

Экономическая социология

электронный журнал

www.ecsoc.msses.ru

Том 4. № 2. Март 2003

Главный редактор журнала – **Радаев Вадим Валерьевич**, д. э. н., зав. кафедрой экономической социологии ГУ–ВШЭ, первый проректор ГУ–ВШЭ; директор Интерцентра Московской школы социальных и экономических наук.

E-mail: radaev@hse.ru

Редактор журнала – **Добрякова Мария Сергеевна**, к. социол. н., зам. директора образовательного портала ГУ–ВШЭ по экономике, социологии, менеджменту.

E-mail: mdobryakova@hse.ru

Администратор сайта – **Лукьянчук Михаил Борисович**, аспирант ГУ–ВШЭ, младший научный сотрудник Института информационного развития ГУ–ВШЭ.

E-mail: lukyanchuk@hse.ru

Информационная поддержка – **Новикова Елена Геннадьевна**, аспирант ГУ–ВШЭ.

E-mail: neg@msses.ru

Проект осуществляется при поддержке

Московской высшей школы социальных и экономических наук

Журнал выходит пять раз в год:

№ 1 – январь,

№ 2 – март,

№ 3 – май,

№ 4 – сентябрь,

№ 5 – ноябрь.

Содержание

Вступительное слово главного редактора	4
<u>Интервью</u>	
Нил Смелсер (<i>перевод М.С. Добряковой</i>)	6
<u>Новые тексты</u>	
Радаев В.В. Что такое конкуренция?	16
Чепуренко А.Ю. и др. Предпринимательский потенциал российского общества: анализ и рекомендации по содействию вовлечению населения в малый бизнес. Часть 1	26
Волков В.В. Силовое предпринимательство. Глава 8	52
<u>Новые переводы</u>	
Аболафия М. Рынки как культуры: этнографический подход (<i>перевод М.С. Добряковой</i>)	63
<u>Взгляд из регионов</u>	
Фадеева О.П. Сельские предприниматели в местном сообществе	73
<u>Дебютные работы</u>	
Шанкина А.Ю. Market research: вчера, сегодня, завтра	88
<u>Профессиональные обзоры</u>	
Калимуллин Т.Р. Социальная стратификация в Рунете	102
Новикова Е.Г. Ресурсы интернета по социологии рынков труда и занятости – 2	108
<u>Новые книги</u>	
Сторчевой М.А. Быть таким, каков ты есть... Рецензия на книгу: Радаев В.В. (ред.) Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу	111
<u>Исследовательские проекты</u>	
Специальные режимы налогообложения для малого предпринимательства. Законодательная и правоприменительная практика в России и зарубежных странах (<i>В.В. Бувев, О.М. Шестоперов, А.О. Шеховцов</i>)	129

Высшее экономическое образование в России на рубеже веков: трудности освоения нового содержания (*И.Б. Назарова*)130

Учебные программы

Кузьмичев А.Д. История делового мира в России132

Конференции

Конференция Независимого института социальной политики «Социальная политика: вызовы XXI века» (*С. Сурков*)..... 140

Журнал понемногу движется вперед. И в качестве следующего шага мы приступаем к формированию Редакционного Совета журнала, в который, как мы надеемся, войдут ведущие российские исследователи.

Вновь обращаем внимание на наш новый проект – специализированного образовательного портала по экономике, социологии и менеджменту (<http://www.ecsocman.edu.ru>). Количество ресурсов увеличивается.

Теперь о новом номере журнала.

Вновь он открывается специальным **интервью**. И снова сюрприз. На этот раз это Нил Смелсер – несомненно, один из наиболее известных в России социологов. Его хорошо и просто написанный учебник по социологии широко используется поступающими на социологические факультеты и студентами младших курсов. Интересы Смелсера всегда выходили за рамки экономической социологии, тем не менее, его вклад в развитие этой науки трудно переоценить. Еще в студенческие годы (небывалый случай!) он стал соавтором знаменитого Толкотта Парсонса по книге «Хозяйство и общество», которая сегодня считается систематическим изложением так называемой «старой экономической социологии». Много было сделано им впервые. Он написал первый учебник «Социология хозяйственной жизни» в 1963 г., издал первый ридер по экономической социологии в 1965 г., стал одним из трех основателей Комитета «Хозяйство и общество» в Международной социологической ассоциации (ISA) в 1986 г. Важную роль сыграл Смелсер и в институционализации современной экономической социологии в 1990-е годы. Чего стоит изданная им вместе с Ричардом Сведбергом в 1994 г. «Хрестоматия по экономической социологии»¹. По-прежнему это лучший сборник оригинальных работ в данной области, который интегрировал ее достижения более чем за четверть века. Поэтому интервью с патриархом экономической социологии представляет для нас особый интерес.

В рубрике «**Новые тексты**» представлен небольшой фрагмент новой книги *В.В. Радаева*, которая готовится к выходу летом 2003 г. под рабочим названием «Основы институциональной динамики: к новой социологии рынков». Книга будет включать большой теоретический раздел и раздел, посвященный эмпирическим исследованиям рынков, проведенным автором в течение последних двух лет. Предлагаемый вашему вниманию фрагмент является частью теоретического раздела.

Далее мы публикуем материалы итогового аналитического отчета по проекту, посвященному исследованию предпринимательского потенциала российского общества. Проект выполнен коллективом из Российского независимого института социальных и национальных проблем, руководитель – *А.Ю. Чепуренко*. В данном номере мы публикуем первую часть статьи. Окончание – в следующем, майском номере нашего журнала.

Мы также предлагаем восьмую (предпоследнюю) главу из новой книги *В.В. Волкова* «Силовое предпринимательство». Недавно материалы этой книги представлялись на [московском семинаре по социологии рынков в ГУ–ВШЭ](#).

В рубрике «**Новые переводы**» предлагается основная часть статьи М. Аболафии «Рынки как культуры». Ее полный перевод готовится для публикации в нашей хрестоматии «Западная экономическая социология». Аболафия – один из ведущих представителей этнографического подхода в современной экономической социологии. В 2000 г. он выступал на организованной нами в Москве конференции «Экономическая социология на пороге третьего тысячелетия» (обзор см.: [Том 1, № 1](#)).

¹ Smelser, Neil J., and Richard Swedberg (eds.) *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press; N.Y.: Russell Sage Foundation, 1994.

В рубрике «**Взгляд из регионов**» нас ожидает статья *О.П. Фадеевой*, посвященная опять же предпринимателям – но теперь сельским. Автор анализирует место предпринимателей в сельском сообществе, параллельно затрагивается ряд других важных и интересных вопросов.

Размещаемый в рубрике «**Дебюты**» текст *А.Ю. Шанкиной* – особенный. Предмет – маркетинговые исследования. Это первая попытка автора (аспирантки МГИМО), занимающейся преимущественно прикладными исследованиям, вылить свои размышления в форму академической статьи.

В рубрике «**Профессиональные обзоры**» на этот раз даются два обзора интернет-ресурсов. Первый описывает российские ресурсы по социальной стратификации (автор – *Т.Р. Калимуллин*). Второй (автор – *Е.Г. Новикова*) продолжает рассказ о зарубежных ресурсах по социологии и рынков труда и занятости (начало см в: [Т. 3, № 5](#)).

В рубрике «**Новые книги**» публикуется рецензия *М.А. Сторчевого* на подготовленную нами книгу: Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу / Сост. и научн. ред. В.В. Радаев. М.: РОССПЭН, 2002. Рецензия написана экономистом и с позиции экономиста. Она весьма критическая, местами даже жесткая. И тем интересна. Кроме того, как и положено неформальной рецензии, она содержит рассуждения, выходящие за рамки исходного материала.

В данном номере в рубрике «**Исследовательские проекты**» мы представляем два проекта. Первый посвящен анализу режимов налогообложения для малого предпринимательства (выполнен силами сотрудников Национального института системных исследований проблем предпринимательства). Второй представляет необычное – видимо, первое в своем роде – исследование: оценка высшего экономического образования в России (рук. *М.А. Иванов* и *В.С. Магун*).

В рубрике «**Учебные программы**» нами предлагается программа А.Д. Кузьмичева «История делового мира в России». Курс читается с 1993 г. в Академии народного хозяйства при правительстве РФ.

Наконец, в рубрике «**Конференции**» предлагается обзор конференции Независимого института социальной политики «Социальная политика: вызовы XXI века». Особо обратим ваше внимание на секцию, посвященную презентации результатов проекта «Средние классы в России» (о проекте в нашем журнале см.: [Том 2, №2](#)). К этой теме мы еще непременно вернемся.

* * *

Наступила весна. С нею пришли грязь и авитаминоз. Но обещаем, что к следующему номеру все исправится.

Интервью

VR: Нил Смелсер – несомненно, один из наиболее известных в России социологов. Его хорошо и просто написанный учебник по социологии широко используется поступающими на социологические факультеты и студентами младших курсов. Интересы Смелсера всегда выходили за рамки экономической социологии, тем не менее, его вклад в развитие этой науки трудно переоценить. Еще в студенческие годы (небывалый случай!) он стал соавтором знаменитого Толкотта Парсонса по книге «Хозяйство и общество», которая сегодня считается систематическим изложением так называемой «старой экономической социологии». Много было сделано им впервые. Он написал первый учебник «Социология хозяйственной жизни» в 1963 г., издал первый ридер по экономической социологии в 1965 г., стал одним из трех основателей Комитета «Хозяйство и общество» в Международной социологической ассоциации (ISA) в 1986 г. Важную роль сыграл Смелсер и в институционализации современной экономической социологии в 1990-е годы. Чего стоит изданная им вместе с Ричардом Сведбергом в 1994 г. «Хрестоматия по экономической социологии»¹. По-прежнему это лучший сборник оригинальных работ в данной области, который интегрировал ее достижения более чем за четверть века. Поэтому интервью с патриархом экономической социологии представляет для нас особый интерес.

Нил Смелсер [Neil Smelser]. 25 сентября 2001 г.²

Беседа состоялась в рабочем кабинете проф. Смелсера в Беркли, куда он вернулся после периода работы в Стенфордском университете. Это было на следующий день после его возвращения из отпуска. К сожалению, запланированная поездка с супругой в экзотическую Норвегию сорвалась из-за трагических событий 11 сентября 2001 г. И семья Смелсеров провела эти дни на западном побережье. Во время разговора Нил с искренним удовольствием вспоминал о своей поездке в Москву и Новосибирск в 1999 г. и просил передать сердечный привет Татьяне Ивановне Заславской.

* * *

– *Вы по праву считаетесь одним из отцов-основателей экономической социологии, хотя Ваши нынешние профессиональные интересы гораздо шире. Тем не менее, полагаю, Вы по-прежнему связываете себя с экономической социологией. Помните ли Вы, с чего это началось? Когда Вы впервые осознали себя экономсоциологом?*

– Пожалуй, это случилось еще в студенческие годы – случайно, благодаря общению с Толкоттом Парсонсом, который был моим главным учителем и наставником в университете. Я немного знал его еще с младших курсов. Он приехал в Англию, в Кембридж в 1953 г. в качестве профессора им. Маршалла [Marshall Professor]. Так случилось, что я в это время учился в Оксфорде. Меня всегда интересовала экономическая теория. Не то чтобы она мне особенно нравилась, но интерес у меня к ней был. И еще в бакалавриате я прослушал курс экономической теории и экономической социологии. А в Оксфорде я получал тогда второе образование – изучал политическую теорию, философию и экономику. Так что я получил

¹ Smelser, Neil J., and Richard Swedberg (eds.) *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press; N.Y.: Russell Sage Foundation, 1994.

² Перевод М.С. Добряковой.

формальное образование, прежде чем начал называть себя так – мне казалось, что аналитически это самая сильная область социальных наук и ее важно знать.

Парсонс, который преподавал тогда в Кембридже, вновь заинтересовался экономической теорией, и его лекции того времени были посвящены интеграции социологической и экономической теории. Он знал, что я в Оксфорде и что я знаю о современной экономической теории гораздо больше него. Он тогда только начинал обращаться к экономическим вопросам, недавно прочел Кейнса и с традицией экономического анализа в целом был незнаком. Так что после своего курса лекций он связался со мной и предложил высказать критические замечания по их поводу. Я обнаружил в лекциях множество пробелов – поскольку он упустил из виду многие разделы экономической теории. Вдобавок, меня смущал характер самой аргументации. В результате я написал весьма смелый – для молодого человека двадцати трех лет от роду – ответ, в котором прямо приводился длинный перечень всех этих недостатков. Вместо того, чтобы попытаться опровергнуть мою критику, Парсонс очень заинтересовался и пригласил меня на несколько дней в Кембридж – обсудить некоторые моменты более детально. Мы провели несколько плодотворных бесед. Потом мы поехали в Солсбери, где он вел летний семинар, и я там тоже провел неделю. И тогда мы уже не только обсуждали мои критические замечания, но начали активно разрабатывать новые теоретические идеи. Это была чрезвычайно интересная интеллектуальная работа. А затем, когда я вернулся в Гарвард учиться дальше, Парсонс предложил мне быть его соавтором.

– В книге *«Хозяйство и общество»*³.

– И я написал ее вместе с ним, учась на старших курсах университета, что достаточно необычно. Мне это весьма льстило. Работа с Парсонсом послужила толчком, кристаллизующим моментом, она сформировала меня. Поэтому, когда пришло время выбирать специализацию, я выбрал стратификацию и экономическую социологию. Так что я начал заниматься этим еще до получения университетского диплома.

– А в то время было название *«экономическая социология»*?

– Думаю, да.

– Или говорили скорее о *«хозяйстве и обществе»*?

– Нет, в Гарварде одна из специализаций называлась именно так – *«экономическая социология»*.

– Интересно.

– Позднее, в своей диссертации, которая была посвящена индустриальным отношениям в Великобритании, я попытался найти применение экономической социологии, рассматривая социальные изменения и их связь с изменениями в индустриальной сфере. Правда, я тогда включил в общую аналитическую схему также изменения в сообществе и семье, все это было завязано вместе.

В целом, это все просто шло вместе с моим развитием. Затем, совершенно случайно, мне предложили написать книгу.

– *«Социологию хозяйственной жизни»*⁴.

– Да, это была одна из самых крупных серий издательства «Prentice-Hall», ее редактором являлся Алекс Инкелес [Alex Inkeles]. Основываясь на своих предыдущих работах в области

³ Parsons, Talcott, and Neil J. Smelser. *Economy and Society: A Study in the Integration of Economic and Social Theory*. L., Boston: Routledge & Kegan Paul, 1984 [Glencoe, Ill.: Free Press, 1956].

⁴ Smelser, Neil J. *The Sociology of Economic Life*. 2nd ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1976 [1963].

экономической социологии, я выбрал для книги название «Социология хозяйственной жизни». В общем-то, она могла бы называться и «Экономической социологией». Здесь, как мне кажется, нет принципиальной разницы. И эта книга или учебник (в значительной степени это был учебник) являлась попыткой систематического описания данной области.

Это было достаточно любопытное время в истории экономической социологии. Когда я писал книгу, экономическая социология находилась в несколько замерзшем состоянии. И для меня это открыло возможность придать ей определенную форму. Думаю, это была достаточно важная вещь. Через десять лет вышло второе издание. В те времена эта область развивалась довольно вяло. Но это было достаточно интересно. Так что я занялся этой областью и продолжал писать понемногу. В моих основных работах, написанных позднее, используется экономическая и экономсоциологическая аргументация. И хотя мои интересы всегда были значительно шире, я считал данное поле своим, считая своего рода долгом заботиться об области, которая пока не вызывает массового интереса.

А затем, в 1990-е годы все загорелось с новой силой – вышла наша работа со Сведбергом...

– *«Хрестоматия по экономической социологии»*⁵.

– Да.

– *Ричард Сведберг и Марк Грановеттер несколько дней назад говорили мне, что через пару лет вы планируете новое издание этой хрестоматии и что в нее будут внесены некоторые изменения и дополнения.*

– Мы уже составили план. Наметили главы. Мы присмотрели новых авторов, все они дали согласие. Здесь многое будет иначе. Пожалуй, треть книги составят новые главы – ведь проводятся новые исследования. Вот и авторы будут новыми (не все, конечно, но новые тоже будут). Мы выбрали также новых авторов для старых тем. Мы решили подготовить второе издание – и это главная задача. Работа ведется активно, мы уже заручились поддержкой Фонда Рассел Сейдж и проведем конференцию авторов хрестоматии. Конференция будет примерно через год. К тому времени все главы в черновом варианте уже должны быть готовы, мы будем вносить коррективы – в первый раз мы делали именно так. А затем, месяцев через девять или через год книга должна выйти.

– *Интересно, что же будет включено дополнительно? Дело в том, что ваша «Хрестоматия» уже есть в российских библиотеках. Будут ли это самые последние работы или же вы выберете какие-то уже опубликованные, наиболее известные статьи?*

– Нет, ни один материал ранее не публиковался.

– *Не публиковался? Они написаны специально для этой книги?*

– Да, все пишут специально для нашей книги. Пожалуй, единственное исключение – работа Пьера Бурдьё. Он предложил общую аналитическую схему экономической антропологии, нас она заинтересовала, и мы попросили его написать целую главу об этом. Мы переведем ее на английский, и это будет одна из наших новых глав. Но это единственная вещь, которая не будет совершенно новой. Кто-то из авторов работ, вошедших в первый сборник, умер (Джеймс Коулман [James Coleman], например), и мы вносим изменения в структуру подачи материала. Это касается не одного Коулмана, а в целом трактовки рациональности и экономической теории, политической науки и социологии. У нас будет новая глава Виктора Ни [Victor Nee], который пишет...

– *Об институционализмах?*

⁵ Smelser, Neil J., and Richard Swedberg (eds.) *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press; N.Y.: Russell Sage Foundation, 1994.

– Да, об институционализмах и истории экономической теории, особенно об экономическом институционализме и социологическом институционализме, этих двух началах вместе. ... У нас будет статья Вивианы Зелизер [Viviana Zelizer] из Принстона.

– *О социологии денег?*

– Она хочет написать о культуре и потреблении, и статья очень логично встраивается. У нас будет и глава по социологии денег, но не ее. Ее напишет...

– *Возможно, Найджел Додд [Nigel Dodd]?*

– Нет, мы попросили не его, а американца Брюса Каррутерса [Bruce Carruthers]. (Да, мне кажется, это Каррутерс.) До этого у нас никто не писал о социологии денег. Мы также договорились о социологии банковского дела и кредитования. О них напишут Марк Мизраки [Mark Mizguchi] (как и в первом издании) и Линда Стёрнз [Linda Stearns]. У нас будет очень интересная новая глава, написанная историками экономической мысли. Это будет нечто наподобие «социоэкономических аспектов классической жизни в Греции и Риме». Это просто великолепно – такая замечательная идея. Еще одна новая глава связана с возникновением интереса, которого прежде не было (он и сейчас еще не сложился, но исследователи все чаще обращаются к нему) – я имею в виду роль эмоций в хозяйственном поведении. В формальных организациях значение эмоций отнюдь не малое. И ведутся исследования эмоциональных аспектов экономических решений.

– *Эти исследователи пришли из социальной психологии?*

– Из психологии и социологии. Также из антропологии. Это еще не сложившаяся область. Но мы договорились с коллегой в Университете Калифорнии в Лос-Анджелесе и поставили задачу примерно так: «Знаете, это новая область, мы пока не знаем точно, куда все это движется, но...»

– *А как зовут автора?*

– Ее зовут Мейбл, и, насколько я знаю, они со Сведбергом собираются пожениться. Но я оцениваю ее работу независимо от рекомендаций Сведберга, я пригласил ее просто потому, что меня очень интересуют нерациональные стороны хозяйственной жизни.

