ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

М. В. Кравцова

Коррупция в полиции: трансформация отношений с бизнесом[1]

КРАВЦОВА Мария Владимировна — аспирант кафедры экономической социологии факультета социологии НИУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: maria_krav@mail.ru

В статье показано, что в современной России структура коррупционных отношений между рядовыми полицейскими и малыми и средними предпринимателями начинает меняться. На смену неформальным платежам постепенно приходят формы коррупционных отношений, возможные без прямого финансового вознаграждения, но при этом предполагающие длительные устойчивые контакты между двумя сторонами и механизм «отдаривания» услугой за услугу. Изменение характера неформальных отношений между полицейскими и предпринимателями оказывает определённое влияние на предпринимательский климат. В системе, где всё большую роль играют личные связи с представителями государства, положение части предпринимателей несколько улучшается. Они несут меньшую финансовую нагрузку, лучше осознают свои интересы и имеют больше ресурсов, чтобы их защищать в переговорном процессе с сотрудниками полиции. Однако, поскольку это далеко не единственный фактор, влияющий на деловой климат, прийти к выводам о заметном его улучшении было бы преждевременно.

Ключевые слова: коррупция; неформальные отношения; полиция; предприниматели.

Введение

«Динамика хозяйственного действия, названная М. Грановеттером проблемой укоренённости [Granovetter 1985], нигде не проявляется так отчётливо, как в трансакциях, в которых единственным средством против мошенничества является взаимное доверие, основанное на общей принадлежности к группе» [Портес 2004]. Более того, эмпирические исследования показывают, что в подобных ситуациях социальные отношения могут даже начать вытеснять рыночные. Как отмечает В. Радаев, взятка — это всего лишь примитивная начальная форма неформальных отношений между чиновниками и предпринимателями. В дальнейшем, с укреплением взаимного доверия между ними, их связь может плавно перерасти в длительное сотрудничество или партнёрство, скреплённое порою узами личной дружбы [Радаев 2008]. В. Волков также отмечает постепенный переход от собирания дани с предпринимателей со стороны представителей криминальных и государственных силовых структур к партнёрским отношениям между

[1] Работа выполнена в рамках проекта «Неформальная экономическая деятельность полиции: сравнительный анализ трансформирующихся и развивающихся стран» (руководитель Л. Я. Косалс), поддерживаемого Программой фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

ними [Волков 1999: 63]. В частности, Волков показывает, что частные охранные предприятия, организованные выходцами из силовых ведомств, начинают заниматься консультированием бизнеса и инвестированием в компании. Руководство же частных охранных агентств (ЧОПов) отказывается от всех характерных атрибутов силовиков и стилизуется под бизнес-элиту.

Мы решили проанализировать, могут ли изменения в неформальных отношениях на уровне конкретных фирм привести к изменениям в более широком контексте и вызвать трансформацию неформальных отношений между полицейскими и предпринимателями в отдельно взятом регионе. Если да, то какие социально-экономические причины этому способствуют и как это может отразиться на бизнес-климате?

Мы выбрали в качестве предмета анализа отношения малых и средних предпринимателей с полицейскими. Фокус на малом и среднем бизнесе объясняется тем, что крупный бизнес в гораздо меньшей степени взаимодействует с рядовыми полицейскими. Контакты крупного бизнеса с полицией завязаны прежде всего на высокопоставленных офицерах.

Следующий вопрос: почему были выбраны отношения предпринимателей именно с полицейскими? В первую очередь потому, что в отличие от других государственных органов с представителями полицейского ведомства сталкиваются большинство бизнесменов, независимо от специфики их деятельности. Сотрудники полиции следят, например, за тем, чтобы предприниматели вели торговлю только в разрешённых местах, чтобы у них были все необходимые документы и лицензии, чтобы продукция и оборудование, которые они используют в своей деятельности, были приобретены законным путём. На неформальном уровне полицейские предоставляют бизнесменам из внутренних баз данных информацию как правового, так и личного характера. В частности, предприниматели имеют возможность узнать личные данные владельцев автомашин и, например, выяснить, не числится ли машина в угоне, или получить частную информацию о своих потенциальных партнёрах. Полицейские также принимают участие в урегулировании хозяйственных споров между контрагентами на рынке. От того, как складываются отношения с предпринимателями, помогают ли им полицейские или, наоборот, «ставят палки в колеса», во многом зависит качество предпринимательской среды.

Данная статья имеет следующую структуру: в первом разделе даётся определение коррупции и обобщаются существующие в литературе подходы к каждому типу коррупционных отношений; во втором разделе предлагается классификация коррупционных отношений между предпринимателями и полицейскими; в заключительном разделе мы прослеживаем динамику этих отношений с 1990-х годов до настоящего времени и анализируем, какие факторы вызвали эту динамику и как произошедшие изменения повлияли на условия для ведения бизнеса.

Теоретические подходы

В данной работе мы решили использовать классическое определение коррупции, которое применяется большинством авторов. Коррупция — это использование чиновником служебного положения в личных целях [Shleifer,Vishny 1993; Rose-Ackerman 2006].

Однако под это определение подходят множество различных форм коррупционных отношений, анализ которых необходим для оценки последствий коррупции. На наш взгляд, невозможно анализировать последствия коррупции, основываясь только на количественной оценке распространённости этого феномена. В данном случае очень важны конкретные качественные характеристики коррупционных отношений.

Впервые это подметил ещё Д. Скотт, выделявший местническую и рыночную коррупцию [Scott 1969: 38][2]. Местническая коррупция представляет собой ситуацию, где исключительно связи родства, привязанности, касты определяют доступ к благам, за распределение которых отвечают чиновники. Рыночная же коррупция обозначает фактически безличностный процесс, в котором влияние доступно тем, кто может заплатить больше.

Равенство возможностей может быть даже важнее, чем уровень коррупции, поэтому рыночная коррупция, обеспечивающая доступ к благам практически каждому, кто платит, может иметь менее негативные последствия для предпринимательского климата, чем местническая коррупция, которая обеспечивает доступ к ресурсам только своим людям [Scott 1969: 40].

