совета директоров данной компании.

Ключевые слова: интернализированный политический ресурс, близость к власти

Связи между представителями государственной власти и бизнеса, а также те выгоды, которые отдельные фирмы извлекают из своих особых отношений с властью, всегда привлекали внимание исследователей. При этом различные авторы используют различную терминологию и различные исследовательские под-

* Статья выполнена при поддержке гранта РФФИ №12-06-00290 «Специфика политического ресурса российских предпринимателей и её влияние на инновационное развитие»

© Д.В. Кислицын, 2013

.....
<http://www.donntu.edu.ua/> «Библиотека»/ «Информационные ресурсы»

<http://www.instud.org>, http://www.nbuuv.gov.ua/portal/soc_gum/Npdntu_ekon/