Другое приложение моих интересов в области экономической социологии – серия теоретических эссе о мотивации хозяйственного поведения. Сюда входит и некоторая критика хозяйственной рациональности, анализ некоторых других подходов. Это другое направление моих интересов в данной области, и будет совершенно новая статья. Видите, эта область так быстро развивается. И второе издание совершенно оправдано. Что же касается первого издания, оно оказалось весьма полезным и помогло кристаллизовать наши достижения, накапливавшиеся примерно с 1970-х годов. Но сейчас вокруг столько всего происходит, появляется столько молодых исследователей. Мне кажется, социология хозяйственной жизни и социология культуры – это наиболее динамично развивающиеся области в нынешней социологии. И меня это радует. Ведь когда появилась наша книга с Парсонсом, этой области не уделялось особенного внимания.

– *Еще по поводу нового издания «Хрестоматии»: ведь вы, вероятно, просматривали все основные работы в данной области, по крайней мере, то, что может показаться важным...*

– Сведберг здесь знает очень много, у него очень широкие интересы.

– *А могли бы Вы назвать самые последние работы в области экономической социологии (книги и статьи), которые заслуживают внимания, чем-то озадачивают, заставляют задуматься, предлагают новые решения? Если брать работы, вышедшие за последние два-три-четыре года?*

– Ну, я не уверен, что могу... Я уже упомянул некоторых авторов – Зелизер, Флигстин. Вы говорили с ним?

– Да, конечно. Он подарил мне свою новую книгу, это очень интересная работа.

– Да, он пишет очень интересные вещи. Особенно интересны точки соприкосновения между социологией и правом, экономической социологией и правом. Между экономической теорией и правом уже выстроено немало связей. Мне кажется, тот факт, что он занимается... Какую книгу он подарил Вам – «Архитектура рынков»? Или что-то другое?

– Да, свою последнюю книгу – «Архитектура рынков»⁶.

– Социология рынков – очень интересное направление. Сверберг написал работу об этом. И интерес здесь не только со стороны социологии, но и со стороны экономической теории. Экономисты сами теперь интересуются этой областью гораздо больше, чем раньше. Раньше рынок был для них некой данностью, а теперь они заинтересовались институциональными аспектами рыночного поведения. ... И в скобках я бы заметил, что многие важные вещи приходят в экономическую социологию именно из экономической теории.

– Совершенно согласен.

– Они изменились. Например, такая фигура, как Оливер Уильямсон [Oliver Williamson]. Он, кстати, здесь, в Беркли.

– Да, мы встречались, я брал у него интервью.

– У него как раз такой особый подход. При этом он еще в большей степени следует экономической аргументации. Я бы не назвал его экономсоциологом, я назвал бы его экономистом, интересующимся...

– Он бы не согласился. Но его влияние очень велико, идеи Уильямсона активно критикуются экономсоциологами.

– Для первого издания он написал об экономике транзакционных издержек. Эта работа не войдет во второе издание. Вдобавок, [его идеи] так или иначе обсуждаются и в других главах.

Я уже упоминал Зелизер. Ее исследования культурных аспектов денежных отношений весьма и весьма увлекательны. Она провела несколько новых исследований, посвященных культурным аспектам потребительского выбора. Ее особенно интересуют этнические и культурные различия в потребительском поведении, те смыслы, которые придают ему различные категории потребителей. Это очень интересное направление.

Димаджио продолжает работать, хотя его интересы гораздо шире. Он пишет на разные темы, и его работа заслуживает внимания.

Мне кажется, жизнь здесь продолжает бить ключом, потому что ведется много исследований глобализации, международного развития хозяйственных форм.

– Да, я помню, примерно десять лет назад в интервью с Ричардом Сведбергом Вы сказали, что социология международных отношений будет развиваться...

– Да, будет развиваться все более активно. И произошел настоящий взрыв. Правда, литература здесь не особенно хорошего качества. Я имею в виду, что с аналитической точки зрения она не особенно сильна. И само понятие глобализации – идеологически столь нагруженная вещь, что никто толком не знает, что же оно означает. Оно очень размыто, включают буквально все. Поэтому-то литература по глобализации и не помогла пока что решить какие-то проблемы. У нее есть чуть ли не религиозный оттенок, нечто сродни

⁶ Fligstein, Neil. *The Architecture Of Markets: An Economic Sociology Of Twenty-First-Century Capitalist Societies*. Princeton: Princeton University Press, 2001.

социальному движению. Я всегда выступал против такого «тотального» [totalistic] стиля мышления.

Примерно год назад я читал лекцию в Польше, в Кракове. Это была международная конференция, посвященная 600-летию университета. И я выступал на тему глобализации. «Посмотри вперед, начинается XXI век, – говорили они. – Что сможет рассказать социология о меняющемся мире?» Я много внимания уделил тогда этой теме, я говорил, что глобализация – это серьезное дополнение к процессам социальных изменений, которые мы наблюдали до сих пор. Мы понимаем, что многому можем научиться, лучше понять вопросы глобализации, читая литературу о построении институтов, наций и т.д. Глобализацию не следует рассматривать как что-то совершенно новое, скорее это трансформация уже существующего. Это было основной мыслью моего выступления, я приводил много разных примеров (хотя в основном из экономической области).

– *Еще один вопрос. Когда я говорил с Ричардом Свердбергом, он отметил, что американская экономическая социология по-прежнему остается наиболее развитой, наиболее влиятельной. Но он предположил, что новые вещи приходят сюда, как правило, из Европы.*

– Теоретические?

– *Да, теоретические.*

– Возможно, он прав. Если взглянуть на общее развитие социологии, как оно происходило между Европой и Соединенными Штатами, мы обнаружим, что в Западной Европе в период фашизма и Второй мировой войны социология практически сошла на нет (например, в Германии она вовсе исчезла). Затем, где-то через двадцать лет после войны произошло общее возрождение социологии. Но оно было построено уже по американской модели: больше практических исследований, довольно мало теории – весьма эмпирически ориентированная социология. В последние же двадцать – тридцать лет главные теоретические идеи действительно принадлежат европейцам. Здесь и Луман, и некоторые французские социологи. Вспомним Фуко, Турена, Бурдьё – все это гораздо более интересные источники теоретических идей, чем любая американская теория. В США теория в целом стала мельче. Опять же крупные немецкие авторы – Хабермас и Луман, из британцев – Энтони Гидденс, хотя его вклад и не столь значителен, как у этих европейцев. Работы итальянцев – Феррари [Vincenzo Ferrari], Мартинелли [Alberto Martinelli] – опять же имеют теоретическую направленность. А американские социологи реагируют на эти теоретические идеи, активно интересуются ими. Но творческое начало со временем перетекло к европейским исследованиям. Не думаю, что так будет всегда, но...

– *Своего рода возвращение к истокам, ведь первоначально все шло из Европы...*

– Да, верно. Мне кажется, дело еще и в особом стиле континентального мышления. Европейцы заново утвердили свое господство в нашей области. Может быть, эта мысль и стояла за высказыванием Ричарда. Я не знаю, как трактовать эту тенденцию применительно к экономической социологии, поскольку большинство авторов работают в Соединенных Штатах. Здесь и скандинавы, и французы, и немцы, но они не играют ведущей роли.

– *Я хотел бы перейти к последнему вопросу, он касается как раз международных отношений. Много лет назад в рамках Американской социологической ассоциации Вы основали знаменитый ныне исследовательский комитет «Хозяйство и общество». Насколько я знаю, сейчас Вы не очень активно участвуете в организационной деятельности этого комитета, но все-таки, как бы Вы оценили его нынешнее положение и перспективы дальнейшего развития?*

– У него очень сильные позиции, очень сильные. Это одна из ведущих исследовательских групп в Американской социологической ассоциации. Что касается истоков, то нас было

тогда трое, мы отвечали за его формирование. С одной стороны, Мартинелли и я начали организовывать нечто, что, как мы полагали, впоследствии могло бы стать частью такого комитета. С другой стороны, Кардозу [Fernando Henrique Cardoso], разрабатывавший свою теорию развития, высказался за создание специального исследовательского комитета в рамках Международной социологической ассоциации [ISA]. Руководство ISA попросило нас все это объединить. И мы объединили, каждый из нас старался помочь другому. С Кардозу прекрасно работать вместе, это очень трезвый исследователь и человек. А с Мартинелли мы и раньше работали вместе, так что у нас получилась хорошая группа. Она сформировалась довольно легко. И если посмотреть на модель рекрутирования в руководство ISA, что мы видим? Два президента – Кардозу и Мартинелли, вице-президент Арнольд Сэйлз [Arnold Sales], он теперь возглавляет исследовательский комитет. Так что те из нас, кто работал тогда наиболее активно в комитете «Хозяйство и общество», наиболее преуспели и в политической карьере в ISA в целом. Не знаю, как это объяснить, но этот комитет всегда был и по сей день остается одним из наиболее энергичных и интеллектуально активных.

– А когда он был основан?

– Думаю, в 1986 г. он был учрежден в качестве исследовательского комитета, но работа началась лет за шесть до того, примерно в 1980 г. И с тех пор он остается сильным и активным. В него входят самые разные люди, из разных стран, Вы ведь тоже входите в него теперь.

– Да, я представляю Россию и принимаю участие в его деятельности, но я знаю, что это довольно непростая задача – побудить ведущих исследователей к участию.

– ...Я буду с Харри Маклером [Harry Makler] в одной из секций, посвященных коррупции. Это в программе по экономической социологии на конгрессе в Брисбане. Вы ведь едете в Брисбан?

– Да, я руковожу одной из секций, так что, несомненно, я еду.

– Я хотел бы рассказать Вам еще кое-что, возможно, это покажется интересным. Я знаю, что Вы пытаетесь представить общую картину. Мне кажется, в истории экономической социологии важную роль сыграло марксистское мышление. По вполне очевидным причинам Маркс никогда не пользовался особенной популярностью среди американских социологов. Даже на заре истории американской социологии марксизм и социализм воспринимались весьма враждебно. Отчасти это связано и с проблемой конкуренции: американские основатели социологии были особенно заинтересованы в определенном типе реформ и считали социализм слишком идеалистичным, слишком абстрактным, слишком тоталитарным. А американская реформа была более либеральной. Затем произошел всплеск интереса к Марксу и марксизму, и здесь особенно выделяются несколько авторов, писавших примерно во время Второй мировой войны. Например, Роберт Линд [Lynd] и Ч. Райт Милз [Mills] черпали свои идеи именно в марксизме. И считалось, что оба они работают несколько в стороне от основного направления американской социологии. Затем, в 1960-е годы повсюду началось шевеление. Традиционная экономическая социология – исследования индустриальных отношений, хозяйственных организаций, профсоюзов – попала под атаку левых взглядов. И марксистский подход был чересчур консервативен, чересчур апологетичен и ограничен, чтобы его можно было применить к американской системе. Он будто возвращал социологическое мышление лет на десять – двенадцать назад. Поднялась новая волна критической социологии, в том числе в экономической социологии. Ею начинали активно заниматься молодые исследователи. Влияние Маркса и Вебера на экономическую социологию в это время было наиболее сильным, так как их идеи позволяли увидеть всю систему, увидеть более общий контекст экономического – а не просто индустриальные отношения или прочие более мелкие аспекты. Затем неожиданно, где-то в начале 1980-х годов наряду с марксизмом в социологии начали появляться статьи, сначала в Восточной

Европе, потом в Западной Европе. Они были написаны на основе марксистских идей. В США этот интерес к Марксу утих несколько позднее. Он постепенно шел на убыль.

Когда я читал лекции в 1989 г., мне хотелось как-то обсудить эту тему. Мы разговаривали со студентами много часов, и никто не задал вопроса, о котором можно было бы сказать, что он возник на основе марксовой теории. Никто. Тогда-то я и пошутил, сказав, что сегодня остались два центра марксистской социологии – в Беркли и Колумбийском университете. Это шутка, но это связано с тем фактом, что... Мне кажется, марксизм снова лишился своего влияния в экономической социологии. Есть некоторые авторы... Например, Майкл Буравой [Michael Burawoy], Эрик Райт [Eric Wright], которые по-прежнему работают в русле марксизма, но в целом он уже в прошлом...

– Да, но есть много таких исследователей в Европе.

– Всеякие нео- и постмарксисты. Я думаю, здесь имеет место общий кризис левых. Он гораздо шире, чем вся социология. Он связан с американской и британской политикой, вообще с политикой в Европе в эпоху Тэтчер и Рейгана. Левые взгляды становятся все менее популярными. Современная экономическая социология эклектична. И в этом одна из ее проблем. Она надеется, что придет какой-то гениальный европеец – как думает Сведберг – и дело сдвинется в сторону интегрирования. Если сегодня заниматься экономической социологией, то это должна быть теоретическая работа в области экономической социологии, попытка понять множество направлений, в которых она движется...

– Большое спасибо.

Избранная библиография работ Нила Смелсера

Smelser, Neil J. Compiling a new encyclopedia, *Daedalus* (Winter 2002). Vol. 131, No. 1. P. 151–155.

Smelser, Neil J., William Julius Wilson, and Faith Mitchell (eds.) *America Becoming: Racial Trends and Their Consequences*. Washington, D.C.: National Academy Press, 2001.

Smelser, Neil J., and Paul B. Baltes (eds.) *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. 1st ed. Amsterdam, N.Y.: Elsevier, 2001.

Smelser, Neil J., and Jeffrey C. Alexander (eds.) *Diversity and its Discontents: Cultural Conflict and Common Ground in Contemporary American Society*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1999.

Smelser, Neil J. [Looking back at 25 years of sociology and the Annual Review of Sociology](#), *Annual Review of Sociology* (1999). Vol. 25. P. 1–18.

Smelser, Neil J. [The public representation of culture and history](#), *The American Behavioral Scientist* (March 1999). Vol. 42, No. 6. P. 913–921.

Smelser, Neil J. *The Social Edges of Psychoanalysis*. Berkeley, Calif.: University of California Press, 1998.

Smelser, Neil J. *Problematics of Sociology: The Georg Simmel Lectures, 1995*. Berkeley: University of California Press, 1997.

Smelser, Neil J. *Sociology*. 5th ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, 1995 [1991, 1988, 1973, 1967].

- Smelser, Neil J., and Richard Swedberg (eds.) *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press; N.Y.: Russell Sage Foundation, 1994.
- Smelser, Neil J. *Effective Committee Service*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, 1993.
- Haferkamp, Hans, and Neil J. Smelser (eds.) *Social Change and Modernity*. Berkeley: University of California Press, 1992.
- Münch, Richard, and Neil J. Smelser (eds.) *Theory of Culture*. Berkeley: University of California Press, 1992.
- Smelser, Neil J. [The Marshall Lectures and Economy and Society](#), *Sociological Inquiry* (Winter 1991). Vol. 61, No. 1.
- Smelser, Neil J. *Social Paralysis and Social Change: British Working-Class Education in the Nineteenth Century*. Berkeley: University of California Press; N.Y.: Russell Sage Foundation, 1991.
- Martinelli, Alberto, and Neil J. Smelser (eds.) *Economy and Society: Overviews in Economic Sociology*. L., Newbury Park: Sage Publications, 1990.
- R. Duncan Luce, Neil J. Smelser, and Dean R. Gerstein (eds.) *Leading Edges in Social and Behavioral Science*. N.Y.: Russell Sage Foundation, 1989.
- Mecca, Andrew M., Neil J. Smelser, and John Vasconcellos (eds.) *The Social Importance of Self-Esteem*. Berkeley: University of California Press, 1989.
- Smelser, Neil J. (ed.) *Handbook of Sociology*. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, 1988.
- Smelser, Neil J. (ed.) *Contemporary Classics in the Social and Behavioral Sciences*. With a foreword by Robert K. Merton; preface by Eugene Garfield. Philadelphia: ISI Press, 1987.
- Parsons, Talcott, and Neil J. Smelser. *Economy and Society: A Study in the Integration of Economic and Social Theory*. L., Boston: Routledge & Kegan Paul, 1984 [Glencoe, Ill.: Free Press, 1956].
- Makler, Harry, Alberto Martinelli, and Neil Smelser (eds.) *The New International Economy*. Beverly Hills, Calif.: Sage Publications, 1982.
- Smelser, Neil J., and Erik H. Erikson (eds.) *Themes of Work and Love in Adulthood*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1980.
- Smelser, Neil J., and Robin Content. *The Changing Academic Market: General Trends and a Berkeley Case Study*. Berkeley : University of California Press, 1980.
- Huppes, T. (ed.) *Economics and Sociology: Towards an Integration*. Contributors Neil J. Smelser et al. Leiden: Martinus Nijhoff Social Sciences Division, 1976.
- Smelser, Neil J. *Comparative Methods in the Social Sciences*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1976.
- Smelser, Neil J., and R. Stephen Warner. *Sociological Theory: Historical and Formal*. Morristown, N.J.: General Learning Press, 1976.
- Smelser, Neil J. *The Sociology of Economic Life*. 2nd ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, 1976 [1963].
- Smelser, Neil J., and Gabriel Almond (eds.) *Public Higher Education in California*. Berkeley: University of California Press, 1974.
- Smeser, Neil J. (ed.) *Marx, Karl, 1818–1883. On Society and Social Change. With selections by Friedrich Engels*. Chicago: University of Chicago Press, 1973.
- Smelser, Neil J. *Sociological Theory: A Contemporary View*. N.Y.: General Learning Press, 1971.

- Smelser, Neil J., and William T. Smelser (eds.) *Personality and Social Systems*. 2nd ed. N.Y.: Wiley, 1970.
- Smelser, Neil J. *Essays in Sociological Explanation*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1968.
- Smelser, Neil J. (ed.) *Sociology, an Introduction*. N.Y.: Wiley, 1967.
- Smelser, Neil J., and Seymour M. Lipset (eds.) *Social Structure and Mobility in Economic Development*. Chicago: Aldine Pub. Co.; L.: Routledge & Kegan Paul, 1966.
- Smelser, Neil J. (ed.) *Readings on Economic Sociology*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1965.
- Smelser, Neil J. *Theory of Collective Behavior*. N.Y.: Free Press of Glencoe, 1963.
- Lipset, Seymour M., and Neil J. Smelser (eds.) *Sociology, The progress of a Decade*; a collection of articles. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1961.
- Smelser, Neil J. *Social Change in the Industrial Revolution; An Application of Theory to the British Cotton Industry*. Chicago: University of Chicago Press, 1959.
- Smelser, Neil J. *Social Change in the Industrial Revolution; An Application of Theory to the Lancashire Cotton Industry, 1770–1840*. L.: Routledge & Kegan Paul, 1959.

Новые тексты

ИР Мы представляем небольшой фрагмент новой книги, которая готовится нами к выходу летом 2003 г. под рабочим названием «Основы институциональной динамики: к новой социологии рынков». Книга будет включать большой теоретический раздел и раздел, посвященный эмпирическим исследованиям рынков, проведенным автором в течение последних двух лет. Предлагаемый вашему вниманию фрагмент является частью теоретического раздела.

ЧТО ТАКОЕ КОНКУРЕНЦИЯ?

Радаев Вадим Валерьевич

О конкуренции написано и сказано уже так много, что мы давно воспринимаем ее как нечто самоочевидное. Она предстает как некий механизм состязательности, который полумагическим образом регулирует рынок и обеспечивает производство общественных благ, нередко вопреки воле его отдельных участников. Попробуем дать общее определение конкуренции и сопоставить некоторые основополагающие подходы к ее трактовке.

Общее понятие конкуренции. Что же представляет собой конкуренция? Какого рода состязательность мы к ней относим? По классическому определению М. Вебера, конкуренция – это: *«мирные попытки установления контроля над возможностями и преимуществами, которые также желаемы другими»*¹.

Итак, исходной предпосылкой возникновения конкуренции является наличие ограниченного ресурса, к которому в одно и то же время устремлены желания нескольких агентов, способных при определенных усилиях с их стороны этот ресурс получить. Все перечисленные элементы – ограниченность ресурса, его привлекательность и достижимость для нескольких участников рынка – являются обязательными для появления конкуренции. Если ресурс не ограничен или не привлекателен, проблема конкуренции не возникает. Она предполагает усилия сторон, действие преодоления. Если на ресурс претендует только один агент, поле для состязательности отсутствует. Наконец, если ресурс в принципе не достижим для нескольких состязающихся, о конкуренции говорить также не приходится.