В то же время местническая коррупция менее связана с непосредственной финансовой нагрузкой на бизнес. Рыночная же предполагает дополнительную коррупционную ренту, что в первую очередь касается коррупции «без приворовывания» *(without theft),* то есть той её формы, когда бизнесмен вынужден оплачивать услуги чиновника дважды — один раз официально, а второй неофициально. Коррупция «с приворовыванием» (*with theft*) представляет собой такую форму, когда бизнесмены платят чиновнику только коррупционный гонорар, что выгоднее для отдельных предпринимателей. Однако в данном случае доходы от экономики проходят мимо государственной казны, и государство не может эффективным образом выполнять свои регулирующие функции. Это, в свою очередь, негативно сказывается не только на социальной сфере, но и на функционировании экономики [Shleifer, Vishny 1993].

Среди негативных последствий коррупции выделяются снижение экономического роста [Mauro 1995; Wei 2000] и социально-политическая нестабильность [Mo 2001]. Тем не менее существуют авторы, придерживающиеся противоположного мнения на коррупцию. Они приводят доказательства того, что в странах, где формальные институты работают неэффективно, коррупция может оказывать положительное воздействие [Leff 1964; Huntington 1968; Scott 1969; De Vaal, Ebben 2011].

Изучение местнической коррупции было продолжено в исследованиях, посвящённых отношениям российского блата [Ledeneva 1998] и их китайскому аналогу — *guanxi* [Tsang 1998]. Все эти виды коррупционных отношений основаны на личных связях и социальном капитале, что на первый взгляд помогает вести бизнес. Например, социальный капитал, с точки зрения Бурдьё, может быть конвертирован в экономический капитал [Бурдьё 1986]. В ряде исследований показано, что дружеские связи способствуют получению полезной информации [Granovetter 1992], а также уменьшают риск столкновения с оппортунистическим поведением [Coleman 1988].

Однако у личных связей имеются и негативные стороны. Например, Уолдингер показывает, что распространение тесных дружеских отношений приводит к закрытости сообщества и исключению из него аутсайдеров [Waldinger 1995]. Это может создать предпосылки для ограничения конкуренции на рынке. В закрытых сообществах возникают неблагоприятные условия для бизнеса, так как предпринимательская деятельность в них не основывается на принципе универсальности [Geertz 1963; Weber 1965]. Кроме того, в сообществах, опирающихся на личные связи и дружеские отношения, более силён социальный контроль, ограничивающий индивидуальную свободу [Boissevain 1974]. Это может негативным образом сказаться на духе предпринимательства.

Грановеттер утверждает, что социальные отношения, являясь необходимым условием доверия, не гарантируют отсутствия мошенничества или конфликта [Granovetter 1985]. Более того, социальные отно-

[2] Цит. по: Скотт Д. Анализ коррупции в развивающихся странах. В сб.: Олимпиева И., Паченков О. (сост.). 2007. *Борьба с ветряными мельницами? Социально-антропологический подход к исследованию коррупции.* СПб.: Алетейя; 17–55. URL: http://www.cisr.ru/files/windmills.html

шения могут порождать ситуации, благоприятные для возникновения крупных конфликтов и мошенничества. «Распространённость мошенничества в полностью атомизированной социальной ситуации очень невелика; это могут быть лишь эпизодические, не связанные между собой незначительные случаи», — считает Грановеттер [Granovetter 1985][3].

В коррупционных связях в той или иной степени присутствуют отношения власти. Поэтому для оценки влияния коррупции на условия для ведения бизнеса, весьма немаловажным представляется ответ на ряд вопросов. Действуют ли предприниматели по принуждению или из соображений личной выгоды? Могут ли они отстоять свои права в переговорном процессе с полицейскими? Для этого необходимо в первую очередь знать, как распределена власть между предпринимателями и полицейскими. Наиболее общее определение власти предложил М. Вебер: «Власть представляет собой шанс реализовать свой интерес независимо от интереса контрагента» [Weber 1978: 942]. Причём представители государства, по мнению Вебера, обладают уникальным властным ресурсом — исключительным правом на осуществление легитимного насилия на определённой территории [Weber 1978]. Однако с точки зрения теории социального обмена навязать свою волю можно не только путём принуждения (негативные санкции), но и через вознаграждение [Blau 1967; Льюкс 2010]. Это обеспечивает механизм влияния предпринимателей на представителей государства. В работах социологов выделен ряд критериев, позволяющих оценить, в какой мере тот или иной субъект обладает властным ресурсом.

По мнению В. Радаева, отношения власти могут быть связаны со структурной асимметрией, вызванной неравномерным распределением экономических и неэкономических ресурсов [Радаев 2011: 48].

Структурной асимметрии противопоставляется интеракционная асимметрия, которая вырастает из взаимодействия агентов [Радаев 2011: 49]. С позиций данного подхода больше шансов занять доминирующие позиции имеют акторы с лучше развитыми социальными навыками, то есть те, которые лучше умеют договариваться, чувствовать потребности своих партнёров и строить вокруг себя ассоциации [Fligstein 2001].

Особенности взаимодействия агентов учитывают также авторы теории социального обмена, по-своему трактующие власть. Субъекты, в наибольшей мере способные обеспечивать получение вознаграждений другим членам группы, обладают большей властью. И наоборот, участники, в меньшей степени способные вознаграждать других, стремятся приобретать те вознаграждения, которые предлагаются потенциальными лидерами [Blau 1967].

Данные и методология

Анализ неформальных отношений между полицейскими и предпринимателями в России был проведён прежде всего на основе неформализованных интервью с предпринимателями и полицейскими. В качестве респондентов выступили владельцы малого и среднего бизнеса в Москве, Московской области и Нижнем Новгороде. К малому бизнесу были отнесены предприятия с численностью работников не более 100 человек и годовой выручкой не более 400 млн рублей. К среднему бизнесу были отнесены компании, в которых работают не более 250 человек и чья выручка не превышает 1 млрд рублей в год.