Таким образом, *конкуренция – это действия двух и более агентов, нацеленные на получение одного и того же ограниченного ресурса, доступного при определенных усилиях с их стороны.*

Конкуренцию в сфере хозяйства не стоит отождествлять с собственно экономической конкуренцией, ибо в хозяйственной сфере переплетаются как экономические, так и неэкономические действия². Поэтому понятие хозяйственной конкуренции мы определяем более широко по сравнению с экономической, а для их разграничения выделяем экономически обусловленную и экономически ориентированную конкуренцию. *Экономически обусловленная конкуренция* осуществляется экономическими (ненасильственными) методами (т.е. на основе состязания в экономической эффективности), но при этом может быть ориентирована на цели неэкономического (или опосредованно экономического) свойства – повышение рейтинга фирмы или личной известности ее руководителя, наращивание «политических мышц» или утверждение

¹ Weber, M. Economy and Society. Vol. I. Berkeley: University of California Press, 1978. P. 38.

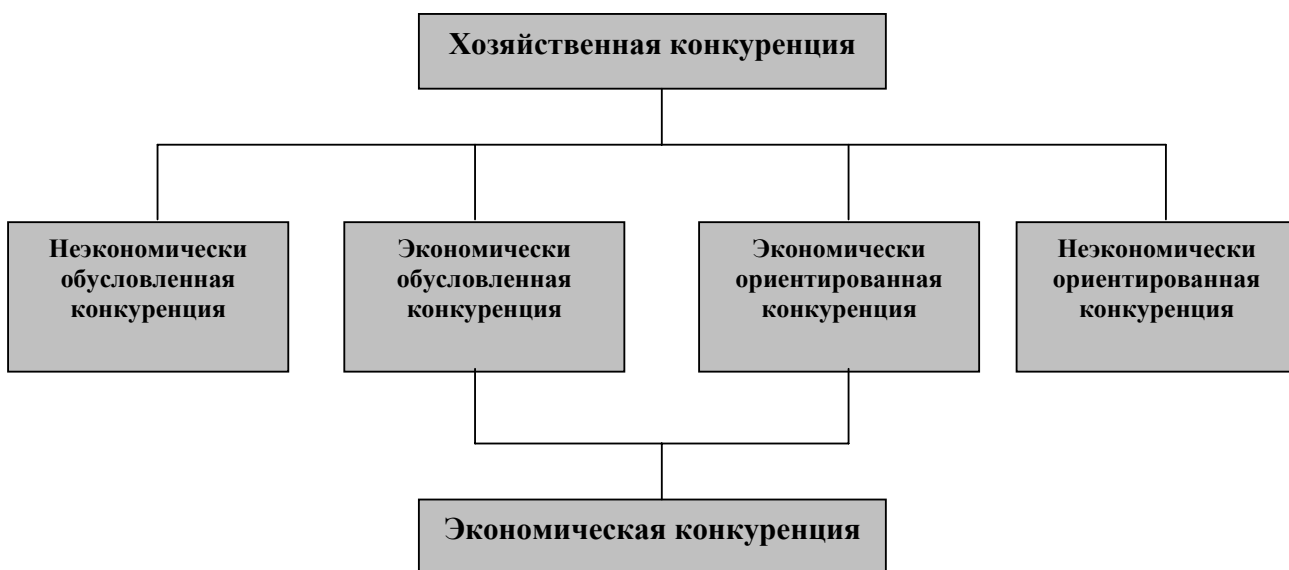
² Радаев В.В. Что такое экономическое действие? [Экономическая социология. Том 3. № 5. 2002.](#)

новых культурных образцов потребления. Достижение этих целей может впоследствии привести и к экономическому успеху, но непосредственно на него эти действия не направлены.

В свою очередь, *экономически ориентированная конкуренция* преследует откровенно экономические цели – повышение прибыли, снижение издержек, завоевание и расширение рыночной ниши, – но может осуществляться неэкономическими методами, не основанными на превосходстве в эффективности. Среди них следует указать: получение монопольных («неконкурентных») преимуществ (привилегий) от властных структур, осуществление заказных проверок контролирующими органами в отношении конкурентов, использование силовых методов в решении хозяйственных вопросов (в том числе с привлечением криминальных группировок).

Многие станут возражать, что по крайней мере некоторые из перечисленных действий вообще не являются конкурентными. Нам же кажется нежелательным сужать объект исследования, ограничивая его только рафинированными формами «честной конкуренции». Реальная хозяйственная конкуренция включает и экономически обусловленные, и экономически ориентированные действия. А собственно экономическая конкуренция возникает тогда, когда эти действия сочетаются, т.е. являются экономическими одновременно и в части целей, и в части средств (см. рис. 1).

Рис. 1. Хозяйственная и экономическая конкуренция



Три экономические модели конкуренции. Посмотрим на различия в подходах к анализу конкуренции. При этом оговоримся, что в данном случае мы не претендуем на сколь-либо полный обзор экономических теорий конкуренции, а обратим внимание на три ключевых подхода.

Первый из них представлен неоклассической экономической теорией. Здесь мы сталкиваемся с совокупностью идеальных предпосылок, характеризующих понятие *совершенной конкуренции* [perfect competition]. Вот как описывает эти предпосылки один из представителей мейнстрима Дж. Стиглер:

1. Количество фирм, производящих данный продукт, достаточно велико, чтобы ни одна из фирм не могла существенным образом повлиять на его цену.
2. Производимые товары однородны, и потребители не отдают предпочтений товару какой-либо из фирм.
3. Фирмы действуют независимо друг от друга и представляют собой множество автономных агентов.
4. Представители фирм обладают полным знанием значимых рыночных факторов³.

Данный подход многократно подвергался разносторонней критике, в том числе и со стороны экономистов. Серьезные критические аргументы были предложены в рамках теории *несовершенной конкуренции* (Дж. Робинсон) и *монополистической конкуренции* (Э. Чемберлин)⁴. Утверждается, что постулаты модели совершенной конкуренции в реальной хозяйственной жизни не существуют. Условия совершенной (чистой) конкуренции являются крайней точкой оси, на другом полюсе которой находится абсолютная монополия, предполагающая наличие одного продавца. Синтез этих двух крайних понятий достигается через предпосылку о сегментированности (дроблении) рынка. Совокупность товаров не однородна. Напротив, она гетерогенна, и каждый производитель выступает своего рода монополистом на собственный товар, обособляемый им от других товаров-субститутов. Причем, именно конкуренция и порождает эту сегментацию, ибо каждая фирма стремится обустроить и закрепить за собой отдельную рыночную нишу.

Предпочтения покупателей также не одинаковы, и это означает, что эластичность спроса далека от абсолютной, как это предполагается теорией совершенной конкуренции. Покупатели не отказываются от данного продукта немедленно при изменении относительных цен. Это связано в немалой степени с тем, что они реагируют не только на уровень цен. Огромную важность имеют формы неценовой конкуренции – через повышение качества продукции, предоставление дополнительных услуг, продвижение товара на рынке с помощью рекламы и др. Вот что пишет по этому поводу Дж. Робинсон: «В действительности покупателя интересуют не только цены, назначаемые конкурирующими производителями на товары; он руководствуется и многими другими соображениями... Конкурирующие производители состязаются друг с другом в качестве своих товаров, в предоставляемых покупателям льготах и в рекламе точно так же, как и в ценах»⁵. Существует также явление ценовой дискриминации, когда один и тот же товар предлагается производителем по разным ценам в разных сегментах рынка ввиду разной эластичности спроса в этих сегментах.

Критика теории совершенной конкуренции подхватывается другим ее классическим оппонентом – Ф. Хайеком. Он утверждал следующее: «То, о чем идет речь в теории совершенной конкуренции, вообще имеет мало прав называться «конкуренцией»... эта теория везде предполагает уже существующим то положение вещей, на создание которого (или приближение к нему)... устремлен процесс конкуренции»⁶. Данная теория, таким образом,

³ Stigler, G.J. Competition, in: Sills, D. (ed.) *The International Encyclopedia of the Social Sciences*. N.Y.: Macmillan, 1968.

⁴ Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. М.: Прогресс, 1986; Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: Реориентация теории стоимости. М.: Экономика, 1996.

⁵ Робинсон Дж. Указ. соч. С. 136–137.

⁶ Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. М.: Изограф, 2000. С. 102.

рисует идеальную ситуацию долгосрочного равновесия при условиях, не достижимых в реальной хозяйственной жизни.

В качестве альтернативы Ф. Хайек предлагает *динамическую модель конкуренции*, предполагающую, что в исходной точке участники рынка имеют неодинаковую, неполную и разрозненную информацию. Конкуренция становится процессом открытия новых возможностей, в котором и происходит накопление недостающего знания. Сбор информации лишь в определенной степени предшествует практическому участию в рыночном процессе, который одновременно становится для агентов процессом освоения информационных потоков⁷. При этом продукты и услуги, предоставляемые разными фирмами, не одинаковы, что делает конкуренцию более сложным многоуровневым процессом, нежели это предполагается теорией совершенной конкуренции.

Хайек подчеркивает различие между двумя видами монополий, которые могут утвердиться на рынках. Первый вид основан на *превосходстве в эффективности* и обеспечивает преходящие преимущества, существующие до тех пор, пока разрыв в эффективности не будет ликвидирован другими участниками. Возникающая в данном случае конкуренция не предпосылается действиям участников рынка, а рассматривается как результат индивидуальных предпринимательских усилий, где более рациональные и эффективные участники получают закономерные (хотя и временные) преимущества. Такая конкуренция не совершенна. Однако она явно предпочтительнее, нежели отсутствие всякой конкуренции вследствие существования второго вида монополии, основанной на *привилегии* – эксклюзивном доступе к ресурсам (например, получении «лицензии от властей»⁸).

Динамическая модель конкуренции, как оказалось впоследствии, близка взглядам и некоторых социологов функционалистского крыла, среди которых выделяются приверженцы *популяционной экологии* [population ecology]. Они представляют конкуренцию как процесс, подобный естественному отбору, в котором выживает сильнейший, т.е. тот, кто наилучшим образом приспособляется к требованиям внешней среды⁹.

Соглашаясь со многими критическими аргументами в адрес теории совершенной конкуренции, мы придерживаемся несколько иного, экономико-социологического подхода, о котором и пойдет речь далее.

Конкуренция как поддержание социальных контактов. Критика модели совершенной конкуренции сближает *экономико-социологический подход* с моделью несовершенной конкуренции и – еще более – с динамической моделью конкуренции. И многие предположения экономсоциологов и экономистов, как мы увидим далее, содержательно пересекаются. Но экономико-социологический подход имеет свою специфику. Он в большей степени ориентирован на анализ взаимоотношений конкурирующих агентов и тех специфических контекстов, в которые они погружены.

⁷ Хайек указывает на известный парадокс: помимо нереалистичности предпосылки о полном знании, такое знание способно оказать на участников парализующий эффект, вместо того, чтобы стимулировать их активные действия.

⁸ Хайек Ф.А. Указ. соч. С. 102–114.

⁹ Hannan, M., and J.H. Freeman. The Population Ecology of Organizations, *American Journal of Sociology* (1977). Vol. 82. P. 929–964.

Примечательно, что теория совершенной конкуренции в принципе отвергает наличие социальных контактов¹⁰. Динамическая модель конкуренции допускает их в качестве вспомогательного способа получения данных, но основополагающим источником информации все же служат ценовые сигналы – результат конкурентного взаимодействия. Что же касается экономической социологии, то она в большей мере интересуется самим процессом конкуренции, который представляется не просто одновременным устремлением к одному объекту нескольких обособленных агентов, но как взаимоувязанный и социально укорененный процесс. В этой связи посмотрим, как формулируются исходные предпосылки конкурентной ситуации одним из ведущих экономсоциологов Х. Уайтом. Эти предпосылки таковы.

1. Основные участники рынка (включая его потенциальных участников) знают друг друга.
2. Формируя деловые стратегии, они принимают в расчет действия друг друга.
3. Участники рынка имеют выраженные взаимные интересы, касающиеся в том числе того, как строятся их отношения с покупателями.
4. Между ними происходит широкий обмен информацией о действиях в отношении друг друга, которые формируют социальный контекст рыночных операций¹¹.

Принимая во внимание наличие социальных контактов, конкуренция может быть определена не столько как столкновение, чреватое конфликтами, сколько как постоянное *соотнесение деловых стратегий*. В ходе такого соотнесения конкурентная ситуация относительно редко приводит к лобовым ударам, последствия которых разрушительны для обеих сторон. Конкуренция уподобляется групповому забегу на длинную дистанцию, когда каждый участник избегает столкновения с другими, но постоянно с двух сторон чувствует локти соперников. А постоянное наблюдение за их скоростью помогает каждому из участников соревнования выработать свои собственные ритм и стратегию.

Или еще один иллюстративный образ. Посмотрим, как «конкурируют» между собой грибки в лесу. Вновь подошедшие к грибному месту не пытаются согнать с него тех, кто пришел на это место раньше, хотя места в лесу формально ни за кем не закреплены. Существует также негласное правило не лезть, если «место занято». Поэтому вновь пришедшие пытаются обнаружить свою делянку, но при этом внимательно следят за направлениями, в которых двигаются конкуренты, пытаются распознать за этими передвижениями скрытую информацию и выстраивают свой путь в определенном отношении к траекториям других.

Взаимная ориентация участников рынка не ограничивается мониторингом действий и обменом информацией. В целом она включает следующие элементы, обозначающие разную степень тесноты связей (в порядке нарастания):

- 1) наблюдение за действиями конкурентов;
- 2) корректировку собственной деловой стратегии в зависимости от действия конкурентов;
- 3) непосредственное согласование действий между конкурентами;

¹⁰ «Экономические отношения никогда не бывают вполне конкурентными, если они включают какие-либо личные отношения между экономическими агентами» [Stigler, G.J. *The Theory of Price*. N.Y.: Macmillan, 1946. P. 226. Цитируется по: Хайек Ф.А. Указ. соч. С. 106].

¹¹ White, H.C. Varieties of Markets, in: Wellman, B., and S.D. Berkowitz (eds.) *Social Structures: A Network Approach*. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. P. 228.

- 4) выработку конкурентами общих правил игры в отношениях с контрагентами и во взаимоотношениях между собой.

Необходимо подчеркнуть, что речь идет не о взаимодействиях между поставщиками и потребителями продукции в процессе рыночных трансакций, но о взаимодействии между производителями (поставщиками) одной и той же или сходной продукции, которые не включены в единую технологическую и финансово-экономическую цепочку, а действуют «параллельно». Экономический обмен в данном случае может отсутствовать вовсе. Здесь образуется область информационных и социальных контактов в сфере хозяйства. Причем, эти контакты устанавливаются не только опосредованно – через обработку ценовой информации, – но и путем непосредственного взаимодействия участников рынка.

Конкуренция как установление согласованного порядка. Участники рынка принципиально не однородны – по масштабам деятельности и характеру деловых стратегий. И на любом рынке существуют ведущие участники [leading market sellers]. Как правило, они не образуют жесткой олигополии и не могут полностью контролировать данный рынок, где общее число более мелких участников достаточно велико. Однако ведущие игроки оказывают серьезное влияние на конкурентную ситуацию, пытаются ограничивать вход на данный рынок. В чем состоит их цель? Она заключается в создании условий институционального оформления конкуренции, введения ее в регулируемое русло. Вместо развертывания жестоких схваток, нацеленных на подавление конкурентов, они стремятся к *стабилизации рынка*, установлению согласованного порядка [negotiated order]¹². И именно этот порядок становится условием поддержания конкурентной среды на длительную перспективу. Как указывают экономсоциологи М. Аболафия и Н. Биггарт, «долгосрочные участники рынка разрабатывают средства его поддержания и приходят к соглашению по этим средствам. Здесь наблюдается очевидный парадокс: для того, чтобы поддержать свое соперничество, конкуренты сотрудничают по поводу фундаментальных правил игры»¹³.

Таким образом, существование конкуренции в сколь-либо долгосрочной перспективе предполагает, помимо установления формальных законодательных норм, наличие встроенных институциональных ограничений краткосрочных экономических интересов, которые вырабатываются самими участниками рынка и включают санкции за нарушение правил «честной конкуренции».

Установление того или иного институционального порядка предполагает выработку ведущими участниками рынка **концепций контроля** – совокупности значений и смыслов, определенного мировоззрения, позволяющего агентам объяснять происходящее и интерпретировать действия других¹⁴. Это соперничающие взгляды на то, что происходит на рынке, как и зачем следует действовать, чтобы оказаться успешным. Концепции контроля отвечают на главные вопросы,

¹² Fligstein, N. *Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*. Princeton: Princeton University Press, 2001.

¹³ Abolafia, M., and N.W. Biggart. Competition and Markets: An Institutional Perspective, in: Etzioni, A., and P.P. Lawrence (eds.) *Socio-Economics: Toward a New Synthesis*. Armonk. N.Y.: M.E. Sharpe, 1991. P. 221.

¹⁴ Подробнее см.: Радаев В.В. [Институциональная динамика рынков и формирование новых концепций контроля \(на примере рынков электробытовой техники\)](#). Препринт WP4/2002/01. М.: ГУ-ВШЭ, 2002. Исходное значение понятия «концепции контроля» см.: Fligstein, N. Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions, *American Sociological Review* (August 1996). Vol. 61. P. 656–673.

возникающие при выработке *деловых стратегий* компании, и включают в себя следующие ключевые элементы:

- определение смысла происходящего (ответ на вопрос: «что происходит?»);
- оценку наличных и потенциальных ресурсов («что имеет компания?»);
- целевые установки («что нужно делать?»);
- обоснование (легитимацию) собственных действий («почему делается именно это?»).

Чем отличается концепция контроля от деловой стратегии? Деловая стратегия является индивидуальным делом каждой отдельной компании (даже если между стратегиями обнаруживается масса сходных элементов). А концепции контроля обозначают позиции, разделяемые если не большинством, то по крайней мере значительным числом участников данного рынка, и выступают непосредственным продуктом коллективных действий.

Соперничающие концепции контроля – важная *идеологическая* составляющая конкуренции. Успех той или иной концепции во многом зависит от того, кому удастся предложить наиболее связное, правдоподобное и привлекательное объяснение рыночных тенденций и адекватных деловых стратегий, а также навязать свое видение ситуации другим участникам рынка.

Характер устанавливаемых правил и эффективность их поддержания во многом зависят также от сложившихся *политических условий*, прежде всего от форм регулирующего воздействия государства, которое активно участвует в процессе установления и изменения рыночного порядка. В свою очередь, политическая составляющая конкуренции во многом определяется способностью участников рынка влиять на действия государственных органов, «подсказывать» направление необходимых реформ. Заметим, что все эти условия не могут быть универсальными. Они сотнями нитей связаны с конкретной, исторически обусловленной системой отношений.

Конкуренция как символическая борьба. Конкурентная ситуация не является замкнутой системой или игрой с нулевой суммой [zero-sum game], в которой приобрести что-либо можно, только отобрав эту возможность у другого. Значительная часть конкурентных действий направлена на обнаружение и обустройство *новых рыночных ниш*.

При этом застолбить рыночную нишу можно не только путем снижения издержек, повышения качества или введения на рынок нового продукта или услуги, но также и посредством *идентификации* продукта и фирмы. Этому способствуют раскрученные торговые марки и бренды, которые увязываются не столько с полезными потребительскими свойствами предметов, сколько с символическими образами определенных стилей потребления. И продукт (услуга), и фирма должны получить свое маркирующее «определение», выделяющее их среди других (одинаковых или подобных) или, наоборот, подтягивающее к более продвинутым образцам. Так, продукт может позиционироваться как: «дешевый, но качественный», «дорогой фирменный», «лучший в своей ценовой категории», «абсолютно новый», «молодежный», «экологически чистый» и т.д. Подобно этому фирма, помимо формального статуса («мировой производитель», «официальный дилер»), может позиционироваться как «самая известная», «очень надежная», «предоставляющая скидки», «удобно расположенная», «хорошо обслуживающая». Такие определения, отделяющие продукт от аналогов и субституттов, а фирму от конкурирующих структур, формируют, наряду с потребительской стоимостью и ценой продукта, его специфическую знаковую стоимость [sign-value], помогая закрепить за продуктом и фирмой ядро относительно постоянных покупателей. А «простое» переопределение свойств продукта (например, его перевод из категории «детский» в категорию «диетический», или наоборот) способно серьезным образом изменить контуры его рыночной ниши.

Анализ символической борьбы за определение продукта помогает, помимо прочего, понять условность водоразделов между современными рынками. Они не образуют сколь-либо жестких предзаданных структур, их границы относительно прозрачны. И основная борьба, вопреки предположениям теории совершенной конкуренции, разворачивается не между производителями одного продукта, а между разными продуктами, т.е. между разными рынками.

Важно подчеркнуть, что выработка идентификации и ее восприятие другими агентами в сильной степени являются *культурно укорененным* процессом. Конкуренция – это взаимодействие, в котором экономические и символические элементы не просто влияют друг на друга, но попросту сливаются в одно целое¹⁵. Это еще одна причина, по которой условия конкуренции никак не могут быть универсальными. Напротив, расшифровка символических свойств продукта-знака происходит с помощью системы культурных кодов, выработанных данным конкретным сообществом и обусловленных в конечном счете всей его историей.

Конкуренция как институционально оформленный процесс. Итак, современной экономической социологией предлагается подход к анализу конкуренции как к институционально оформленному процессу (в этом отношении она близка по ряду позиций к новой институциональной экономической теории). В обобщенном виде экономико-социологический подход означает следующее.

1. Конкуренция предполагает *социальные контакты*. Участники рынка не выступают в качестве автономных агентов. Они не только наблюдают за действиями конкурентов, улавливая ценовые сигналы, но вступают между собой в непосредственные социальные взаимодействия.
2. Конкуренция предполагает *установление порядка*. Существует определенное число ведущих участников рынка, которые пытаются контролировать конкурентную ситуацию и вырабатывать правила поведения на рынке. Для этого ими предлагаются специфические концепции контроля и делаются попытки навязать их другим участникам рынка и регулирующим государственным органам.
3. Конкуренция выступает как *символическая борьба*. Рынок в сильной степени сегментирован по типу продуктов и услуг, способам их продвижения, характеру фирм, предоставляющих данный продукт или услугу. Столбление рыночных ниш происходит здесь с помощью формальных и неформальных статусов-маркеров, увязанных с культурно обусловленными стилями потребления.

Таким образом, правила поведения на рынке и, следовательно, характер конкурентной ситуации зависят не только от экономических, но также от политических и культурных условий, в которых осуществляются рыночные взаимодействия. Специфика развиваемого нами институционального экономико-социологического направления представлена в таблице 1 [см. с. 25], где сопоставлены предпосылки трех подходов к анализу конкуренции.

Наконец, последний вопрос. Участники рынка стараются вести себя прагматично. Означает ли это, что они сугубо рациональны и, тем более, что их действия ведут к наилучшему конечному результату? К сожалению, это случается далеко не всегда. Основная масса менее крупных

¹⁵ «Мы не просто призываем признать укорененность экономики в социальном. Мы делаем более сильное предположение: экономические и культурные факторы сливаются в структурах рыночных отношений и микроэкономического действия» [Slater, D. Capturing Market From the Economists, in: Du Gay, P., and M. Pryke (eds.) *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*. L., Thousand Oaks: Sage Publications, 2002. P. 60].

участников рынка старается имитировать действия ведущих игроков (или по крайней мере, соотноситься с их действиями) в процессе так называемого *институционального изоморфизма*¹⁶. А такое институциональное заимствование вовсе не обязательно ведет к распространению наиболее эффективных способов действия и выживанию лучших. Следовательно, возникает реальная возможность установления равновесного состояния в условиях, весьма далеких от оптимальных, при котором никто из участников рынка в краткосрочном периоде не заинтересован в серьезных изменениях. Выход из такого состояния равновесия, побуждается ли он внешним принуждением или внутренними причинами, становится основой для становления новой конкурентной ситуации.

¹⁶ DiMaggio, P., and W. Powell. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields, in: Powell, W. and P. DiMaggio (eds.) *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press, 1991. P. 63–82.

Таблица 1. Основные подходы к анализу конкуренции

<i>Модель совершенной конкуренции</i>	<i>Модель динамической конкуренции</i>	<i>Модель институционально оформленной конкуренции</i>
Конкурентная ситуация предпослана действиям участников	Конкурентная ситуация возникает в результате индивидуальных предпринимательских действий	Конкуренция обеспечивается правилами, вырабатываемыми ведущими участниками
Участники имеют полную информацию. Их данные изначально согласованы	Участники имеют неполную и разную информацию. Она во многом накапливается в результате конкуренции	Идет постоянный обмен информацией. Данные согласуются через результаты действий и непосредственные социальные контакты
Фирмы действуют независимо друг от друга. Личные отношения между ними отсутствуют	Недостаток информации компенсируется личным общением	Участники наблюдают друг за другом, корректируют свои действия, согласуют их с действиями других участников, вырабатывают правила взаимодействия
Количество поставщиков товара велико. Вход на рынок свободен. Никто не может оказать серьезного влияния на цену	Существует возможность монополий, основанных на временном превосходстве в эффективности, и монополий, основанных на привилегиях	Ведущие участники не имеют полного контроля над рынком, но пытаются установить порядок и навязать свои концепции контроля другим
Товары однородны. Потребители не имеют предпочтений в отношении производителей и поставщиков данного товара	Товары, услуги и условия их продажи различаются. Идентичность производителя и поставщика имеет значение	Рынок сегментирован по типам продуктов и услуг, способам их определения и продвижения, характеру производителя и поставщика
Конкурентная ситуация внеисторична и универсальна	Конкурентная ситуация – продукт эволюции хозяйственных институтов	Конкурентная ситуация обусловлена конкретными экономическими, политическими и культурными факторами
Все участники ведут себя рационально. Предполагается существование эффективных институциональных форм	Более рациональные и эффективные участники выигрывают, выживают наиболее эффективные институциональные формы	Могут имитироваться и распространяться не самые эффективные институциональные формы
Наблюдается долгосрочное равновесие при соблюдении оптимальных условий	Возникают краткосрочные равновесия как элемент постоянного движения	Возникают устойчивые равновесия при неоптимальных условиях

IR Публикуемая статья построена на материалах итогового аналитического отчета по проекту, выполненному при поддержке Московского общественного научного фонда в 2002 г.¹ В этом номере мы публикуем первую часть статьи. Окончание – в следующем, майском номере нашего журнала.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА: АНАЛИЗ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОДЕЙСТВИЮ ВОВЛЕЧЕНИЮ НАСЕЛЕНИЯ В МАЛЫЙ БИЗНЕС

Российский независимый институт социальных и национальных проблем

Директор проекта – д.э.н. Чепуренко Александр Юльевич

E-mail: chepurenko@voxnet.ru

Участники проекта: к.э.н. Алимова Т.А., д.соц.н. Тихонова Н.Е., Обыдённова Т.Б.

Введение

Развитие малого предпринимательства является важнейшим показателем степени успешности рыночных реформ, уровня эффективности конкурентной экономики. Между тем в России, в силу прежде всего неэффективной, а порой и просто ошибочной политики государства в отношении сектора малого бизнеса последний фактически пребывает в состоянии стагнации. С 2000 г. наблюдается сокращение численности малых предприятий (МП), некоторый рост числа субъектов малого предпринимательства обеспечивается только за счет ежегодного увеличения численности индивидуальных предпринимателей, темп прироста которых оценивается в 7%². Сокращается и занятость в секторе МП: с 1999 по 2001 г. она снизилась с 18 608,2 млн. до 16 963,4 млн. чел. (с учетом неформальной занятости)³.

При этом расчеты, сделанные на основании официальной статистики, показывают, что сальдо между коэффициентом рождаемости ПБОЮЛ и МП и коэффициентом их смертности остается положительным, хотя и демонстрирует тенденцию к неуклонному снижению – с +77 до +65 по ПБОЮЛ и с +75 до +61 по МП соответственно, за период 1999–2001 гг.⁴ Причем приток в индивидуальное предпринимательство составляет порядка 6 чел. на 1000 чел. взрослого населения, а отток – порядка 4 чел. на 1000; в секторе МП эти цифры составляют примерно 0,35 % и 0,06% соответственно⁵. По-видимому, если принять во внимание нерегистрируемые закрытия МП и никак не оформляемый уход населения из индивидуального предпринимательства, то с учетом этих обстоятельств становятся понятными обнаруживающие

¹ Грант на институциональное развитие 016/1-02.

² Российское обозрение малых и средних предприятий - 2001. М.: ТАСИС, Ресурсный центр малого предпринимательства, 2002. С. 39.

³ Там же.

⁴ Там же. С. 56–57.

⁵ Там же. С. 50–51, 54–55 (к сожалению, в источнике допущена ошибка при исчислении процентных долей в сторону их десятикратного завышения).

тенденцию к стагнации цифры численности предприятий в секторе МП и особенно – негативная динамика занятости.

При этом за годы реформ в стране номинально сложилась достаточно разветвленная система государственной и общественной поддержки малого предпринимательства. Начиная примерно с 1993 г., а на региональном уровне (в Москве и некоторых других регионах) в ряде случаев и ранее, в России стала формироваться институциональная инфраструктура, которая теоретически должна создавать более благоприятные условия для появления и развития малых частных фирм, а также оказывать им те услуги, которые они – в силу принципиальных особенностей малых предприятий, усиливаемых трудностями начального этапа развития данного сектора в трансформационной экономике, – не могут покупать на рынке, либо которые на рынке в принципе отсутствуют. Прежде всего, речь идет о структурах *бизнес-образования и обучения кадров для малого бизнеса; агентствах поддержки малого предпринимательства* (юридические, маркетинговые, бухгалтерские, консалтинговые услуги); *фондах поддержки предпринимательства* (кредитование, залогово-гарантийная поддержка); *лизинговых фондах; бизнес-инкубаторах* (комплекс мероприятий в области имущественной и иной поддержки стартующих малых предприятий); *технологических парках* (форма кооперации высокотехнологичных малых фирм с вузами и крупными предприятиями) и др.

Действуют общественные объединения, выражающие консолидированную точку зрения малого бизнеса по важнейшим проблемам экономической политики: Торгово-промышленная палата Российской Федерации, аналогичные региональные и местные палаты, Российская ассоциация развития и поддержки малого предпринимательства (имеет около 70 региональных коллективных членов), профсоюз работников малых предприятий. С 1998 г. существует общественно-политическое движение «Развитие предпринимательства», целый ряд других союзов и ассоциаций (женщин-предпринимательниц, молодых предпринимателей, ремесленников и т.п.), выражающих корпоративные интересы малого бизнеса и участвующих в формировании политики в отношении малого предпринимательства. В декабре 2001 г. состоялся – при неформальной поддержке администрации Президента России – учредительный съезд Объединения предпринимательских организаций России (ОПОРа). С целью более полного учета мнения предпринимательской общественности при формировании государственной политики в отношении данной социально-экономической группы дважды – в 1996 и 1999 гг. – проводились Всероссийские съезды представителей малых предприятий, а также три представительные всероссийские конференции.

Для разработки и координации, а также оценки итогов реализации политики в области содействия малому предпринимательству к середине 90-х гг. были созданы как на федеральном уровне (Государственный комитет по развитию и поддержке малого предпринимательства, ныне его функции выполняет департамент в Министерстве по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства), так и более чем в 70 регионах Российской Федерации (департаменты поддержки малого предпринимательства или отделы в экономических департаментах региональных администраций) специальные органы государственного управления. При ряде региональных структур исполнительной власти существуют общественные советы по малому предпринимательству, выполняющие экспертные функции; такой же Общественный совет предпринимателей сформирован (но практически не приступил к работе) и при Правительстве РФ.

На этой основе на федеральном и региональном уровнях принимаются федеральные и региональные программы поддержки малого предпринимательства. Так, в масштабе Российской Федерации в целом имеется уже опыт разработки и осуществления четырех таких программ – в 1994–1995, 1996–1997, 1998–1999 и 2000–2001 гг. В настоящее время Правительство готовится

внести в Думу очередную такую программу на 2003–2005 гг.

Тем не менее результаты деятельности инфраструктуры государственно-общественной поддержки малого предпринимательства отнюдь не впечатляют. Оставляя за скобками зачастую контрпродуктивное воздействие на сектор малого предпринимательства общей социально-экономической политики российского государства (в особенности – налоговой и бюджетной), следует отметить, что низкий коэффициент полезного действия в значительной мере объясняется целым рядом серьезных просчетов государственной политики в отношении малого предпринимательства, которые, в свою очередь, обусловлены неадекватными представлениями о состоянии «управляемой системы». В том числе, речь идет об отсутствии обоснованных данных о степени готовности российского общества в целом и отдельных его социально-демографических, профессиональных, образовательных и имущественных групп к предпринимательской деятельности.

Так, декларируя в качестве одной из своих целей необходимость поддержки вовлечения населения в малое предпринимательство, ни одна проанализированная нами программа федерального и регионального уровня⁶ не содержит описания мер по реализации данной целеустановки, а с учетом хронического недофинансирования программ поддержки МП становится ясно, что реально никакой осмысленной политики в данном отношении не проводится.

Между тем, по нашему глубокому убеждению, основывающемуся на результатах ряда исследовательских проектов, осуществленных РНИСиНП начиная с 1992 г., в российском обществе существует достаточно прочное «*прото*предпринимательское ядро», размеры которого, правда, значительно колеблются под влиянием целого ряда факторов и условий и весьма различаются в межрегиональном сопоставлении. При этом далеко не всякие шаги по содействию малому предпринимательству способствуют расширению этого ядра, не говоря уже о превращении протопредпринимателей в начинающих предпринимателей, а начинающих – в действующих.

Совершенно очевидно, что – учитывая численность населения России, его образовательный уровень и другие факторы – активизация протопредпринимательских слоев населения могла бы привести к подлинно необратимым последствиям в плане создания стабильно развивающейся конкурентной рыночной экономики и *социального* государства.

Разумеется, эти допущения учитывают только сторону «предложения» – в значительной мере рост сектора МП обусловлен и «спросовыми» ограничениями (уровень насыщенности локальных рынков, наличие платежеспособного спроса населения на товары и услуги стартующих МП и тому подобными факторами), которые, в силу ограниченности задач проекта, остались за пределами рассмотрения.

Актуальность задачи для реформирования российской экономики и разработки социально-экономической политики

В первой половине – середине 1990-х годов, когда в секторе малого предпринимательства еще

⁶ Участники проекта пользовались текстами федеральных и ряда региональных программ развития и поддержки малого предпринимательства, вывешенными на сайте [Ресурсного центра поддержки малого предпринимательства](#). К сожалению, по целому ряду регионов ввиду отсутствия данных о ныне действующих нормативных документах пришлось воспользоваться текстами программ конца 1990-х годов.

наблюдался рост как числа самих МП, так и численности занятых, государственные органы, ответственные за политику в отношении малого бизнеса, исходили из того, что к концу 1990-х годов численность МП в России должна составить до 8–10 млн., а число занятых на них – до 60 млн. чел.; при разработке Федеральной программы поддержки малого предпринимательства на 1998–1999 гг. эти цифры были существенно скорректированы в стороны понижения, но по-прежнему далеки от реалистических проектировок (удвоение числа МП и почти двукратное увеличение занятости в данном секторе по итогам ее реализации – т.е. примерно 1,5–2 млн. МП и 12–14 млн. занятых в малых фирмах). К настоящему времени очевидно, что даже этих скромных показателей достичь не удалось. Лишь с учетом индивидуального предпринимательства можно говорить о выходе на численность хозяйствующих единиц в секторе МП порядка 5,6 млн. и численности занятых около 17 млн. чел.⁷

Регулярность ошибок государственных структур в оценке даже этих макропараметров «управляемой системы» связана не только с имманентным бюрократическим системам в условиях торга за ресурсы стремлением к намеренному завышению предполагаемых результатов их деятельности, но и с отсутствием достоверных, оперативно поступающих и содержащих необходимый для выработки решений объем данных исходных ориентировок.

До сих пор отсутствует общенациональная система учета индивидуальных предпринимателей (среди которых – не только самозанятые, но и достаточно крупные фирмы с несколькими десятками и даже сотнями работников), в результате чего реальная роль сектора малого бизнеса оказывается сильно недооцененной⁸. На основе таких сведений невозможно ни глубоко анализировать текущую ситуацию, ни выработать экспертный прогноз развития малого предпринимательства в региональном либо отраслевом разрезе, равно как и в общенациональном масштабе. В результате в государственных органах, ответственных за содействие развитию малого бизнеса, пока сложилась крайне приблизительная оценка потребности в ресурсах для оказания воздействия на процессы в секторе МП, усугубляемая отсутствием обратной связи.

Кроме того, необходимо отметить, что в исследованиях и оценках состояния сектора малого предпринимательства речь идет о параметрах уже функционирующих МП. Между тем, весьма важной задачей, к решению которой еще не подступались государственные органы, является оценка *потенциала развития* малого предпринимательства. Без ее решения невозможен сколько-нибудь реалистический прогноз развития малого предпринимательства – числа МП, численности занятых в данном секторе народного хозяйства, его вклада в ВВП и других важнейших показателей.

Данная проблема имеет две составляющих: во-первых, *качество предпринимательской среды*⁹ в России в целом и на уровне регионов и отдельных муниципальных образований; во-вторых, наличие *«предпринимательского фермента» в обществе* (готовность к риску и принятию ответственности, образовательный уровень, профессиональная подготовка и т.п.). Понятно, что обе составляющие связаны друг с другом: чем лучше предпринимательский климат в обществе

⁷ Там же. С. 14.

⁸ Первая серьезная попытка реальной оценки роли сектора малого предпринимательства предпринята в рамках проекта ТАСИС СМЕРУС 98 03, результатом которого стало уже цитированное выше «Российское обозрение малых и средних предприятий 2001».

⁹ Качество предпринимательской среды, в свою очередь, определяется двумя группами факторов: макроэкономическими (спрос, уровень сбережений, состояние конъюнктуры и т.д.) и экономической политикой (налоговый режим, административные барьеры на входе, контрольные процедуры, наличие и работоспособность бизнес-инфраструктуры и прочие).

в целом и на уровне каждого данного поселения, тем выше число потенциальных и актуальных предпринимателей. С другой стороны, изменение предпринимательского климата в лучшую сторону во многом зависит от того, насколько активны, последовательны и консолидированы предприниматели в отстаивании общих интересов – как на уровне страны в целом, так и в местном масштабе; кроме того, даже при наличии сформированной инфраструктуры для развития малого предпринимательства и относительно благоприятном отношении к малому бизнесу едва ли можно ожидать его интенсивного развития там, где для этого отсутствует в должном масштабе социальный и культурный капитал, а также первоначальные финансовые ресурсы, где низка готовность населения к samozанятости и тем более – к занятию предпринимательской деятельностью.

Не претендуя в рамках относительно краткосрочного проекта на раскрытие всего комплекса очерченных выше вопросов (особенно – связанных с макроэкономическими компонентами предпринимательской среды)¹⁰, коллектив проекта осуществил в феврале-марте 2002 г. пилотное исследование предпринимательского потенциала в ряде регионов России¹¹. *Предпринимательский потенциал* мы первоначально определили как совокупность всех физических лиц, готовых к занятию предпринимательской деятельностью¹².