Мы отбирали следующие категории предпринимателей:

— предприниматели, вступающие в неформальные отношения с чиновниками, в том числе с полицейскими;

[3] Цит. по: Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 55. URL: http://ecsoc.hse.ru/issues/2002-3-3/index.html.

— предприниматели, не вступающие в неформальные отношения с чиновниками, в том числе с полицейскими;

— предприниматели, пострадавшие от неформальных отношений с полицейскими;

— предприниматели, чьи ближайшие родственники работают в полиции;

— бывшие полицейские, организовавшие свой бизнес.

Интервью были проведены в 2011 году. В них представлены такие сферы бизнеса, как розничная и оптовая торговля (9 интервью), ресторанный бизнес (1 интервью), услуги по обслуживанию автомобилей (1 интервью), арендный бизнес (1 интервью), производство промышленного оборудования (1 интервью) и продуктов питания (1 интервью). Всего были собраны 14 интервью. Из них два интервью были проведены с представителями среднего бизнеса и 12 — с владельцами малых предприятий. В Москве и Московской области были проведены 13 интервью, в Нижнем Новгороде — одно. Длительность интервью составляла от полутора до шести часов.

Для данного исследования мы также использовали серию проведённых в рамках проекта «Неформальная экономическая деятельность полиции: сравнительный анализ трансформирующихся и развивающихся стран» неформализованных интервью с действующими и находящимися в отставке представителями различных подразделений полиции. Всего было проведено 13 интервью в Москве, Московской области и Красноярске в 2009–2011 годах. Длительность интервью составляла от одного часа до трёх.

В целях нашего исследования мы также использовали данные количественного опроса полицейских, проведённого в рамках вышеупомянутого проекта. В опросе участвовали сотрудники российской полиции (а также сотрудники полиции Болгарии и Казахстана) из различных подразделений, занимающие различные должности и имеющие разный стаж работы. В ходе опроса респонденты самостоятельно заполняли анкеты в присутствии интервьюера.

Выборка носила квотный характер и строилась по трём критериям: (1) территориальный; (2) профессионально-должностной; (3) стаж работы. В России размер выборки составил 450 анкет.

Выборка была построена таким образом, что в ней представлены большие и малые города (сёл нет), поскольку из предыдущих исследований было известно, что возможности дополнительных заработков полицейских существенно зависят от размера поселения и экономической ситуации в нём. Поэтому были отобраны столицы, большие и малые города (как с благоприятной ситуацией, так и стагнирующие), заметно различающиеся по экономическим показателям. Далее мы будем использовать данные российской части этого исследования.

Типы коррупционных отношений

Коррупционные отношения между полицейскими и предпринимателями можно разделить на следующие типы:

1. предприниматели платят фиксированную плату за услуги полицейских (пример: ситуация, когда во время проверок предприниматель платит взятку за сокрытие нарушений);

2. предприниматели платят «абонентную плату» за некий набор услуг («крышевание»), в который входят охрана, обеспечение соблюдения контрактных отношений, разрешение конфликт-

ных ситуаций, сбор информации о партнёрах и консультирование по различным организационным проблемам[4]. В результате между полицейскими и предпринимателями складываются устойчивые отношения, основанные на финансовом интересе;

3. предприниматели уступают полицейским долю в бизнесе в ответ на регулярное оказание услуг. В результате также складываются устойчивые отношения;

4. предприниматели и полицейские поддерживают длительные устойчивые дружеские отношения, регулярно оказывая друг другу некоторые услуги; такие отношения могут не подкрепляться прямыми финансовыми платежами;

5. организация полицейскими собственного бизнеса. В данном случае предприниматели могут состоять с полицейскими не только в дружеских, но и в родственных отношениях. Такие отношения также основаны на регулярном обмене услугами.

Все вышеперечисленные виды коррупционных связей могут быть размещены на некоем континууме, на одном из полюсов которого находятся отношения, не предполагающие устойчивости и регулярности и основывающиеся главным образом на финансовом подкреплении. На противоположном полюсе расположены отношения, характеризующиеся наличием тесных дружеских связей, которые возможны без неформальных платежей.

Коррупционные связи между полицейскими и предпринимателями можно также разделить по критерию наличия третьей заинтересованной стороны. Полицейские вступают в неформальные отношения с предпринимателями как исходя из собственной заинтересованности, так и по указу вышестоящего начальства.

> *«В полиции такие же молодые ребята. Они тоже люди подневольные, им префектура дала команду “фас”, и они действуют. У нас же всё так делается: сидит префект, даёт команду главе округа милиции, тот — начальнику ОВД, начальник ОВД — сотруднику. Мне мой знакомый мент сам говорит: “Мне ни ты, ни твой продавец, ни твоя палатка на фиг не нужны. Мне приходит телефонограмма, я должен принять меры. Если я этого не сделаю, меня уволят с работы”»* (из интервью с владельцем палаток по продаже безалкогольных напитков, г. Москва).

Таким образом, коррупционные связи между предпринимателями и полицейскими включают отношения «по заказу» и «по собственной инициативе».

Мотивы полицейских и предпринимателей, побуждающие их к вступлению в коррупционные отношения

Мотивы, побуждающие полицейских и предпринимателей вступать в коррупционные отношения, можно разделить на общие для них и те, которые присущи представителям только одной из групп — полицейским. Сначала рассмотрим общие мотивы, а затем те, которые свойственны полицейским.

[4] Список услуг, входящих в понятие «крышевание», предложен В. Волковым в работе «Силовое предпринимательство» [Волков 2003].

Общие для полицейских и предпринимателей мотивы, побуждающие их к вступлению в коррупционные связи

Получение дополнительного дохода

Полицейские могут вступать в коррупционные отношения с бизнесом с целью получить дополнительный доход, так как официальная зарплата не позволяет им поддерживать желаемый уровень жизни. Они хотят также выглядеть более успешными в глазах знакомых и родственников.