Помимо установления примерных рамок предпринимательского потенциала, немаловажно выяснить также, в какой мере этот предпринимательский потенциал реализуется, проходя различные стадии предстартового, стартового, а затем – стабильно действующего малого бизнеса. Вообще говоря, снижение численности МП в России и отдельных ее регионах может быть следствием разных причин (сокращения предпринимательского потенциала, снижения доли потенциальных предпринимателей, вступающих в предстартовую фазу, далее, снижения – вследствие ли высоких барьеров или иных причин – доли стартующих, наконец, повышения

¹⁰ За отсутствием подробной разработки данной темы в российской литературе укажем на некоторые работы зарубежных авторов, в которых рассматриваются теоретические аспекты проблемы стартового предпринимательства: Cooper, C.C., and F.J. Gimeno. *Entrepreneurs, Processes of Founding, and New Firm Performance*, in: Sexton, D.L., and J.D. Kasarda. *The State of the Art of Entrepreneurship*. Boston: PWS-Kent Publ., 1982. Ch.12; Birley, S. *The Role of New Firms: Births, Deaths and Job Generation*, *Strategic Management Journal* (1986). Vol. 7; Hisrich, R.D., and M.P. Peters. *Entrepreneurship. Starting, Developing and Managing a New Enterprise*. Boston: Richard Irvin, Inc., 1989. Ch.1; Gnyawali, D.R., and D.S. Fogel. *Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications*, *Entrepreneurship Theory and Practice* (June 1994); White, S.B., and P.D. Reynolds. *Government Programs and High Growth New Firms*, *Frontiers of Entrepreneurship Research* (1996). Babson College.

¹¹ Предварительные результаты опроса были представлены на двух конференциях, проводившихся ГУ–ВШЭ совместно с Всемирным банком в июне 2002 г. и Ресурсным центром малого предпринимательства в июле 2002 г. в Москве, они также будут предметом рассмотрения одной из секций международной конференции «[Rencontres de St.-Gall](#)» (сентябрь 2002 г., Швейцария). Кроме того, по материалам опроса опубликована заметка в журнале «Деловая хроника» (Четыре года – критический срок. 4–10 июня 2002 г. № 20).

¹² Мы отдаем себе отчет в неполноте и приблизительности данного определения, в котором не затронуты многие важные аспекты (например, различие между так называемыми *антрепренерами* и *интрапренерами*, предпринимателями в собственном смысле слова и «предпринимателями поневоле» и т.д.), но исходим из того, что любой исследовательский проект следует начинать с самых простых, обыденных определений. Лишь по мере исследования они могут быть уточнены и углублены.

удельного веса разоряющихся на стадии старта по сравнению с выживающими и т.д.), а также комплекса этих причин. В условиях, когда приближалось вступление в действие (с июля 2002 г.) пакета законопроектов, направленных на деbüroкратизацию экономики, снятие ненужных барьеров на входе на рынок для стартового предпринимательства, важно было знать: будет ли тем самым решена проблема ускорения роста сектора МП за счет увеличения числа стартовых МП?

Кроме того, было проведено анкетирование экспертов в области развития малого предпринимательства из примерно 20 регионов России, которое позволило сопоставить взгляд «извне» с оценками самих потенциальных предпринимателей. Наряду с этим по специальной анкете были опрошены 72 специалиста – представителя сервисных организаций поддержки предпринимательства по вопросам востребованности/доступности их рыночных услуг со стороны стартовых МП. Наконец, состоялось 12 неформализованных интервью с так называемыми латентными предпринимателями – т.е. с теми лицами, которые в последнее время начали активные действия по созданию собственной фирмы. В ходе этих интервью также были до некоторой степени уточнены некоторые обстоятельства, сопутствующие предстартовым приготовлениям и сопровождающие их.

Методика исследования

В качестве основного инструмента сбора первичных данных был использован стандартизованный (анкетный) *опрос* взрослого трудоспособного населения. В ходе его реализации были проведены формализованные интервью по всероссийской выборке (всего 1756 чел.), в которую вошли следующие регионы: Москва, Санкт-Петербург, Новгородская область, Республика Коми, Владимирская, Ярославская, Тульская, Воронежская, Московская области, Татарстан, Самарская, Ростовская области, Ставропольский край, Свердловская, Челябинская, Кемеровская, Новосибирская области, Красноярский и Хабаровский края. В числе опрошенных жители двух мегаполисов (10,5%), областных, краевых, республиканских центров (37,1%), райцентров (25,5%) и сельских поселений (26,8%)¹³.

Большинство вопросов базовой анкеты, включавшей 59 вопросов, предполагали широкий набор вариантов закрытых ответов, допускающих свободу выбора подходящего ответа. Кроме того, была предусмотрена возможность самостоятельного формулирования опрашиваемыми собственной позиции (открытый ответ). Базовая анкета содержала ряд основных разделов, в совокупности позволяющих охарактеризовать:

- 1) общее отношение к предпринимательской деятельности;
- 2) основные смысложизненные ценности;
- 3) финансово-имущественный потенциал семьи;
- 4) социальные сети и участие в них;
- 5) отношение к открытию собственного дела;
- 6) профессиональные и социально-демографические характеристики опрашиваемых.

Анкета состояла из вопросов преимущественно качественного характера, в совокупности дающих достаточно полное представление о социальном и культурном капитале, профессионально-квалификационных и образовательных данных, наличии специфических человеческих качеств (способность и готовность к риску, умение планировать и рассчитывать свои действия, организационные навыки, лидерские черты личности и т.д.), имущественном статусе респондента. С другой стороны, задан ряд вопросов, нацеленных на выявление степени

¹³ Опрос проводился Центром социального прогнозирования (директор – к.ф.н. Ф.Э. Шереги).

«продвинутости» респондента с точки зрения реализации им своих предпринимательских задатков (наличие «мечты», попыток конкретизировать «мечту» в виде предпринимательского проекта, предпринятых шагов по поиску ресурсов для его реализации, наконец – попыток придать своему проекту статус действующего предприятия, трудностей на этом пути и т.п.).

В результате после обработки полученных анкет выяснилось, что в выборку попали 237 протопредпринимателей (наличие предпринимательской «мечты» или выраженного намерения открыть собственное дело), что составило 13,5% всей выборки исследования, и 121 действующий предприниматель (6,9 % выборки).

Таким образом, получен достаточный массив сопоставимых данных, позволяющих при необходимости производить углубленный анализ предпринимательского потенциала, этапов и форм его реализации, препятствий развитию на каждом из этапов превращения предпринимательской идеи в стартовое предприятие.

Отношение населения России к предпринимательству: причины, факторы, тенденции

Необходимо отметить, что вопреки широко распространенному – как на уровне обыденного сознания, так и среди экспертного сообщества – взгляду, согласно которому население России негативно воспринимает предпринимательство как особый тип деятельности и предпринимателей как его персонифицированных носителей, это отнюдь не так. Во-первых, достаточно позитивным является *личное* отношение респондентов к предпринимательству [см. табл. 1]: только в отношении банковского бизнеса доля тех, кто относится к нему положительно и «скорее, положительно», не дотягивает до 50%-й отметки (при 1/3 относящихся к банковскому бизнесу отрицательно и «скорее, отрицательно»). Уже у крупного промышленного бизнеса баланс оценок явно положительный (53% положительных против 30% отрицательных). Что же касается малого бизнеса (82% положительных при 10% отрицательных оценок) и семейного или челночного бизнеса (75% положительных против 15% отрицательных), то совершенно очевидно, что отношение населения к этим видам предпринимательской (или квазипредпринимательской) деятельности вполне позитивное, хотя, по-видимому, и по различным причинам. Если крупный промышленный бизнес воспринимается, скорее всего, как «кормилец», пришедший на смену государству, то в отношении челночного и семейного бизнеса срабытывает другой стереотип сознания – этим предпринимателям поневоле сочувствуют (они «крутятся, чтобы прокормить себя и семью»). И, вероятно, несколько иной – уважительный – оттенок имеет отношение населения к малому предпринимательству: эти люди «сделали себя» сами, наладили дело, да еще и создают рабочие места для других.

Отметим, что сформировавшееся в обществе отношение к предпринимательству и, в первую очередь, к малому и семейному бизнесу носит отнюдь не умозрительный характер: среди опрошенных у 2/3 третей есть знакомые-предприниматели, у 42% это близкие друзья, у 1/4 – дальние родственники, а более чем у 1/5 – ближайшие родственники. Таким образом, подавляющее большинство населения России формирует свое отношение к предпринимателям отнюдь не на основе идеализированных и идеологизированных схем (как это было на ранних этапах системной трансформации), а на основе достаточно реалистического представления об образе жизни, ценностях, нормах поведения, проблемах нового предпринимательского слоя.

Таблица 1. Каково Ваше личное отношение к частному предпринимательству, % от опрошенных

Отношение к бизнесу	В целом, положительное	Скорее, положительное	Скорее, отрицательное	В целом, отрицательное	Затрудняюсь ответить
Крупному – в промышленности, строительстве и т.п.	23,5	29,5	17,7	12,0	17,4
Банковскому	17,6	26,7	19,7	13,7	22,3
Малому	38,6	43,2	6,9	2,7	8,6
Семейному или «челночному»	35,0	40,7	10,3	4,7	9,3

Далее, как несколько более благоприятное оценивает население то отношение к малому бизнесу, которое сложилось на их «малой родине», по сравнению с отношением к нему в обществе в целом: как положительное или «скорее, положительное» оценивают отношение к малому предпринимательству в своем населенном пункте 73%, в стране в целом – чуть более 2/3 опрошенных [см. табл. 2]. По-видимому, сказывается именно формируемый средствами массовой информации стереотип, согласно которому население России воспринимает предпринимательство в целом негативно: не усматривая такого «плохого» отношения в своем ближайшем окружении, но находясь под влиянием навязываемых стереотипов, респонденты склонны относить его на счет населения других территорий России.

Таблица 2. Как Вы оцениваете отношение к малому предпринимательству сейчас, % от опрошенных

Отношение к малому предпринимательству	Положительное	Скорее, положительное	Скорее, отрицательное	Отрицательное	Затрудняюсь ответить
В вашем городе, поселке, деревне	28,8	44,2	12,3	2,8	11,9
В стране в целом	26,4	41,5	12,7	3,8	15,6

Разумеется, мнение респондентов относительно отношения к малому бизнесу в их регионе/населенном пункте, а тем более – в стране в целом, складывается под влиянием целого ряда факторов. К их числу следует отнести, во-первых, степень успешности в жизни. Так, 88% среди тех, кому удалось повысить за годы реформ свой жизненный уровень, полагают, что отношение к малому бизнесу в их населенном пункте положительное или «скорее, положительное» (78% из них распространяют такую же оценку на население России в целом), тогда как среди тех, кто утратил надежду когда-либо приспособиться к переменам, лишь 55% оценивают отношение к малому бизнесу как положительное или «скорее, положительное» в их населенном пункте (53% придерживаются такой же оценки в отношении страны в целом).

Если разложить понятие успешности на ряд более детальных характеристик, то складывается следующая картина. Положительную или «скорее, положительную» оценку отношения к малому бизнесу в своем регионе заметно чаще дают:

- 77% повысивших свой статус в обществе;
- 78% тех, кто сегодня имеет хорошие возможности реализовать себя в профессии;
- 79% позитивно оценивающих общую ситуацию в собственном регионе;
- 80% имеющих хорошую возможность получения необходимых образования и знаний в целом;
- 82% тех, чья жизнь, по самооценке, складывается хорошо.

Отрицательно или «скорее, отрицательно» характеризуют отношение к малому бизнесу в своем регионе:

- 20% тех, кто не имеет достаточных возможностей получить требуемые образование и знания в целом;
- 22% тех, кто ощущает невозможность реализовать себя в профессии;
- 24% респондентов, расценивающих общую ситуацию в своем регионе как плохую;
- почти 30% негативно оценивающих то, как складывается их собственная жизнь;
- 30% тех, кто считает, что утратил свой статус в обществе.

Примерно аналогичным образом выглядит и зависимость оценок респондентами отношения к малому предпринимательству в России в целом – и здесь проекция собственной успешности/неуспешности корректирующим образом воздействует на их оценки. Важно, однако, обратить внимание на другое: при всех колебаниях вокруг средних значений ни в одной группе населения – по социально-профессиональным, возрастным, социально-психологическим или материальным признакам – уровень общественной поддержки малого предпринимательства не снижается ниже 52–60%. Иными словами, даже предубежденные или разочаровавшиеся *не могут отрицать в целом положительного восприятия такого явления, как малое предпринимательство, российским обществом.*

Во-вторых, важной предпосылкой успешности являются индивидуальные стратегии обеспечения материального благосостояния, которых в исследовании было выделено двенадцать. В зависимости от особенностей основной избранной респондентом стратегии оценки общественного отношения к малому бизнесу также различались: например, те, кто сделал ставку на переквалификацию с целью получения более оплачиваемой работы, склонны более позитивно оценивать отношение к малому бизнесу в собственном регионе и в России в целом; та же часть респондентов, которые отчаялись либо выживают за счет распродажи приобретенного в предыдущие годы имущества, а также залезают в долги, придерживаются менее оптимистического взгляда.

Личное отношение опрошенных к малому бизнесу различается более заметно, и это понятно: в данном вопросе респонденты не считают необходимым соотносить свою оценку с той, которая, как им кажется, господствует в обществе. Каковы основные факторы, влияющие на формирование *личного* отношения респондентов к малому бизнесу? Во-первых, это общее эмоциональное отношение к тем, кто разбогател: свыше половины тех, кто с уважением относится к разбогатевшим за последние годы людям, и почти половина тех, кто относится к ним с интересом, положительно воспринимает малый бизнес; с другой стороны, свыше четверти тех, кто презрительно относится к разбогатевшим людям, «скорее, отрицательно» воспринимает и малое предпринимательство; 16% тех, кто презирает богатых, относится к малому бизнесу «отрицательно».

Нужно отметить, что хотя различия в уровне доходов и оказывают воздействие на отношение к малому бизнесу, в целом оно достаточно сглаженное: даже в группах с доходами менее 1000 руб. в месяц на человека свыше 3/4 респондентов все же воспринимает малое

предпринимательство положительно или «скорее, положительно» (по выборке в целом – 82%). Относительно незначимым оказался и тип собственности того предприятия, на котором работает респондент в настоящее время: среди занятых индивидуальной трудовой деятельностью доля поддержки малого бизнеса составляет 80%, по остальным категориям предприятий и организаций, включая госсектор, – не менее 70%.

Более значимы возрастные различия между респондентами: свыше 90% в обеих младших возрастных группах – против всего лишь 2/3 в предпенсионном и пенсионном возрастах – имеют позитивное отношение к малому бизнесу. То же можно сказать и об образовательных различиях: если среди категории лиц с неполным средним образованием доля положительно относящихся к малому бизнесу составляет несколько менее 3/4, то среди лиц с высшим и незаконченным высшим – доходит почти до 90%.

Среди населения мегаполисов уровень положительного отношения к малому предпринимательству составляет 87%, тогда как ниже всего он на селе – 3/4 сельского населения. (В целом, однако, отметим, что исходная гипотеза была гораздо более «мрачной» в отношении толерантности сельской местности к малому бизнесу – по-видимому, и здесь за годы рыночных преобразований произошли существенные сдвиги в сознании населения.)

Особенно велики колебания в зависимости от социально-профессионального статуса: если среди разнорабочих и подсобных рабочих доля положительно воспринимающих малый бизнес составляет всего 2/3, то среди самих предпринимателей, а также самозанятых и домохозяек доля поддержки превышает 90% (приближаясь у предпринимателей к 95%).

Весьма симптоматичны различия в отношении к малому бизнесу между отдельными категориями респондентов, имеющих опыт руководящей работы: если среди тех, кто руководил в прошлом коллективами от 100 чел. и выше, доля симпатизирующих малому предпринимательству составляет около 70%, то среди прежних руководителей малых и микроколлективов – от 83 до 85%. Особенно велика доля поддерживающих малое предпринимательство среди тех бывших менеджеров, кто руководил самостоятельной производственно-хозяйственной единицей (95%).

Динамика отношения к малому бизнесу в оценке респондентов

Необходимо отметить, что баланс оценок изменения отношения к малому предпринимательству в целом позитивный [см. табл. 3].

Таблица 3. Изменилось ли отношение к малому предпринимательству за последние 2–3 года, % от числа опрошенных

Отношение к малому предпринимательству	Стало лучше	Не изменилось	Стало хуже	Затрудняюсь ответить
В вашем городе, поселке, деревне	31,9	39,7	10,6	17,8
В стране в целом	29,7	37,2	9,9	23,1

Разумеется, оценка изменения отношения к малому предпринимательству в регионе проживания и обществе в целом сильно зависит от субъективного положения и настроения респондентов: те, кому удалось улучшить свои условия жизни, заметно оптимистичнее оценивают изменение психологического климата в обществе вокруг малого бизнеса, чем те, кто

потерял надежду адаптироваться к переменам; точно так же улучшение статусных позиций, хороший доступ к образованию и знаниям, возможность самореализации в профессии заметно улучшают оценку динамики общественного отношения к малому предпринимательству – равно как и хорошая общая ситуация в регионе и интегральная самооценка того, как в целом складывается жизнь респондента.

Аналогично тому, как выше была описана зависимость между оценкой общественного отношения к малому бизнесу на данный момент и реализуемыми респондентами индивидуальными жизненными стратегиями, выглядит и взаимосвязь между их ретроспективной оценкой изменения отношения к малому предпринимательству и реализуемыми ими методами повышения своего материального благосостояния: наиболее оптимистичные оценки снова были даны теми, кто активно занимается переквалификацией, а также работой по совместительству или сдает внаем недвижимость.

Отношение россиян к новым богатым

В известном смысле проверочный характер имел вопрос об отношении респондентов к тем, кто разбогател в последние годы: хотя малое предпринимательство отнюдь не является источником значительных личных состояний, тем не менее гипотеза исследования состояла в том, что личное отношение в разбогатевшим – в обществе, степень имущественного и социального расслоения которого за какие-нибудь десять – двенадцать лет достигла уровня, присущего странам так называемого развивающегося мира, – может многое прояснить в фобиях относительно малого бизнеса.

Оказалось, однако, что среди россиян не только отсутствует сколько-нибудь значимая враждебность к малому бизнесу, но и не просматривается настроений зависти или социального реванша в отношении людей, разбогатевших за последние годы [см. табл. 4]. Хотя с симпатией к людям, которые за последние годы разбогатели, относится всего лишь 6,5% опрошенных, относящихся к богатым с завистью или с презрением всего 5%, а с подозрением, неприязнью – еще около 10% населения.

Таблица 4. Как Вы лично относитесь к людям, которые разбогатели за последние годы, % от опрошенных

Не лучше и не хуже, чем к остальным	37,0
С подозрением, неприязнью	9,7
С интересом	14,7
С презрением	2,4
С уважением	15,5
С завистью	2,6
С симпатией	6,5
Затрудняюсь ответить	11,6

Значительно лучше, чем остальные группы респондентов, относятся к разбогатевшим за последние годы предприниматели и те, кто, по самооценке, смог не только приспособиться к

происходящим в стране изменениям, но и улучшить свою жизнь. Несколько лучше относятся к предпринимателям женщины, высокодоходные группы населения (свыше 3000 руб. среднемесячного душевого дохода), молодежь (18–21 и 22–26 лет, хотя среди последних – и больше всего тех, кто завидует разбогатевшим), гуманитарная интеллигенция и студенты, лица с незаконченным высшим образованием. Несколько хуже – низкодоходные группы населения (менее 1000 руб. среднедушевого дохода в месяц), старшие возраста (особенно – 51–60 лет и пенсионного возраста), военнослужащие и работники МВД, лица со средним специальным образованием. Особенно плохо относятся к разбогатевшим людям разнорабочие и лица с неполным средним образованием, а также те, кто, по собственной оценке, не приспособился к происходящим изменениям и утратил надежду к ним когда-либо приспособиться.

Интересным результатом опроса стал тот факт, что – вопреки исходной гипотезе – глубинка, т.е. райцентры и сельская местность отнюдь не дали всплеска негативных отношений к разбогатевшим людям. Что касается мегаполисов, то не оказалось неожиданным более подозрительное отношение к разбогатевшим за последние годы людям (14% против 10% по выборке в целом), зато и интерес к таким людям в обеих столицах также примерно на треть выше, чем по выборке в среднем (21% против 15%).

Население относится к разбогатевшим людям менее однозначно, чем в прежние годы. Весьма противоречивым является отношение к разбогатевшим среди ряда групп населения. Так, руководители крупных организаций (с числом подчиненных свыше 100 чел.), испытывая более высокий, чем менеджеры более низкого уровня, интерес к богатым, в то же время по всем остальным «негативным» параметрам отношения к ним демонстрируют более высокие, а по «позитивным» – более низкие значения (по-видимому, имеет место как зависть, так и более хорошее знание того, как формировалось личное богатство в последние годы). Служащие, испытывая повышенный интерес, в то же время реже ощущают симпатию и чаще – зависть к богатым. ИТР и гуманитарная интеллигенция, относясь к разбогатевшим людям более настороженно, в то же время чаще высказывают уважение к ним. Самозанятые (семейный бизнес и т.п.), чаще симпатизируя богатым, в то же время и чаще завидуют им.

Особенно противоречивую картину дает группировка по формам собственности предприятий, на которых работают респонденты. Выясняется, что хуже всего относятся к разбогатевшим в последние годы людям те, кто занят в частном секторе. Лучше относятся к ним представители госсектора (хотя здесь и несколько выше доля тех, кто относится к разбогатевшим людям с презрением), а также кооперативного сектора.

Наиболее очевидна, как и следовало ожидать, связь между оценкой своего нынешнего положения и отношением к разбогатевшим людям. 1/4 тех, у кого жизнь в целом складывается хуже, чем прежде, относятся к разбогатевшим с подозрением (то же относится почти к 1/5 тех, чей статус в обществе снизился). Между тем 1/4 тех, у кого жизнь складывается лучше, испытывает уважение к разбогатевшим (аналогично высказалась почти 1/5 тех, чей статус в обществе за последние годы вырос).

Естественно так же, что те, чей уровень жизни в течение последнего года значительно (2,6% выборки) или несколько (26% выборки) возрос, относятся к разбогатевшим более позитивно, тогда как среди тех, чей уровень жизни – на фоне относительно неплохой динамики макроэкономических показателей – значительно понизился (их оказалось 14%), отношение к разбогатевшим чаще более негативно.

Столь же понятной оказалась и связь между жизненными стратегиями респондентов и их отношением к разбогатевшим: те, кто занят по совместительству, имеет регулярные сверхурочные, занимается переквалификацией с целью найти лучшую работу, а также сдает

вняем недвижимостью, чаще испытывают положительные чувства к тем, кто преуспел. Тогда как те, кто вынужден жить в долг или получать помощь со стороны, либо торговать продуктами, выращенными на собственном участке, или вообще отчаялся что-либо предпринять для улучшения своей жизненной ситуации, гораздо чаще испытывают к ним негативные чувства.

Таким образом, в целом *общественно-психологический климат для развития малого бизнеса в России в настоящее время вполне благоприятный, и судя по всему, за последние годы он до некоторой степени улучшился*. Нет ни одной (!) социально-демографической группы населения, в которой доля лиц, относящихся к малому предпринимательству настороженно или враждебно, преобладала бы над относящимися к нему позитивно или нейтрально. Так называемую изначальную враждебность россиян к предпринимательству, включая малое, следует отнести в разряд мифов, в силу ряда причин культивируемых общественными деятелями и учеными, весьма слабо представляющими себе реальное состояние умов в нынешней России.

Предпринимательские склонности и намерение открыть собственное дело: социально-демографический анализ протопредпринимательских слоев

Как уже было указано, в ходе опроса было получено 237 анкет от респондентов, которые рассматривают возможность начать собственное дело, но по тем или иным причинам еще не сделали последний шаг в этом направлении [см. табл. 5]. Таким образом, примерно 13,5% респондентов можно рассматривать как протопредпринимательский слой в самом широком смысле этого слова – в отличие от более узкого значения, предполагающего наличие не только желания, но и соответствующих способностей и возможностей.

Таблица 5. Какое из нижеследующих высказываний справедливо в отношении Вас, % от опрошенных

	Да	Нет	Не хочу*	Не знаю	Нет ответа
Вы в настоящее время хотите <i>сами</i> начать новое дело – с использованием или без использования наемного труда	9,4	1,5	0,9	1,1	0,6
Вы в настоящее время хотите начать новое дело <i>вместе</i> с Вашим нынешним нанимателем	1,1	7,9	1,9	0,9	1,8

* В данную колонку попали, по-видимому, те, кто хочет создать новый бизнес, но не самостоятельно и не с нынешним работодателем, а с третьими лицами.

Примерно половина из них полагают, что обладают необходимыми знаниями, навыками и опытом для открытия собственного дела [см. табл. 6]. Иными словами, *подумывающих начать собственное дело – вдвое больше, нежели тех, кто уверен в том, что располагает для этого требуемым социальным и культурным капиталом*. Кроме того, еще примерно 40% желающих начать свой бизнес (5,8% от общего числа опрошенных) удерживает боязнь неуспеха.

Таблица 6. Какое из нижеследующих высказываний справедливо в отношении Вас, % от опрошенных

	Да	Нет	Не знаю	Нет ответа
Вы считаете, что обладаете необходимыми знаниями, навыками и опытом, чтобы открыть свою фирму	6,6	3,1	3,0	0,8
От открытия своего дела Вас удерживает боязнь неудачи	5,8	4,7	1,4	1,5

Каков портрет желающих создать свою собственную фирму? Среди них несколько чаще встречаются лица, принадлежащие к числу не самых высокодоходных слоев населения (от 2001 до 3000 руб. среднемесячного душевого дохода), молодежи в возрасте 18–21 года, имеющих среднее специальное образование. Это, скорее всего, в большинстве своем как раз те потенциальные предприниматели, которые не обладают на самом деле достаточными ресурсами для открытия и ведения собственного бизнеса. С другой стороны, среди желающих открыть собственный бизнес – 100% самозанятых–потенциальных предпринимателей; гораздо чаще, чем в выборке в целом, встречаются среди них руководители, имеющие опыт управления коллективом свыше 100 чел. (чаще – подразделением крупного предприятия, чем самостоятельной фирмой). Это, напротив, та группа, которая объективно имеет более благоприятные исходные условия для успешного предпринимательского старта. Примечательно, что несколько выше процент желающих стать самостоятельными предпринимателями среди селян, чем среди жителей всех типов городских поселений – по-видимому, в силу отсутствия на селе иных источников занятости.

Что касается тех, кто подумывает о создании нового предприятия совместно со своим нынешним работодателем, то среди них, напротив, больше лиц из самой высокодоходной группы (свыше 3000 руб. на душу в месяц) – по-видимому, это ключевые специалисты, реально обладающие значительным влиянием и стремящиеся конвертировать его в совладение. Среди этой категории, далее, чаще можно заметить молодежь до 21 года, с незаконченным высшим образованием, но также – и руководителей коллективов свыше 100 чел. (впрочем, чаще это – функционеры общественных организаций, чем хозяйственные руководители; по-видимому, именно поэтому они и предпочитают выступать в связке со своими нынешними работодателями). Данная форма создания нового дела несколько более популярна в областных центрах.

Но кто же, по самооценке, реально обладает знаниями, навыками, опытом, которые необходимы при создании нового бизнеса? Чаще всего это представители высокодоходной группы (свыше 3000 руб. на члена семьи в месяц), самозанятые и действующие предприниматели, обладающие опытом руководства крупными самостоятельными хозяйственными единицами, мужчины, лица с высшим образованием, причем – предпенсионного возраста. Несколько чаще это – жители села, чем представители других типов поселений.

Из интервью с Н., 27 лет, руководитель направления рекламно-маркетинговой фирмы (Санкт-Петербург): «В принципе, я мог бы отделиться, создав собственную фирму – взаимодействие с клиентами в последний год осуществлял я, так что кое-какая клиентская база сразу была бы, единственный вопрос – помещение, управленческий персонал (нужен будет свой квалифицированный бухгалтер и т.п.), да и скандала с нынешним руководством не хотелось бы».

Очевидно, что – при отсутствии действенных мер поддержки стартового предпринимательства – на относительно успешное вхождение в бизнес могут рассчитывать именно представители этой,

обладающей более высоким статусом и финансовыми возможностями, группы. В то же время шансы молодежи и представителей относительно менее доходных групп проблематичны, хотя стремление к ведению самостоятельного бизнеса у них присутствует.

Кого, наконец, удерживает от открытия собственного бизнеса боязнь неудачи? Заметно чаще – служащих и самозанятых, женщин, представителей возрастных групп 27–30 лет и 41–50 лет, со средним специальным образованием, работников приватизированных предприятий, имеющих опыт руководства малым коллективом (10–50 чел.), проживающих в районных центрах. То есть в основном это те группы, которые обладают уже достаточным жизненным опытом, но в силу своих статусно-ролевых функций и относительно незначительного социального капитала испытывают – по-видимому, обоснованное – сомнение в возможности успеха в качестве предпринимателя. Впрочем, несколько выбиваются из этой картины лица, имеющие опыт руководства малым коллективом: здесь, вероятно, причиной боязни являются какие-то прошлые неудачи в качестве руководителя, а также, возможно, отсутствие должного опыта в области финансов и решения иных вопросов – ведь менеджеры низшего и среднего звена лучше, чем лица, не имеющие такого опыта, представляют себе, с решением каких сложных вопросов сопряжена предпринимательская деятельность.

Из интервью с К., 38 лет, руководитель направления въездного туризма одной из петербургских туристических компаний: «Может, я и создала бы свое небольшое турагентство – опыт есть, технологию работы с клиентами и зарубежными партнерами я знаю. Но финансы, все эти бесконечные «решения вопросов» с проверяющими и с «крышей» – нет, увольте! А если опыт закончится неудачей, то сюда меня уже не возьмут, да и в наших кругах появятся пересуды... Нет уж, пусть все остается как есть».

Социокультурный портрет протопредпринимательских слоев

Протопредпринимательские слои, как уже говорилось выше, – достаточно гетерогенное образование. Это и люди, уже имеющие в прошлом негативный опыт занятий предпринимательской деятельностью, и те, кто совершает первые практические шаги по созданию своего бизнеса, и те, кто еще только начинает рассуждать сам с собой, способен ли он такой деятельностью заняться. Особый интерес при этом представляет, на наш взгляд, та их часть, которая имела в прошлом негативный опыт занятий бизнесом и отказалась от продолжения этих занятий. Ведь анализ причин, по которым эти люди отошли от предпринимательской деятельности, лучше поможет понять и характер проблем и отличий от действующих предпринимателей протопредпринимательских слоев в целом.

Число тех, кто начинал заниматься бизнесом, но потерпел при этом фиаско, в массиве оказалось достаточно большим – 7,1% (124 человека¹⁴). Причем неудачный опыт занятий предпринимательством в равной степени был распространен и среди протопредпринимателей, и среди действующих предпринимателей – 30,8% предпринимателей и 33,0% протопредпринимателей имели в прошлом негативный опыт занятий предпринимательской деятельностью.

¹⁴ Учитывая ограниченность подвыборки тех, кто имел в прошлом неудачный опыт предпринимательской деятельности, все приводимые далее цифры имеют сугубо справочный характер. В то же время, учитывая, что показатели, связанные с этой подгруппой, различались не на проценты, а в разы, что снимало вопрос о возможных статистических погрешностях, мы сочли целесообразным привести их в данной работе.

Но вот после краха начинаний реакции были различны. 29,8% всех, кто пережил крах своих начинаний, рискнули начать все сначала, а 70,2% либо совсем отказались от своих намерений, либо отложили их до лучших времен. При этом многие, перешедшие из разряда действующих предпринимателей в протопредпринимательские слои, серьезно от этого пострадали. Во всяком случае, каждый седьмой среди них указал, что крах собственного бизнеса стал причиной снижения жизненного уровня его семьи.

В чем же были причины этого краха? Сразу отметим – как правило, отнюдь не в личностных качествах этих людей. Лишь 13,8% тех, кто не стал снова пытаться начать свой бизнес, убедились, что быть предпринимателем – «это не для меня». Большинству из них (51,7%) просто не хватило финансовых средств на раскрутку бизнеса. *Именно объем доступных финансовых средств и оказался водоразделом между теми, кто не стал пытаться начать собственный бизнес снова, и теми, кто успешно начал его вновь после первых неудач*, – среди успешно действующих предпринимателей, имевших, однако, в прошлом неудачный опыт начала собственной предпринимательской деятельности, на нехватку финансовых средств как причину прошлого краха указали всего 15,9%.

Заметно меньшим был у «неудачников» и объем находившихся в их распоряжении *социальных ресурсов* – 29,9% среди них отметили, что среди главных причин краха их начинаний было отсутствие нужных связей в органах власти (при 6,2% у тех, кто успешно преодолел первые неудачи). Соответственно, меньший объем социальных ресурсов обеспечивал и меньшую защищенность их от «государственного рэкета» – 25,3% тех, кто после первых неудач оставили свои попытки заниматься бизнесом, жаловались на давление проверяющих и контролирующих органов (пожарной инспекции, СЭС и т.п.) как причину своих проблем. Аналогичный показатель среди тех, кто все-таки сумел стать предпринимателем, составлял всего 8,8%.

Меньшим был у них и такой важный показатель человеческого капитала, как объем необходимых для ведения бизнеса *знаний*: 13,8% (при 3,5% у действующих предпринимателей) отметили в качестве главных причин прошлых неудач недостаток специальных знаний в области управления предприятием, управления персоналом, маркетинга, финансового планирования. Возможно, именно этим объяснялась и большая распространенность среди несостоявшихся предпринимателей такой причины краха их бизнеса, как отсутствие либо непродуманность плана развития собственного бизнеса на перспективу (13,9% при 2,7% у действующих предпринимателей, имевших в прошлом неудачный опыт начала собственного бизнеса). Учитывая, что соотношение тех, кто не имел в прошлом опыта руководства коллективом, составляло среди предпринимателей – протопредпринимателей – остального населения соответственно 30,8% – 54,4% – 66,6%, это неудивительно.

Мы остановились так подробно на этом вопросе, чтобы показать, что *необходимая инфраструктура в предоставлении финансовых ресурсов начинающим предпринимателям и профессиональное обучение и бизнес-консультирование, с одной стороны, и ослабление «государственного рэкета» – с другой, могли бы значительно расширить социальную базу предпринимательства в России за счет повышения квоты успешных старт-апов.*

Пока же роль *основных структур поддержки развития малого бизнеса, по сути, выполняют социальные сети.* Именно от своего ближайшего окружения начинающий предприниматель получает и соответствующий импульс к занятиям бизнесом, и необходимые ресурсы, и требующиеся знания и связи. Не останавливаясь на тех аспектах этой проблемы, которые будут освещены в других разделах данной работы, отметим лишь определенные особенности протопредпринимательских и предпринимательских слоев, которые непосредственно связаны с их образом жизни и спецификой социальных контактов. Так, в отличие от остального

населения, где соответствующий показатель составлял всего 10,0%, 16,1% протопредпринимателей получали помощь в трудоустройстве и поиске дополнительной работы.

Более того, при 17,9% среди непредпринимательских слоев населения, у протопредпринимательских слоев 32,6% имели предпринимателей в числе ближайших родственников. То же относится и к остальным составляющих их повседневного круга общения [см. табл. 7].

Таблица 7. Наличие предпринимателей в ближайшем окружении различных групп респондентов, %

	Непредпринимательские слои населения	Прото-предприниматели	Действующие предприниматели	По массиву в целом
Среди ближайших родственников	17,9	32,6	47,5	22,1
В числе дальних родственников	21,4	34,9	44,2	25,0
Среди друзей	34,3	64,4	82,5	42,1
В числе знакомых	61,1	83,1	88,3	66,2

Наконец, если посмотреть, насколько плотно распределялись знакомства с предпринимателями по различным слоям населения, то обнаружится, что *протопредприниматели и предприниматели – по сути дела, люди из одного и того же или близких социальных слоев*. Во всяком случае, в обеих группах доля тех, кто вообще не имел предпринимателей в числе знакомых, составляла лишь 6,1% и 6,7% соответственно. Между тем, если говорить об остальной части населения, знакомых предпринимателей не было примерно у трети опрошенных. Более того, если рассмотреть реальный социальный капитал, т.е. наличие предпринимателей среди ближайших родственников и друзей, а не вообще всех знакомых, то окажется, что в протопредпринимательских слоях они имелись у 71,6%, у предпринимателей – в 86,7% случаев, а у остального населения – только в 41,6% случаев.

Таким образом, протопредпринимательские слои – это, в первую очередь, люди, на личном опыте и опыте своих ближайших знакомых сформировавшие вполне реальные представления о том, что эта деятельность собой представляет. Можно сказать, что есть определенная социальная среда, включающая в себя как предпринимателей, так и протопредпринимателей, социально-демографические характеристики которой были описаны в предыдущем разделе. *Именно эта среда и генерирует людей, склонных к реальным занятиям предпринимательством, и то, насколько успешны оказываются эти занятия, зависит не только от самого человека, но и от ресурсов его ближайшего окружения.* (Отсутствие инфраструктуры и соответствующих механизмов облегчения предпринимательского старта лицам из других страт российского общества делает этот слой относительно изолированным.)

Причем среда эта состоит из людей, в целом *более благополучных в материальном отношении* (достаточно сказать, что доход менее региональной медианы имело около трети в этой группе и почти половина остального населения) и *гораздо лучше адаптировавшихся к новым условиям, чем остальное население*. 42,9% представителей протопредпринимателей отметили, что им удалось приспособиться к жизни в условиях рынка, и только 4,6% отметили, что не удалось и вряд ли когда-нибудь удастся [см. табл. 8].

Таблица 8. Степень адаптированности к жизни в условиях рынка представителей различных групп респондентов, %

	Непредпри- нимательские слои населения	Прото- предпри- ниматели	Действующие предпри- ниматели	По массиву в целом
Да, нам удалось не только приспособиться, но и улучшить условия своей жизни	5,9	8,4	25,0	7,6
В целом удалось приспособиться, хотя жизнь в этих условиях требует чрезмерных усилий (в ущерб здоровью, семье и т.п.)	25,8	34,5	44,2	28,4
Частично удалось, частично нет	35,2	34,5	26,7	34,5
Приспособиться не удалось, но надежды на улучшение жизни сохраняются	15,1	16,9	1,7	14,5
Не удалось приспособиться и вряд ли когда-нибудь удастся	13,8	4,6	0,8	11,6
Затрудняюсь ответить	4,1	1,1	1,7	3,5

Для протопредпринимателей, по их самооценкам, адаптация к новым условиям означала рост нагрузок в ущерб многим другим интересам. Как показал анализ используемых протопредпринимателями стратегий выживания, это суждение имело под собой все основания и связано было прежде всего с увеличением нагрузок, приносящих реальный денежный доход [см. табл. 9].

Как видно из приведенных цифр, протопредприниматели реализовывали очень разнообразные и активные стратегии выживания. Это проявлялось не только в том, что среди них в 2,5 раза меньше тех, кто ничего не предпринимал, считая, что ничего не может сделать для улучшения своего положения, чем среди непредпринимательских слоев населения, но и в том, что общее число вариантов ответа на вопрос: «Каким образом Вы или члены Вашей семьи пытаетесь изменить свое материальное положение в лучшую сторону?» среди них было больше, чем среди остальных опрошенных.

При этом среди протопредпринимателей в два раза чаще, чем среди непредпринимательских слоев, встречались указания на переквалификацию для последующей смены работы, в полтора раза чаще – на работу по совместительству в нескольких местах на постоянной основе. Если учесть, что при этом более трети (33,7%) в группе протопредпринимателей работали по совместительству или сверхурочно по основному месту работы, то оказывается, что даже с учетом тех, кто использовал оба эти вида совместительства, *более половины группы протопредпринимателей имели постоянное совместительство в различных формах*. Более половины из них использовали также любую возможность разовых и временных приработков (это был вообще самый распространенный среди них вид получения дополнительных доходов).