> *«Внешний фактор сильно давит. Жена, как обычно, говорит: "Ты дурак вообще. Ты всё так же 'капитанишь' за одну и ту же зарплату. А вон Васька в ОБЭПе работает. Смотри, как у него всё здорово"»* (из интервью полицейского, г. Москва).

Тем же мотивом могут руководствоваться и предприниматели. Вступая в неформальные отношения с полицейскими, они рассчитывают сделать свой бизнес более прибыльным.

> *«Стояла у нас палатка на улице. Днём она не работала, но в шесть часов вечера она открывалась. Тогда уже давно было запрещено торговать в палатках водкой и другими спиртными напитками. В этой палатке торговали только спиртным, всю ночь. Туда весь район съезжался ночью. Палатка была подконтрольна отделу милиции»* (из интервью с владельцем кулинарии, г. Москва).

Страх

Предприниматели могут вступать в коррупционные отношения с полицейскими, потому что испытывают страх перед представителями криминальных структур и другими претендентами на их прибыль.

Страх также может мотивировать полицейских к вступлению в неформальные отношения с предпринимателями. Речь идёт об угрозе потерять работу в ситуации, когда коррумпированное начальство вынуждает рядовых полицейских участвовать в неформальных отношениях с бизнесом.

Привычка

Предприниматели могут пользоваться услугами «крышевания» со стороны полицейских по причине того, что «никто не работает без "крыши"».

Среди полицейских также распространена мотивация, которую можно назвать «поступать "как все"»: «Раз все берут взятки, то я тоже не хочу быть белой вороной».

Выживание

Предприниматели часто связывают своё выживание с сохранением бизнеса, предпринимательской деятельностью они хотят обеспечить собственную жизнь и жизнь своей семьи, не меняя при этом рода занятий.

> *«Если я буду делать всё по правилам, то завтра же на моём бизнесе можно будет повесить амбарный замок. Мы уйдём как минимум в ноль, а скорее всего — в минус»* (из интервью с директором завода по изготовлению тортов, г. Москва).

Мотив выживания и обеспечения некоего нормального уровня жизни для вступления в неформальные отношения с предпринимателями свойственен и полицейским.

> «*Что такое 1000 долларов при наших ценах? Для мужчины. Машину не купить, в магазин можно сходить четыре раза в неделю. Ещё тебе надо куда-то ездить, как минимум купить себе бритву, майку, трусы, носки»* (из интервью с полицейским, г. Москва).

Мотивы, побуждающие полицейских к коррупционным отношениям

Чувство справедливости

Полицейские могут вступать в коррупционные отношения с предпринимателями, руководствуясь определёнными ценностями и принципами, в частности принципом справедливости. С их точки зрения, несправедливо, когда предприниматель зарабатывает в несколько раз больше, чем полицейский. Поэтому предприниматель должен делиться.

> *«Мой друг, бывший офицер ФСБ, рассказывает: "Я, когда носил погоны, мы этих коммерсов за людей не считали. Ты, гад, деньги делаешь, а мы тут родине служим. Это несправедливо, надо делиться"»* (из интервью с владельцем фирмы по продаже складского оборудования, г. Москва).

> *«В те времена, когда я уволился (в начале 2000-х), милицию буквально поставили на колени, зарплату платили копеечную. Я работал в охране государственного банка. Уборщица получала 6000, маленькие клерки, мальчики с высшим образованием, получали по 30 тысяч, и тут же милиционер стоит с автоматом, получает 2000»* (из интервью с владельцем художественного салона, бывшим сотрудником милиции, Московская область).

Личный престиж

Полицейские предпочитают воспользоваться бесплатными услугами, которые могут предоставить им бизнесмены, чаще чем получать от них неформальные платежи. Это происходит даже в тех случаях, когда предприниматель может предложить лишь относительно недорогую продукцию, и для полицейского было бы выгоднее получить от него денежный платёж.

> *«У меня есть один хороший знакомый, он занимал очень приличный пост в федеральных структурах полиции. Он ни за что никогда не платил. Он рассуждал так: насчёт купить не знаю, а нельзя ли просто украсть? Кто-то из знакомых занимается ремонтом автомобилей, у них можно отремонтировать автомобиль. Кто-то из-за границы шмотки возит…»* (из интервью с владельцем автосервиса, г. Королёв, Московская область).

В данном случае действия полицейских продиктованы не только тем, что брать деньги опаснее, чем продукцию. Из интервью следует, что те же полицейские не отказываются от наличных и берут такие взятки от малознакомых предпринимателей и других граждан. Предположительно одним из мотивов полицейских, предпочитающих получать вознаграждение от предпринимателей в натуральной форме, является желание продемонстрировать своё влияние и тем самым повысить свой личный престиж, который у большинства полицейских сегодня заметно занижен в связи с резким снижением престижности данной профессии. Эту гипотезу подтверждает следующая цитата из интервью с предпринимателем, чей близкий родственник занимает высокий пост в МВД:

«Полицейские думают так: “Мы — сильные мира сего, поэтому для нас должно быть всё бесплатно”» (из интервью с владельцем фирмы по продаже складского оборудования, г. Москва).

Выявленные тенденции в развитии неформальных отношений между полицейскими и предпринимателями

Прежде всего, мы попытались реконструировать ситуацию 1990-х годов, используя фрагменты собранных нами интервью и работу В. Волкова, посвящённую силовому предпринимательству [Волков 2003]. Основной чертой неформальных отношений между полицейскими и предпринимателями того периода было собирание «дани» (или рэкет). Представители государства, получающие от предпринимателей неформальный доход, по сути, выступали как дополнение или альтернатива налоговым органам. Запутанная государственная налоговая система с непомерно высоким уровнем налогообложения не шла ни в какое сравнение с простыми методами определения и сбора дани альтернативными налоговыми инстанциями [Волков 2003]. В результате многие предприниматели предпочитали неформальные платежи формальным. Ряд бизнесменов практиковали оба вида платежей.