Таблица 9. Какие действия предпринимают представители различных групп респондентов, чтобы изменить свое материальное положение в лучшую сторону, %

	Непредпринимательские слои населения	Протопредприниматели	Действующие предприниматели	По массиву в целом
Работа по совместительству в нескольких местах на постоянной основе	16,7	24,9	12,5	17,7
Сверхурочная работа или совместительство по основному месту работы	29,2	33,7	25,0	29,6
Обеспечиваем себя сами некоторыми продуктами питания	52,3	41,4	25,8	48,8
Переквалифицируемся, чтобы сменить работу	10,0	19,9	11,7	11,6
Используем любую возможность разовых и временных приработков	40,6	50,6	25,8	41,1
Торгуем продуктами, выращенными у себя на участке	9,1	10,0	7,5	9,1
Сдаем внаем жилье, гараж, дачу, автомобиль и т.п. и/или используем проценты от сбережений	3,1	8,4	5,0	4,0
Вынуждены занимать деньги	16,0	16,9	12,5	15,9
Распродаем кое-что из накопленного имущества	2,0	2,7	2,5	2,2
Получаем помощь со стороны	12,1	14,2	7,5	12,1
Ничего не предпринимаем, так как ничего не можем сделать для улучшения своего положения	8,5	3,8	2,5	7,4
Ничего не предпринимаем, так как это не нужно	4,4	3,8	20,0	5,4
Другое	1,6	6,5	15,0	3,2

Таким образом, адаптация к новой жизни действительно требовала от этой группы огромных усилий и постоянной, очень активной деятельности. Но судя по всему, сама по себе работа их не пугала, а социально-профессиональная мобильность (каждый пятый, переквалифицировавшийся для смены работы – вообще очень высокий показатель) свидетельствует об очень высокой гибкости и адаптивности этой страты российского общества.

В то же время столь активная и разносторонняя деятельность представителей группы протопредпринимателей отнюдь не означала достижение ими очень высоких жизненных стандартов. Скорее, благодаря такой гибкости и предприимчивости им удалось лишь поддержать определенный стандарт среднеобеспеченности, что в ином случае было бы невозможно. Не случайно у 2/3 представителей протопредпринимательских слоев доходы по итогам предыдущего года не изменились или даже понизились, и лишь примерно у 1/3 повысились, в том числе всего у 1,5% – значительно повысились. А ведь при этом около трети группы, как уже говорилось выше, имели доходы ниже медианных для своего региона, и только 21,7% имели среднемесячные душевые доходы в домохозяйстве выше двух региональных медиан. Однако эти показатели отражали все же принадлежность к более благополучной в материальном отношении среде, так как у непредпринимательских слоев населения доходы ниже медианных имели 46,3 %, а выше – только 11,3 %.

Но почему же одни представители этой относительно благополучной среды тяготели к занятиям предпринимательством, а другие нет? Чтобы ответить на этот вопрос, необходимо рассмотреть специфику ценностных ориентаций протопредпринимательского слоя.

В первую очередь при этом необходимо отметить, что *протопредпринимательские слои по своим ценностным ориентациям были гораздо ближе к действующим предпринимателям, чем к остальному населению* [см. табл. 10].

Первое, что сразу же бросается в глаза при анализе полученных данных, – это *нонконформизм как предпринимателей, так и протопредпринимателей, резко отличающий их от остальной части населения, а также их ориентация на инновационный тип поведения*. Свыше 70% предпринимателей и 60% протопредпринимателей считали, что выделяться среди других и быть яркой индивидуальностью лучше, чем жить как все. В то же время среди остального населения большинство предпочло альтернативное суждение – «Жить как все лучше, чем выделяться среди других».

Аналогичная картина складывалась и в отношении оценки традиционного и инновационного стиля жизни. 80,0% предпринимателей и 62,8% протопредпринимателей полагали, что «главное – это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, готовность к риску оказаться в меньшинстве». В то же время большая часть остального населения считала, что «главное – это уважение к сложившимся традициям, обычаям, следование привычному, принятому большинством».

Что касается остальных ценностных ориентаций, то по ним и протопредприниматели, и предприниматели не отличались качественно от остального населения. Можно выделить лишь чуть большую ценность власти в их глазах, меньшую склонность приветствовать стабильность окружающего мира и меньшую распространенность уравнилельных настроений. Кроме того, для них выше ценность свободы и ниже – материального благополучия, чем для непредпринимательских слоев населения. При этом свобода в большей степени означала для них личную свободу, независимость, нежели определенный набор политических прав и свобод, чем для непредпринимательских слоев.

Неудивительно, что, оценивая последствия десяти лет российских реформ для общества, представители протопредпринимательских слоев населения чаще, чем непредпринимательские слои, выделяли возможность зарабатывать без ограничений (соответственно 29,1% и 24,0%), свободу слова и мысли (26,4% и 22,6%), сближение российского образа жизни с образом жизни развитых стран (21,8% и 16,2%), большие возможности для самовыражения и личной карьеры (16,9% и 12,7%). Они чаще отмечали, что жизнь стала ярче, интереснее (10,3% и 6,8%). При этом тех, кто не видел вообще никаких приобретений для общества за десятилетие российских реформ, оказалось в группе протопредпринимателей практически вдвое меньше, чем среди непредпринимательских слоев (4,6% и 7,5%).

Таблица 10. Ценностные ориентации различных групп респондентов, %¹⁵

	Непредпри- нимательские слои населения	Прото- предпри- ниматели	Действующие предпри- ниматели	По массиву в целом
В своей жизни человек должен стремиться к тому, чтобы у него была спокойная совесть и душевная гармония	92,2	86,2	83,3	90,7
В своей жизни человек должен стремиться к тому, чтобы у него был доступ к власти, возможность оказывать влияние на других	7,3	13,0	16,7	8,8
Только на интересную работу можно потратить значительную часть жизни	50,8	54,4	57,5	51,8
Главное в работе – это сколько за нее платят	47,7	44,8	42,5	47,0
Выделяться среди других и быть яркой индивидуальностью лучше, чем жить, как все	43,3	60,2	71,7	47,7
Жить как все лучше, чем выделяться среди других	53,8	37,5	26,7	49,5
Жить в непрерывно меняющемся обществе трудно, но все-таки интересно	58,8	73,2	70,0	61,7
Все перемены к худшему, поэтому я хотел(а) бы, чтобы мир вокруг меня оставался таким же, каким я привык(ла) его видеть	39,1	25,7	28,3	36,3
Если авторитетные политики призовут меня во имя спасения страны пожертвовать личным благосостоянием – я готов(а) на это пойти	24,4	25,7	16,7	24,0
Я не готов(а) жертвовать личным благополучием даже ради спасения страны	72,2	70,1	80,8	72,5
Равенство возможностей для проявления способностей каждого важнее, чем равенство положения, доходов и условий жизни	62,2	70,5	75,0	64,4
Равенство доходов, положения, условий жизни важнее, чем равенство возможностей	33,4	26,1	22,5	31,5
Главное – уважение к сложившимся традициям, обычаям, следование привычному, принятому большинством	50,9	34,5	19,2	46,3
Главное – инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, готовность к риску оказаться в меньшинстве	46,4	62,8	80,0	51,1
Свобода – то, без чего жизнь теряет смысл	55,5	64,4	59,2	57,1
Главное – материальное благополучие, а свобода второстепенна	42,5	33,3	39,2	40,9
Свобода человека реализуется в его политических правах и свободах	21,0	18,4	15,8	20,3
Свобода – возможность быть самому себе хозяином	77,4	80,1	82,5	78,2

¹⁵ Вопрос задавался в форме пар альтернативных суждений. В таблице не представлена группа затруднившихся с ответом, число которых колебалось по различным парам от 0,5% до 4,1%.

Еще ярче проявились некоторые особенности восприятия протопредпринимателями происходящего в последние годы в России при оценке последствий реформ для себя лично, а не для общества в целом [см. табл. 11].

Таблица 11. Оценка положительных результатов российских реформ лично для себя различными группами респондентов, %

	Непредпринимательские слои населения	Протопредприниматели	Действующие предприниматели	По массиву в целом
Возможность зарабатывать без ограничений	28,0	42,1	54,2	31,9
Насыщение рынка товарами	49,9	43,7	33,3	47,9
Свобода выезда за рубеж	13,6	30,3	25,0	16,9
Прекращение гонений за веру, усиление роли церкви в обществе	9,8	7,7	7,5	9,3
Отказ от дорогостоящих военно-политических программ	1,2	1,1	0,8	1,1
Сближение российского образа жизни с образом жизни развитых стран	7,1	8,0	11,7	7,5
Жизнь стала ярче, интереснее	17,8	18,4	24,2	18,3
Укрепление частной собственности	12,3	16,1	25,0	13,7
Многopартийность, свободные выборы	4,2	3,1	1,7	3,9
Свобода слова и мысли	17,3	11,9	10,8	16,1
Бóльшие возможности для самовыражения и личной карьеры	18,8	29,1	39,2	21,7
Не вижу никаких приобретений	18,9	11,9	7,5	17,0

Как видно из приведенных данных, представители протопредпринимательских слоев заметно выше, чем остальное население (42,1% против 28,0%), оценивали как «плюс» реформ для себя лично возможность зарабатывать без ограничений. Гораздо большая доля их видела в числе таких «плюсов» большие возможности для самовыражения и карьеры (соответственно 29,1% и 18,8%). Зато в полтора раза ниже среди протопредпринимателей была доля тех, кто не видел никаких приобретений лично для себя от проводившихся в России реформ (11,9% против 18,9%).

С другой стороны, анализ взглядов протопредпринимательских слоев на негативные последствия реформ как для общества, так и для себя лично, показал очень высокую степень близости их взглядов по всем вопросам позиции непредпринимательских слоев населения.

Мотивационные модели протопредпринимателей

Среди потенциальных предпринимателей присутствуют носители разных мотивационных моделей [см. табл. 12], которые зачастую переплетаются, образуя сложные мотивационные кластеры. Для простоты, однако, выделим несколько предельных случаев. Таковых, на наш взгляд, всего три.

Таблица 12. Вы будете создавать это предприятие, потому что хотите стать предпринимателем, или потому что у Вас нет лучшего выбора места работы?

	% от выборки (N = 1756)	% от числа потенциальных предпринимателей (N = 237)
1 – хочу стать предпринимателем	3,5	25,7
2 – нет другого места работы	0,7	5,1
3 – имею работу, но ищу лучших условий	5,6	41,8
4 – комбинация всех вышеуказанных причин	1,9	14,3
5 – иные причины	0,7	5,1
6 – не знаю	0,6	4,6
7 – нет ответа	0,5	3,4

Одни рассматривают возможность открытия собственного дела исходя из реалистической оценки собственных возможностей (причем не только личных, но и материально-финансовых), другие – в силу юношеской самонадеянности и стремления к быстрому социальному успеху, третьи – от безвыходности. Назовем эти три группы для простоты «прагматиками», «романтиками» и «предпринимателями поневоле». Попытаемся условно оценить размеры каждой из этих страт и рассмотрим побудительные мотивы, которыми может быть объяснено их стремление стать предпринимателями.

Во-первых, «прагматиков» – явно больше. Об этом свидетельствует тот факт, что среди протопредпринимателей 105 чел. (44,3%) ответили, что за годы реформ их семье удалось улучшить свои условия жизни или по крайней мере адаптироваться, тогда как доля дезадаптантов, составляющих 49 чел., т.е. 20,7% (правда, жизненный уровень семьи понизился у 65 чел., но, по-видимому, на фоне более глубокого снижения жизненного уровня ближайшего окружения сам по себе данный факт как социальная неудача респондентами не рассматривается). Остальных нельзя отнести ни к выигравшим, ни к проигравшим от реформ, так что их мотивация к занятиям предпринимательской деятельностью не может быть объяснена стремлением закрепить успех или желанием отыграть социальный проигрыш. По-видимому, в этом сегменте наиболее типичной является именно фигура «романтика» (еще примерно 35%).

В целом, среди стремящихся открыть собственный бизнес значительно чаще встречаются лица, которых полностью удовлетворяет их нынешняя оплата труда, уровень жизни которых за последний год несколько повысился или остался прежним, которые этим частично удовлетворены, равно как и режимом труда, содержанием работы и возможностью реализации своих профессиональных знаний и опыта. Зато их, как правило, полностью не удовлетворяют имеющиеся у них возможности профессионального и служебного роста и реализации собственных идей, а также невозможность быть независимыми. По-видимому, все указанные мотивы можно рассматривать как проявление здорового прагматизма: люди считают, что обладают более высоким потенциалом, который не может быть раскрыт в рамках их нынешней социальной позиции, и имеют вполне рациональные основания ожидать, что смогут добиться успеха именно как предприниматели.

Из интервью с П., 25 лет, сотрудник страховой компании, Подмосковье: «Знаете, у меня достаточно хорошее образование, да и опыт работы в бизнесе еще со студенческих времен. И вот я как-то подумал тут: ну, что я «высижу» в своей компании? Вы не подумайте – у нас приличная динамика роста за последние годы, несмотря на в целом не очень хорошую ситуацию на страховом рынке, так что какие-то перспективы карьерного роста есть. Но мне кажется, у меня имеются некоторые задумки, которые я мог бы лучше реализовать сам, так что думаю вот о том, чтобы податься куда-нибудь в глубинку, чтобы начать работать с нуля, создать

свою команду – сначала под крышей одного из крупных страховых компаний всероссийского масштаба, а там видно будет... Нет, я понимаю умом, что перспектив у маленькой региональной страховой компании никакой, но хочется проверить себя и прийти – если уже придется – назад уже не на одну, а на много ступенек выше».

С другой стороны, потенциальные «предприниматели поневоле», составляющие примерно 1/5 часть протопредпринимательского потенциала¹⁶, руководствуются совсем иными мотивами: в бизнесе они видят главным образом возможность выйти из сложного материального положения. О том, что оно является непростым, свидетельствует тот факт, что 25,4% подумывающих о собственном предприятии рассматривают свое материальное положение как плохое (конечно, речь ни идет о прямой нужде – главным образом, имеются в виду стесненные жилищные условия, возможность проведения досуга и отдыха). Кроме того, влияет на стремление стать предпринимателем и наличие в семье нетрудоспособных членов, что в нынешней российской действительности в большинстве случаев выталкивает семью из числа среднеобеспеченных: не случайно среди желающих открыть свою фирму или создать бизнес вместе с нынешним нанимателем часто встречаются лица, в семье которых есть безработные, тяжелобольные люди или инвалиды.

Из интервью с О., 41 год, инженер-технолог, Подмосковь: «Вы знаете, конечно, ситуация на нашем заводе теперь гораздо лучше, чем 3–5 лет назад – какие-то заказы появились, зарплату вовремя выплачивают. Но я не могу на эти деньги прокормить семью: сын только поступил и ему еще долго учиться в институте. У жены зарплата мизерная – она работает учительницей в школе. Поэтому думаю вернуться в челноки – может, немного заработаю, а там открою небольшую автомастерскую... Конечно, это совсем не то, о чем я когда-то мечтал, идя на свой завод – ведь мы выпускали уникальное оборудование, и делать его было интересно, но выхода я не вижу. Ведь еще через несколько лет пора будет думать уже о пенсии, а не о зарботке».

Труднее всего идентифицировать «романтиков». Несомненно, их главной отличительной чертой является отсутствие социального опыта, сочетающееся с идеализированным представлением о бизнесе как пути к быстрому успеху и благополучию (характерно для молодежи до 21 года, составляющей 11% желающих обзавестись собственным делом), но не только это. Элементы романтизма проявляются и в том – широко распространенном среди примерно 1/3 протопредпринимателей – убеждении, что через год они и их семья в финансовом отношении будут жить лучше. Примечательно, что те, кого от предпринимательского старта удерживает боязнь неудачи, настроены менее оптимистично: лишь 18,5% из них рассчитывают на улучшение финансового положения через год.

Г., 21 год, студент, Москва: «Я сейчас заканчиваю институт, но уже во время учебы – еще в 3-го курса – стал подрабатывать в рекламном бизнесе и понял, что с профессионализмом там в некоторых моментах слабовато. Я, например, гораздо лучше выполняю дизайн-проекты, чем их штатный веб-дизайнер, но ведь и его продукция пользуется спросом. И вот я подумал: куплю себе приличное оборудование, сделаю себе хороший сайт (сейчас тоже есть, но слабоват), займусь поиском и привлечением клиентов... Думаю, через год-другой сложится своя клиентура – не пропаду. А главное – никому не нужно будет кланяться, ни с кем ничего не придется согласовывать, только с клиентами. Но они иногда – такие лохи».

¹⁶ Мы не можем в полной мере согласиться с портретом «предпринимателей поневоле», который дает руководитель международного проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» Пол Рейнольдс, утверждающий, что это «отчаявшиеся молодые люди в развивающихся странах», которым от 18 до 24 лет, а также что в России бизнес поневоле начинают крайне редко [см. Бизнесмены поневоле // Ведомости, 2002. 17 июня. № 101].

Насколько оправданы финансовые ожидания, подкрепляются ли они текущими материальными успехами? Об этом можно косвенно судить по тем реализованным (и оставшимся не реализованными) планам на 2001 г., которые имелись у опрошенных протопредпринимателей – в сравнении с аналогичными данными по выборке в целом [см. табл. 13].

Таблица 13. Что удалось и что не удалось реализовать в 2001 г. опрошенным?

В 2001 г.	Думают об открытии собственного бизнеса*			Выборка в целом**		
	Удалось реализовать	Не удалось реализовать	Не предполагалось	Удалось реализовать	Не удалось реализовать	Не предполагалось
Улучшить жилищные условия	17,0	34,5	48,5	10,5	31,8	57,6
Купить автомобиль	9,0	28,5	62,5	6,7	17,4	75,9
Повысить зарплаты и ежемесячный доход	44,0	49,1	6,9	33,4	52,4	14,2
Дать образование детям	24,8	13,9	61,3	22,5	15,5	62,1
Приобрести дачный участок	4,0	7,9	88,1	3,2	7,3	89,4

* % от данной группы респондентов;

** % от выборки в целом.

По-видимому, благодаря более успешному решению вопроса о повышении ежемесячного дохода протопредпринимательская страта обладает несколько большими материально-финансовыми возможностями, что проявляется в более активном улучшении своих жилищных условий, приобретении автомобилей. С другой стороны, в том, что касается образования для детей или приобретения дачных участков (и то, и другое – достаточно дорогостоящие статьи расходов), различий между ними и остальным населением практически не просматривается.

Однако на решение заняться бизнесом или воздержаться от этого влияют не только материальные предпосылки и мотивация, но также и *ожидания* потенциальных предпринимателей. В общем, они весьма сдержанные [см. табл. 14, 15]. При этом совершенно очевидно, что боязнь неуспеха во многом связана именно с выраженной негативно-неопределенной оценкой возможностей для развития бизнеса в своей регионе и в стране в целом со стороны соответствующей части респондентов.

Таблица 14. По Вашему мнению, в следующие 6 месяцев в том населенном пункте, где Вы живете, будут хорошие условия для открытия своей фирмы, % от численности соответствующей группы респондентов

	Да	Нет	Затруднились ответить
Хотят открыть собственный бизнес	18,8	30,3	50,9
Хотят открыть бизнес с нынешним нанимателем	15,8	31,6	52,6
Считают, что располагают необходимыми знаниями, навыками и опытом, чтобы открыть свою фирму	19,0	32,8	48,2
От открытия своего дела удерживает боязнь неудачи	9,8	32,4	57,8

Отметим также, что намерение создать бизнес со своим нынешним работодателем отчасти свидетельствует о неуверенности, но является такой формой ее проявления, при которой потенциальный предприниматель не отказывается от своего замысла, а лишь стремится значительную часть рисков переложить на более опытного «старшего» партнера.