В то время бизнес был связан с очень высокими рисками, так как существовала жёсткая конкуренция со стороны государственных и негосударственных силовых структур за доступ к прибыли частных компаний. Милицейские «крыши» конкурировали с бандитскими и с частными охранными предприятиями. Государственные структуры тоже конкурировали между собой. Например, Служба безопасности Президента (СПБ), являющаяся частью Администрации Президента, конкурировала со Службой безопасности «Группы Мост», поддерживаемой Управлением ФСБ по Москве. Федеральные налоговые органы конкурировали с региональными и местными властями [Волков 2003]. В подобных условиях бизнес вынужден был иметь ту или иную «крышу», чтобы оградить себя от притязаний многочисленных структур. В конце 1990-х годов бандитские «крыши», доминировавшие прежде, стали уступать место «полицейским». С одной стороны, это произошло потому, что предприниматели предпочитали пользоваться неформальными услугами милиционеров, которые не только обладали более высокой квалификацией и лучшей технической базой, но и зачастую готовы были работать за меньшую плату. С другой стороны, представители криминальных группировок, многие из которых начали собственную предпринимательскую карьеру, не были уже столь заинтересованы в услугах «крышевания» бизнеса. В 2000 г., с приходом к власти В. Путина, начался процесс укрепления властной вертикали, в результате которого, по-видимому, административная нагрузка на бизнес начала увеличиваться, а государственные структуры стали основными претендентами на неформальное получение процента от дохода бизнеса.

Однако этот процесс имел свои пределы. Достаточно вспомнить кампанию против «оборотней в погонах», которая была направлена на усиление контроля за поведением руководителей полиции среднего и нижнего звена. «Закручивание гаек» продолжилось, оно действует и поныне. Так, в ходе проведённого нами в 2011 года опроса российских полицейских (см. раздел «Данные и методология») на вопрос о том, усилился или ослабился контроль со стороны руководителей над работой сотрудников в вашем подразделении за последний год, 67% полицейских ответили, что контроль усилился; 30% посчитали, что ничего не изменилось, и только 1% опрошенных отметили ослабление контроля (остальные 2% затруднились с ответом).

В последние годы возникла и набирает силу тенденция к изменению структуры коррупционных отношений между полицейскими и предпринимателями. Неформальные контакты между полицейскими и предпринимателями приобретают бóльшую устойчивость и регулярность, а денежные платежи стали чаще замещаться «отдариванием», то есть механизмом предоставления услуги за услугу. Данная тен-

денция, ещё в 1990-е годы характерная для отдельных фирм [Волков 1999; Радаев 2008], по оценкам наших респондентов, приобрела сегодня значительно больший масштаб. Услугами «крышевания» на данный момент пользуется в основном лишь нелегальный бизнес, тогда как к концу 1990-х большинство предпринимателей имели «крышу». Например, на сегодняшний день в услугах «крышевания» нуждаются игровые клубы, букмекерские фирмы, лица, занимающиеся проституцией. Легальный бизнес больше не видит необходимости регулярно платить дань полицейским.

> *«Ну, какая "крыша" сейчас может быть?! Даже представить невозможно! Мы работаем в правовом поле. Ну, какие к нам вопросы?! Если есть вопросы, задавайте, мы ответим. Если вы хотите просто получить денег… А за что? Это вымогательство называется. На это существуют уголовные дела!»* (из интервью с владельцем автосервиса, г. Королёв, Московская область).

Бизнесмены посчитали возможным отказаться от услуг «крышевания» потому, что они больше не испытывают такого давления со стороны различных конкурирующих структур, претендующих на их прибыль. Предприниматели гораздо меньше боятся их давления, чем в 1990-е годы.

> *«У меня раньше, как и у всех, была "крыша". Я им регулярно отстёгивал, но проблемы они не решали. Один раз я к ним обратился, чтобы они помогли мне получить долг. Они пришли и избили этого человека. У них методы ничем не отличаются от бандитских. После этого я решил, что больше не буду с ними работать, а то потом проблем не оберёшься. Я отказался от их услуг, и ничего не произошло. Тогда я стал говорить своим друзьям: "Ребята, чего вы боитесь?! Ничего не будет". И они тоже стали следовать моему примеру»* (из интервью с владельцем фирмы по продаже итальянских солнечных очков, г. Москва).

Поскольку бизнес стал более легальным, сократилось и количество его проверок со стороны контролирующих инстанций, в том числе и полиции. Полицейским больше нет смысла приходить к предпринимателям, у которых сложно найти нарушения.

> *«Мы стараемся все делать по правилам, поэтому они к нам не приходят»* (из интервью с владельцем ресторана, г. Москва).

> *«Сейчас стало легче работать, нет таких поборов, как раньше»* (из интервью с владелицей фотосалона, г. Москва).

Существенную роль в сокращении числа проверок, по словам предпринимателей, сыграл Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля» от 26 декабря 2008 г. (№ 294-ФЗ). Согласно этому закону плановые проверки бизнеса могут осуществляться не чаще одного раза в три года, а проведение внеплановых проверок возможно только в определённых случаях, и только по специальному запросу от граждан или юридических лиц.

Всё это привело к тому, что наметилась тенденция к сокращению неформальных заработков полицейских, что подтверждается данными анкетного опроса сотрудников полиции (2011 г.). Из тех российских полицейских, кто ощущает изменение ситуации, 31% респондентов считают, что у них стало меньше возможностей дополнительно заработать, в то время как, по мнению только 7%, их стало больше. Остальные 35% опрошенных полицейских не видят существенных изменений ситуации. По нашему мнению, с одной стороны, это вызвано тем, что большая часть бизнеса имеет те или иные не-

формальные отношения с «неполицейскими» органами власти, без которых сейчас очень трудно вести дело. С другой стороны, связано с определённым упорядочением отношений полиции с бизнесом, которое достигнуто за счёт большего контроля над действиями полиции со стороны органов власти и руководителей полиции.

Конечно, наши данные относятся в основном к тому, что происходит «внизу», между малым и (или) средним бизнесом и полицией на уровне в основном не выше районного отделения. Ситуация на более высоких этажах полицейской и властной иерархии и бизнеса может отличаться. В частности, это касается бизнеса, который связан с работой с государственными (бюджетными) средствами; сюда бóльшая часть независимого малого и среднего бизнеса не допущена.

В итоге, на сегодняшний день взаимоотношения предпринимателей и полицейских на низовом уровне строятся гораздо чаще, чем раньше, на доверии и регулярном обмене услугами. Одна из причин произошедших изменений заключается в экономической стагнации. Сегодня на рынках практически не появляются новые игроки. В результате предприниматели и полицейские хорошо знают друг друга.

> *«Когда ты работаешь на одном месте и работаешь 12 лет, то понятно, что с каждым проверяющим ты хоть раз сталкивался. Поэтому ты просто тупо налаживаешь контакты. Чтобы к нам кто-то приходил с улицы и нас проверками мучал, за исключением ФМС, такого нет. Мне сейчас могут не продлить договор аренды на помещение, а переезд — это полная катастрофа. Придётся опять налаживать связи, дружить со всеми, выпивать с ними. А у меня просто уже сил нет»* (из интервью с владельцем фабрики по производству тортов, г. Москва).

Административные барьеры вхождения на рынок сейчас очень высоки, что отмечают опрошенные.

> *«Если раньше выйти на рынок с достаточно малым количеством денег было довольно просто, то сейчас это невозможно. Сейчас требуется огромное количество документации. Если у человека нет хорошей подушки сзади, чтобы не разориться при первом же спотыкании о чиновника, бизнес невозможен»* (из интервью с владельцем фирмы по продаже складского оборудования, г. Москва).

Кроме того, степень насыщения рынка сегодня гораздо выше, чем раньше, а спрос остаётся довольно низким.

> *«Чтобы кому-то новому выйти на рынок, ему надо либо мощную рекламную кампанию проводить, либо делать сумасшедшие инвестиции»* (из интервью с владельцем фирмы по продаже итальянских солнечных очков, г. Москва).

> *«Если в нашем городе* (Речь идёт о небольшом подмосковном городке. — *М. К.*) *появится ещё один художественный салон, то мы оба разоримся: и я, и он. У нас нет столько людей, которым нужны наши товары»* (из интервью с владельцем художественного салона, Московская область).

Немаловажной причиной отказа от взяток и перехода к неформальным отношениям, основанным на регулярном обмене услугами, является то, что чиновники стали больше бояться наказания.

> *«Сейчас чиновники больше боятся потерять своё место. Я пришла в одно ведомство, где меня уже знают. Я говорю: “Я хочу проконсультироваться”. Они мне говорят:“Галь, ты*

приходи, но внизу посиди. Там есть общее окно, и мы с тобой поговорим. А то вдруг что не то подумают!"» (из интервью с владелицей фотосалона, г. Москва).

Таким образом, можно выделить следующие причины изменения структуры коррупционных отношений между предпринимателями и полицейскими:

— легализация бизнеса;

— снижение рисков для бизнеса из-за ослабления давления конкурирующих структур, претендующих на процент от доходов предпринимателей;

— законодательное ограничение количества проверок бизнеса со стороны контролирующих органов;

— экономическая стагнация;

— усиление антикоррупционного контроля.

Последствия изменения структуры коррупционных отношений между предпринимателями и полицейскими

Баланс власти на сегодняшний день, как и в конце 1990-х годов, смещён в пользу полицейских. Успешность бизнеса и даже сохранение прав собственности на него по-прежнему зависит от действий полицейских и других представителей властей.

Особенности распределения власти между государством и бизнесом зеркально отражаются в распределении ресурсов, находящихся в ведении чиновников, среди малых и средних компаний. В привилегированном положении оказываются те компании, которые имеют лучшие отношения с чиновниками. Чтобы обзавестись полезными связями, важны личные качества предпринимателя, размер его бизнеса и уровень прибыли. Однако существует ещё одна интересная особенность российского бизнеса, позволяющая относительно мелким предпринимателям успешно конкурировать с более крупными фирмами за связи с чиновниками. Больше шансов найти подход к представителям власти имеют те предприниматели, которые могут предложить некие товары или услуги, полезные либо для чиновников лично, либо для их деятельности.

«Я раньше работала продавцом в палатке. То есть была никем и никого не знала. Я сама накопила деньги, чтобы открыть свой фотосалон. Мой секрет в том, что у меня есть то, чего нет у каждого, поэтому чиновники часто обращаются ко мне за помощью. Могу напечатать бесплатную рекламу или поучаствовать в организации праздника города. Мы делаем ребятам из приюта бесплатно фотографии на паспорт. У меня есть грамоты: помощь тому-то, помощь тому-то… Я постоянно кому-то помогаю. Чиновники знают, что я помогаю детям, поэтому, когда я к ним прихожу, они говорят: "Да, мы, конечно, вам всё, что надо, подпишем"» (из интервью владелицы фотосалона, г. Москва).

Подобная тенденция напоминает советскую традицию, когда неформальный обмен в социальных сетях происходил преимущественно в натуральном выражении (блат).

Несмотря на то что полицейские как представители государства обладают властью над предпринимателями, мы можем наблюдать некие изменения во властном балансе, связанные с изменением струк-

туры коррупционных отношений. Когда полицейские уверенно заняли рынок услуг «крышевания» бизнеса, они обладали значительно бóльшими возможностями давления на предпринимателей, чем сейчас. Они имели такой мощный ресурс, как формальная власть, который был практически не ограничен ни законными, ни неофициальными институтами и использовался ими по своему усмотрению. На сегодняшний день власть полицейских постепенно ограничивается вводимыми в законодательство изменениями, усилением антикоррупционного контроля, легализацией бизнеса. Кроме того, переход от более деперсонифицированных денежных отношений к устойчивым доверительным связям привёл к более равномерному распределению власти между полицейскими и предпринимателями. По мнению Фабермана и Вайнштейна, отношения дружеские и доверительные обеспечивают более равноправный обмен, чем рыночные и денежные [Farberman, Weinstein 1970]. Таким образом, вступая в устойчивые доверительные связи с полицейскими, предприниматели получают больше шансов защитить себя от невыгодного им обмена. Об этом свидетельствуют и высказывания предпринимателей.

> *«Если ты дал взятку, это ещё далеко не значит, что ты что-то за это получишь»* (из интервью владелицы фотосалона, г. Москва).

Если предприниматель обращается к хорошему знакомому, то у него больше шансов получить желаемую услугу. Полицейские, напротив, имеют меньше возможностей вымогать взятки у предпринимателей, с которыми их связывают длительные дружеские отношения.

Ещё одним важным фактором, ограничивающим власть полицейских, является тенденция к переходу от неформальных отношений между полицейскими и предпринимателями «по собственной инициативе» к отношениям «по заказу». Если раньше полицейские действовали преимущественно по своему усмотрению, то сегодня, в связи с укреплением вертикали власти, они всё чаще получают указания сверху (главным образом от представителей городских и районных органов административной власти) о том, каким предпринимателям следует чинить препятствия, а к каким приходить не стоит.

Вместе с тем предприниматели, желающие получить некие преференции, всё чаще обращаются в административные органы власти, которые обладают бóльшими ресурсами и могут оказывать влияние на полицейских. В результате правопринятие основных решений уходит наверх, и полицейские больше не имеют тех рычагов давления на бизнес, которыми они обладали раньше.

Наблюдаются также изменения в характере взаимодействий полицейских и предпринимателей. Раньше полицейские играли роль активной стороны в налаживании контактов с бизнесом. Они обходили компании, работающие на их участке, с проверками или с предложениями платить им регулярную дань за неопределённый набор услуг. Бизнес же играл, скорее, пассивную роль и соглашался на условия полицейских, чтобы избежать законного наказания или силовых действий со стороны бандитов. Сейчас полицейские и предприниматели постепенно меняются ролями. Полицейские реже приходят с проверками, а предприниматели чаще играют роль активной стороны и сами обращаются к полицейским, но уже за конкретно оговорёнными услугами. С точки зрения самих предпринимателей, возможность первыми вступать в контакт с представителями властей говорит о росте их собственного влияния и о повышении статуса.

> *«Это к вам ОБЭП с проверками ходит* (о малом бизнесе. — *М. К.*)*, а мы в ОБЭП сами ходим!»* (из интервью представителя среднего бизнеса, владельца компании по продаже складского оборудования, г. Москва).

Изменения в характере коррупционных связей между полицейскими и предпринимателями, а также в распределении власти между ними повлекли за собой изменения личной мотивации обеих сторон к

вступлению в неформальные отношения. В конце 1990-х предприниматели вступали в неформальные отношения с полицейскими, главным образом руководствуясь страхом перед другими претендентами на долю их прибыли и перед законными санкциями за допущенные нарушения в ходе ведения бизнеса. Они регулярно отчисляли «абонентную плату», не отдавая себе ясного отчёта в том, за какие именно услуги отдают деньги и можно ли избежать этих неформальных платежей. Сейчас, наоборот, обращаясь в полицию, предприниматели хотят получить конкретные услуги и при этом с минимальными затратами. Иными словами, в период расцвета милицейских «крыш» предприниматели обращались к милиционерам, скорее, в качестве превентивной меры, в то время как сейчас они обращаются за помощью к сотрудникам полиции главным образом в тех случаях, когда у них уже возникли проблемы.

В связи с укреплением вертикали власти полицейские сегодня все чаще действуют не в собственных интересах, а в интересах вышестоящих инстанций из страха потерять работу. Кроме того, сегодня они готовы оказывать предпринимателям услуги исходя из дружеских соображений, чтобы поддержать механизм «отдаривания». Хотя мотив дополнительного заработка остался, сейчас полицейские, вступая в неформальные отношения с предпринимателями, далеко не всегда ориентированы на получение личного дохода.

Таким образом, из наших интервью следует, что рациональные мотивы начинают преобладать в действиях предпринимателей, в то время как мотивы полицейских становятся не столь прагматичными.

Заключение

Основной тенденцией в развитии коррупционных отношений между полицейскими и предпринимателями «на земле», судя по нашим данным, в современной России является то, что такие отношения эволюционируют от моделей, основанных на неформальных платежах и не предполагающих устойчивости и регулярности, к схемам, характеризующимся наличием тесных дружеских связей, которые возможны и без прямых финансовых отчислений. Судя по оценкам респондентов, описанные нами процессы достигли значительных масштабов и начали складываться в определённую тенденцию сравнительно недавно, примерно 3–5 лет назад. К сожалению, нам не удалось найти количественных данных отдельно по полиции (милиции), отражающих динамику коррумпированности этого органа на достаточно длительном временно́м отрезке и содержащих актуальную информацию. Следовательно, это могло бы стать предметом дальнейших количественных исследований.

Выявленные нами изменения структуры коррупционных отношений между предпринимателями и полицейскими вызваны, с одной стороны, усилением формальных институтов (легализация бизнеса, законодательное ограничение количества проверок предпринимателей и усиление антикоррупционного контроля), а с другой стороны, они продиктованы логикой развития рынка. В результате сокращения количества структур, претендующих на доход от бизнеса, предприниматели перестали бояться работать без «крыши». Помимо этого, экономическая стагнация и отсутствие новых игроков на российских рынках привели к тому, что полицейские и предприниматели все чаще поддерживают друг с другом длительное знакомство и предпочитают «отдариваться» услугами, а не деньгами.

Изменение характера неформальных отношений между полицейскими и предпринимателями повлекло за собой ряд последствий. Прежде всего, у предпринимателей появилось больше гарантий получить услуги, в которых они заинтересованы. Это произошло потому, что теперь они чаще всего имеют дело с хорошо знакомыми полицейскими, связанными с ними дружескими обязательствами. У полицейских, напротив, стало меньше возможностей вымогать взятки у предпринимателей, с которыми они поддерживают дружеские отношения. Таким образом, баланс власти качнулся в сторону предпринимателей, хотя преимущество, безусловно, остаётся на стороне полицейских.

Изменение модели коррупционных отношений повлияло на мотивацию полицейских и предпринимателей к вступлению в неформальные контакты друг с другом. Мотивы предпринимателей стали более рациональными. Теперь они, как правило, хотят получить от полицейских максимально качественные услуги с наименьшими денежными затратами. Прежде большее значение имели аффективные мотивы, вызванные страхом перед представителями криминальных структур и перед возможными санкциями со стороны служителей закона.

Полицейские, наоборот, чаще стали руководствоваться мотивами, связанными с чувством личной симпатии или страхом перед наказанием со стороны вышестоящего начальства, а раньше они были главным образом ориентированы на получение дополнительного дохода. В настоящее время можно отметить, что положение части предпринимателей несколько улучшилось, так как они несут меньшую финансовую нагрузку и имеют больше прав при переговорах с полицейскими.

Однако делать выводы об улучшении предпринимательского климата было бы преждевременно. В системе, основанной на личных связях, ряд бизнесменов, не вступающих в неформальные отношения с полицейскими и другими чиновниками, не имеют большого количества преференций, доступных их конкурентам. Это негативным образом отражается на конкурентной среде и не создаёт достаточно благоприятных условий для развития, осуществления инвестиций и инноваций.

Литература

Бурдьё П. 1986. Формы капитала. *Экономическая социология.* 2002. 3 (5): 60–74. URL: http://ecsoc.hse.ru/issues/2002-3-5/index.html

Волков В. В. 1999. Силовое предпринимательство в современной России. *Социологические исследования.* 1: 56–65.

Волков В. В. 2003. Силовое предпринимательство. Глава 9: Скрытая фрагментация российского государства. *Экономическая социология.* 4 (3): 39–50. URL: http://ecsoc.hse.ru/issues/2003-4-3/index.html

Льюкс С. 2010. *Власть: Радикальный взгляд*. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ.

Портес А. 2004 (1994). Неформальная экономика и её парадоксы. *Экономическая социология.* 4 (5): 34–54. URL: http://ecsoc.hse.ru/issues/2003-4-5/index.html

Радаев В. В. 2008. *Экономическая социология.* М.: Изд. дом ГУ ВШЭ.

Радаев В. В. 2011. *Кому принадлежит власть на потребительских рынках?* М.: Изд. дом ГУ ВШЭ.

Ades A., Di Tella R. 1999. Rents, Competition and Corruption. *The American Economic Review.* 89 (4): 982–993.

Blau P. 1967. *Exchange and Power in Social Life*. N. Y.: John Wiley & Sons.

Boissevain J. 1974. *Friends of Friends: Networks, Manipulators and Coalitions*. N. Y.: St. Martin's Press.

Coleman J. S. 1988. Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology.* 94: 95–121.

De Vaal A., Ebben W. 2011 Institutions and the Relation between Corruption and Economic Growth. *Review of Development Economics.* 15 (1): 108–123.

Farberman H., Weinstein E. 1970. Personalization in Lower Class Consumer Interaction. *Social Problems*. 17 (4): 449–457.

Feige E. L. 1990. Defininig and Estimating Underground and Informal Economies: The New Institutional Economics Approach. *World Development.* 18 (7): 989–1002.

Fligstein N. 2001. Social Skill and the Theory of Fields. *Sociological Theory.* 19 (2): 105–125.

Geertz C. 1963. *Peddlers and Princes*. Chicago: University Chicago Press.

Granovetter M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology.* 91: 481–510. См. также: Грановеттер М. 2002. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости. *Экономическая социология*. 3 (3): 55. URL: http://ecsoc.hse.ru/issues/2002-3-3/index.html.

Granovetter M. 1992. The Sociological Approaches to Labor Market Analysis: A Social Structural View. In: Granovetter M., Swedberg R. (eds). *The Sociology of Economic Life.* Boulder: Westview Press; 233–263. См. также: Грановеттер М. 2011. Социологические и экономические подходы к анализу рынка труда: социоструктурный взгляд. *Экономическая социология*. 12 (2): 49–79. URL: http://ecsoc.hse.ru/issues/2011-12-2/index.html

Huntington S. 1968. *Political Order in Changing Societies*. New Haven, Conn.: Yale University Press.

Ledeneva A. 1998. Russia's Economy of Favours: Blat, Networking and Informal Exchange. *Russian, Soviet and Post-Soviet Studies.* Cambridge: Cambridge University Press.

Leff N. 1964. Economic Development through Bureaucratic Corruption. *American Behavioral Scientist.* 8: 291–303.

Mauro P. 1995. Corruption and Growth. *Quaterly Journal of Economics.* 110: 681–712.

Mo P. 2001. Corruption and Economic Growth. *Journal of Comparative Economics.* 29: 66–79.

Rose-Ackerman S. (ed.). 2006. *International Handbook of the Economics of Corruption.* Cheltenham: Edward Elgar.

Scott C. J. 1969. The Analysis of Corruption in Developing Nations. *Comparative Studies in Societies and History.* 11 (3): 315–341.

Scott J. 1972. *Comparative Political Corruption.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Shleifer A.,Vishny R. W. 1993. Corruption. *Quarterly Journal of Economics*. 108: 599–617.

Silva E. C. D., Kahn C. M., Zhu X. 2007. Crime and Punishment and Corruption: Who Needs «Untouchables»? *Journal of Public Economic Theory.* 9: 69–87.

Tsang E. 1998. Can Guanxi be a Source of Sustained Competitive Advantage for Doing Business in China? *The Academy of Management Executive* . 12 (2): 64–73.

Waldinger R. 1995. The «Other Side» of Embeddedness: A Case Study of the Interplay Between Economy and Ethnicity. *Ethnical Racial. Studies.* 18: 555–580.

Weber M. 1965 (1922, 1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. N. Y.: Free Press.

Weber M. 1978. *Economy and Society*. Vol. 1. Berkeley: University of California Press.

Wei Sh.-J. 2000. How Taxing is Corruption on International Investors? *Review of Economics and Statistics.* 82: 1–11.