Таблица 15. Как Вы считаете, через год условия для развития предпринимательства в стране будут..., % от численности соответствующей группы респондентов

	Лучше	Такие же, как сейчас	Хуже, чем сейчас	Затруднились ответить
Хотят открыть собственный бизнес	15,2	39,4	6,7	38,7
Хотят открыть бизнес с нынешним нанимателем	5,3	36,8	10,5	47,4
Считают, что располагают необходимыми знаниями, навыками и опытом, чтобы открыть свою фирму	18,1	39,7	8,6	33,6
От открытия своего дела удерживает боязнь неудачи	12,7	38,2	6,9	42,2

Окончание в следующем номере.

Силовое предпринимательство

Глава 8

ФОРМИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВА КАК ИСТОРИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС

Волков Вадим Викторович

ГУ–ВШЭ, Европейский университет в Санкт-Петербурге

E-mail: volkov@eu.spb.ru

Формирование государств является одним из основных предметов исторической социологии. Наиболее интенсивно процесс формирования государств в Европе проходил в XV–XVII вв. К XIX в. европейское государство приобрело свою современную форму, которая и послужила основанием для известного идеально-типического социологического определения государства, данного Максом Вебером: «монополия легитимного физического насилия»¹. Возможность конструирования идеального типа означала, что в исторической действительности формирование государства в основном завершилось и что вся последующая политика и, соответственно, ее анализ будут осуществляться уже в рамках этой новой формы социальной организации. На смену длительной и жестокой политике, суть которой – борьба организации, называвшейся государством, за установление суверенитета в пределах определенной территории за счет достижения монополии на насилие, судопроизводство и налогообложение, пришла политика другого типа, которая уже не затрагивала эти ключевые монополии, а опиралась на них. То, что когда-то являлось целью политики, стало ее основным инструментом. После того как государство состоялось в качестве организующей формы, позволявшей контролировать применение силы, распределять ресурсы и осуществлять эффективное управление, борьба шла уже за достижение контроля над этими основополагающими возможностями. Таким образом, необходимо с самого начала четко различать политику суверенитета, результатом которой явилось формирование государства, и политику в обычном понимании, целью которой является контроль над государственным аппаратом. Говорить об обычной политике имеет смысл только после того, как аппарат государства достигнет определенного уровня административных возможностей. Политика формирования государства связана с условиями возможности политики в обыденном понимании. Аналогичное соотношение присутствует и в познании обоих явлений. Рассмотрение политики как конкурентной борьбы между различными группами или партиями за контроль над государством (прежде всего над аппаратом исполнительной власти) с необходимостью полагает существование государства и соответствующих административных возможностей, тогда как анализ формирования государства по определению не может полагать государство в качестве отправной точки. Поэтому политика формирования государства попадает, как правило, в область исторического познания, в то время как обычная политика рассматривается в контексте настоящего, как текущая или современная политика, вне исторической размерности.

¹ Вебер М. Политика как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 645.

Одним из ярких исключений из этой тенденции является исследование бартерной экономики и роли денег в постсоветской России, выполненное американским социологом Дэвидом Вудраффом. Автор решительно отходит от общепринятого понимания политики как борьбы различных групп за доступ к денежно-кредитным рычагам управления хозяйством и предлагает рассматривать российскую политику 1990-х гг. как борьбу за установление единого средства платежа, т.е. за то, чтобы создать один из таких рычагов управления, а вместе с ним – и одно из ключевых условий государственности как таковой. В большинстве исследований постсоветского периода внимание ученых сосредоточено на успехах и неудачах политики рыночных реформ, проводимой российским правительством. По мнению Вудраффа, говорить о такой политике значит ошибочно полагать, «что данное правительство уже имеет в своем распоряжении инструменты господства – в том числе, контроль над денежными средствами – которые поддерживают рыночную экономику в масштабе страны»². Он проводит различие между политикой денежной консолидации, включающей в себя борьбу между различными группами за то, что считать средством платежа, и политикой распределения наличных денег, т.е. борьбой за то, кто сколько получит из «кассы» (т.е. казны). Первый тип политики очевидно относится к процессу формирования государства, второй – связан с политикой в обычном понимании. По мнению автора, преобладание бартерной экономики, которая в середине 1990-х годов разделила экономическое пространство России на множество закрытых и непрозрачных для правительства систем обмена и таким образом подорвала государственную монополию на средства платежа, дает основания отказаться от господствующей метафоры «рыночных реформ». Вместо этого при исследовании российской политики более уместна аналогия с меркантилистским периодом становления капитализма, когда формирующиеся европейские государства стремились ввести единые средства платежа на подконтрольных им территориях, тем самым создавая национальные рынки. Не настаивая на явном сходстве в исторических периодах, Вудрафф, тем не менее, демонстрирует, как можно продуктивно использовать историю для анализа современной политики. История (в данном случае история формирования государств и рынков) образует фоновое знание, которое помогает выявить структурные параллели и задает общее направление исследованию, не образуя при этом его содержания.

Исторические параллели условны, однако они дают возможность установить критическую дистанцию, которая так необходима в социологическом исследовании. Они важны эпистемологически, поскольку позволяют нам иначе взглянуть на реальность, увидеть ее совсем не такой, какой она навязывается нам господствующим и принимаемым на веру дискурсом сегодняшнего дня. Джоэл Мигдал, занимавшийся исследованием государств в третьем мире, заметил, что мы ошибочно воспринимаем государство как часть привычного ландшафта: «То, что кажется нам неотъемлемой частью существующего миропорядка и воспринимается нами так же естественно, как окружающие нас реки и горы, на самом деле является творением короткого промежутка человеческой истории»³. Историческая ретроспектива особенно полезна, для того чтобы преодолеть восприятие государства как некоторого независимого от нас объекта. Изучение истории формирования государства также помогает отойти от статичного сущностного понимания государства и увидеть, что оно есть не более чем набор определенных действий или практик.

² Woodruff, David. *Money Unmade: Barter and the Fate of Russian Capitalism*. Ithaca: Cornell University Press, 1999. P. 7.

³ Migdal, Joel. *Strong Societies and Weak States: State-Society Relations and State Capabilities in the Third World*. Princeton: Princeton University Press, 1988. P. 16.

В данной главе мы представим государство с точки зрения истории его формирования. Затем в последней главе вернемся к рассмотрению силового предпринимательства и представим динамику взаимодействия организаций, контролирующего организованное насилие, как часть процесса формирования государства, разворачивающегося не в прошлом, а в настоящем. Отсутствие общего организующего начала и неопределенность последствий отличают формирование государства от другого сходного явления – государственного строительства, которое связано с централизованной политикой, направленной «сверху вниз», и основано на сознательном проекте.

Монополия легитимного насилия

Вебер определяет государство как территориальную монополию легитимного насилия⁴. На практике существование государства зависит от способности администрации успешно поддерживать притязания на монопольный контроль за применением силы и обеспечивать легитимность поддерживаемого таким образом порядка⁵. Любое сообщество, обладающее превосходящей силой и способное сохранять длительный контроль за применением силы в рамках определенной территории, а также защищать ее границы, рано или поздно обретет легитимность. Вебер выделяет три этапа превращения политического сообщества в государство: конкурентная борьба и бесконтрольное применение насилия группами воинов, занимающихся грабительскими набегами; возникновение территориальных монополий с ограниченным использованием силы, обладающих возрастающей степенью легитимности; и наконец, период, когда аппарат принуждения преобразуется в институт охраны прав собственности⁶.

Согласно Веберу, формирование государства не является планомерной реализацией замысла или движением к намеченной цели. Он рассматривает возникновение государства как результат борьбы за выживание и господство, как набор организационных решений, способствующих созданию превосходящей силы. В его подходе имплицитно содержится идея Ницше о том, что любое важное историческое событие – а возникновение государства, безусловно, является таковым – есть отражение меняющегося соотношения сил, находящихся в постоянной борьбе, признак того, что некая превосходящая сила установила свое господство. Исходя из критического подхода Ницше, названного им «генеалогией», формирование государства должно рассматриваться не как преднамеренное действие или реализация определенного проекта и тем более не как свободный контракт участвующих сторон. С точки зрения Ницше, оно представляется «последовательностью более или менее укоренившихся, более или менее не зависящих друг от друга и разыгрывающихся процессов возобладания, включая и чинимые им всякий раз препятствия, пробные метаморфозы в целях защиты и реакций, даже результаты удавшихся провокаций»⁷. Согласно такой точке зрения, формирование государства – это серия организационных нововведений в контексте непрекращающейся борьбы или процесс создания различных приспособлений и механизмов, предназначенных для сиюминутного использования, при этом некоторые из них переживают своих создателей и меняют свой смысл и назначение, будучи впоследствии приспособленными к другим целям. Например, всеобщий налог, *taille royale*, и аппарат регулярного налогообложения были оригинальными изобретениями

⁴ Вебер М. Указ. соч. С. 645–646.

⁵ Weber, Max. *Economy and Society*. Berkeley: University of California Press, 1978. Vol. 1. P. 54.

⁶ Ibid. P. 904–908.

⁷ Ницше Ф. К генеалогии морали. Соч. в 2-х томах. М.: Мысль, 1990. С. 456.

французского короля, в середине XV в. введенными с целью быстрого сбора средств для финансирования первых регулярных военных формирований в Европе, состоявших из шотландских наемников⁸. Лишь много лет спустя регулярное налогообложение прижилось в качестве общественного института и превратилось в важный инструмент макроэкономического регулирования.

Норберт Элиас, один из первых последователей Вебера, считал формирование территориальных монополий силы законом истории. Распад империи Карла Великого привел к образованию большого количества небольших, слабо структурированных королевств, графств, феодальных вотчин и других территориальных объединений. Их правители, бывшие вассалы великих князей, превратились в суверенов, управлявших собственными владениями, собиравших дань и воевавших с соседями, чтобы завладеть трофеями и захватить новые территории. В ходе этих войн многие земли теряли суверенитет в случае поражения и присоединялись к владениям победителя. Это обеспечивало приток ресурсов для ведения новых войн. Элиас утверждает, что динамика развития ранних европейских государств состоит в следующем: с течением времени в результате войн на уничтожение [elimination contests] увеличивающиеся силовые ресурсы неизбежно сосредотачиваются в руках постоянно уменьшающегося числа правителей⁹. Вследствие простого закона, согласно которому в каждой войне есть победитель и проигравший, в действие вступает механизм формирования монополии: если определенные претенденты оказываются победителями, их силовые ресурсы возрастают, а возможности проигравших уменьшаются. Впоследствии ресурсы победившего правителя возрастают до такой степени, что он оказывается в состоянии установить и поддерживать долгосрочную монополию на использование силы в пределах значительной территории, которая таким образом становится его суверенным владением. Теоретический анализ того, как «невидимая рука» ведет к созданию центральной организации с монопольным правом на охрану и принуждение в пределах своей юрисдикции (территории), представлен также в работах известного теоретика государства Роберта Нозика¹⁰.

Прошло много времени, прежде чем действительность начала приобретать черты идеальнотипического государства, как его определил Вебер. Ситуация, при которой различные силовые структуры конкурировали с правительством или дополняли его, продолжалась вплоть до XVIII в. Отношения между правительством и частными владельцами средств насилия, особенно за территориальными границами государств, долго основывались на временных альянсах, а не на постоянной службе, на соображениях тактического характера, а не на правовых нормах. «В периоды войн, – пишет Ч. Тилли, – правительства часто поручали каперам совершать набеги на противника, а иногда нанимали для этого бандитов или пиратов; они также поощряли мародерство в своих регулярных войсках»¹¹. Английский трон активно использовал услуги каперов вплоть до XIX в. В XVI в. так называемые «морские волки» [Sea Dogs] способствовали победам английского флота над Испанской армадой. «Помимо нападений на испанские суда и поселения, морские волки – капитан Дрейк, Кевендиш, Клиффорд (третий герцог Камберлендский) и Рэйли – занимались тем, что можно было бы назвать терроризмом при

⁸ Anderson, Perry. *The Lineage of The Absolutist State*. L.: Verso, 1979. P. 32.

⁹ Elias, Norbert. *The Civilizing Process*. Oxford: Basil Blackwell, 1995. Vol. 2. P. 345–354.

¹⁰ Nozick, Robert. *Anarchy, State, and Utopia*. N.Y.: Basic Books, 1974.

¹¹ Tilly, Charles. War Making and State Making as Organized Crime, in: Evans, Peter, Dietrich Rueschemeyer and Theda Skocpol (eds.) *Bringing the State Back In*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986. P. 173.

поддержке государства», – утверждает историк Дженис Томпсон¹². Под угрозой спалить дотла два испанских колониальных города Дрейк получил от них крупные выкупы. При этом он уничтожил три других города. И он, и Рэйли делились своей добычей с английским тронем, и были награждены за свои заслуги рыцарскими титулами. Однако позже, в 1618 г., когда его грабежи в испанской Америке вошли в противоречие с внешней политикой Англии, сэр Рэйли был казнен.

Некоторые экономические последствия монополии силы

Теоретически легко заметить, что монополия силы является предпосылкой мирной экономической конкуренции. Классическая экономическая модель свободного рыночного обмена подразумевает условия равной безопасности для всех участников (фирм). Такое положение может поддерживаться либо индивидуальными мерами по обеспечению безопасности, которые предпринимаются каждым участником против всех остальных, либо посредством всеобщего разоружения и отказа от права использовать силу в пользу третьей стороны. Первое решение является нестабильным и дорогостоящим (хотя это зависит от размеров фирмы), и механизм образования монополии со временем приведет ко второму решению. Это не значит, что монополия силы возникает в результате соглашения. Конкуренция с применением насилия будет способствовать перераспределению силовых ресурсов в пользу тех, кто выигрывает конфликты. Увеличение силового ресурса позволяет одерживающей верх организации вводить в действие и обеспечивать выполнение все большего числа правил и постановлений. Государство возникает как общий результат подобных усилий. С другой стороны, этот процесс способствует появлению безопасных экономических пространств, в которых развивается сотрудничество или мирная конкуренция.

В своей классической работе «Теория международной политики» Кеннет Уолтц приводит наглядный пример экономических последствий монополизации силы в сфере международных отношений. Нам представляется, что подобные закономерности действуют в любой системе, в которой присутствуют независимые силовые структуры и хозяйствующие субъекты. После перехода от многополярной системы баланса сил в мире к биполярной системе, т.е. после образования двух ядерных сверхдержав, Советского Союза и Соединенных Штатов, между государствами Западной Европы начало стремительно развиваться экономическое сотрудничество. Раньше, когда основные европейские государства сами были великими державами, их взаимоотношения подчинялись принципу игры с нулевой суммой: экономический выигрыш одного государства воспринимался другими как собственный проигрыш. Каждое государство расценивало экономический рост другого государства как угрозу собственной безопасности. Сотрудничество было возможно исключительно как стратегический альянс одних стран против других. Когда после Второй мировой войны государства Западной Европы попали под протекторат североамериканской сверхдержавы, они стали потребителями, а не производителями безопасности, т.е. основные заботы по обеспечению безопасности были переданы другому, значительно более могущественному государству. Вследствие этого изменилась система коллективных ожиданий: экономические успехи или трудности европейских стран перестали напрямую связываться с уровнем военной угрозы друг другу. «Впервые в современной истории, – пишет Уолтц, – факторы, определяющие вопросы войны и мира, находятся вне пределов европейских государств, а средства их

¹² Thompson, Janice. *Mercenaries, Pirates, and Sovereigns: State-building and Extraterritorial Violence in Early Modern Europe*. Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 23.

выживания переданы другим».¹³ Это новое обстоятельство, относящееся к структурному изменению в распределении силового потенциала (основные составляющие обеспечения безопасности были делегированы более сильной стороне), способствовало осознанию общих экономических интересов и последующей их реализации через новые механизмы сотрудничества. Помимо зоны свободной торговли, система европейской безопасности создала возможности для введения однородных правил, регулирующих общий рынок, и тем самым позволила участникам получать все возрастающие выгоды от экономического сотрудничества¹⁴.

Изъятие ресурсов (налогообложение)

Хотя в основе политики формирования государства лежит принцип монополизации силы, он не является единственным. Монополия силы как запрет на применение насилия без санкции правителя была тесно связана с фискальной монополией – исключительным правом правителя собирать дань или различные налоги для защиты страны и управления ее хозяйством. Увеличивающийся спрос на средства для ведения войны и сохранения превосходства над внутренними или внешними противниками (в прошлом эта граница была весьма условной) подталкивали правителей к организационным нововведениям, целью которых было более эффективное взимание налогов.

Согласно утверждению Йозефа Шумпетера, модели налогообложения оказали не меньшее воздействие на форму современного государства, чем войны¹⁵. Элементарной формой изъятия ресурсов была дань натуральным продуктом, однако для ее сбора и учета требовались значительные усилия. Еще одной проблемой для правителей зарождающихся государств была зависимость от надежности военачальников (крупных феодалов) в военное время. Для увеличения дохода европейские правители предпринимали меры по монетаризации экономики, т.е. введению единого средства обращения и платежа, поскольку равномерное налогообложение подданной территории и эффективное использование полученных средств в военно-политических целях возможны только при выражении податей во всеобщем эквиваленте. Возможность содержать наемные войска и регулярную армию также зависела от наличия платежных средств. Попытки денежной консолидации, вызванные стратегическими соображениями, способствовали созданию национальных рынков, основанных на универсальном средстве обмена.

Как правило, король являлся самым крупным землевладельцем, и источником его благосостояния были его владения. Попытки ввести регулярный налог и распространить его на всю территорию королевства встречали жесткое сопротивление подданных, часто доходившее до открытого бунта. Общее мнение, согласно которому король, так же, как и все остальные, должен жить за счет своих земель, было одним из главных препятствий легитимности государства, препятствием, которое пришлось преодолевать с помощью насилия и убеждения. Вот как описывает взаимозависимость принуждения и налогообложения Тилли:

«Налогообложение было основным средством, с помощью которого строители государств в XVI в. и далее содержали свои постоянно растущие армии, которые, в свою очередь, были

¹³ Waltz, Kenneth. *Theory of International Politics*. Reading, Mass: Addison-Wesley, 1979. Ch. 3.

¹⁴ Теоретическая модель сотрудничества более подробно рассматривается в книге: Axelrod, Robert. *The Evolution of Cooperation*. N.Y.: Basic Books, 1984.

¹⁵ Schumpeter, Joseph. The Crisis of the Tax State, in: Swedberg, Richard (ed.) *The Economics and Sociology of Capitalism*. Princeton: Princeton University Press, 1991. P. 108.

главным инструментом для защиты их территории, ее расширения, обороны от внешних нападений и утверждения приоритета в использовании силы в границах своей территории. И наоборот, военные нужды в те времена были основным стимулом введения новых налогов и упорядочивания старых. Далее эта необходимость становилась самоподдерживающейся; для преодоления отказа платить налоги требовалось поддержание боеготовых военных формирований»¹⁶.

Практики контроля

Процесс формирования государства неправомерно сводить лишь к попыткам правителей консолидировать политическую власть «наверху». Важнейшей, хотя и менее заметной, составляющей этого процесса является политика микроуровня, отправление власти «снизу вверх», совокупным эффектом которого и является государство. Как и другие формы общественной жизни, государство представляет собой некоторую совокупность практик. Так, в своем классическом исследовании истории манер Н. Элиас показывает, насколько сложным было практическое установление и поддержание монополии силы¹⁷. Он блестяще описал механизм, связывающий социальные процессы макроуровня и повседневные социальные взаимодействия на микроуровне. Большие военные победы и последовавшая за ними централизация власти создали структурные условия, которые позволили правителю учредить институты, корректирующие поведение личности так, чтобы при этом обеспечивался эффективный контроль насилия. По мере того как более сильный князь становился суверенным правителем зарождающегося государства, его двор превращался в основное место и форму государственного управления, а удельные князья – бывшие рыцари – в придворных. Такая перемена статуса предполагала и изменение поведения в соответствии с кодексом «хороших» манер, который Элиас рассматривает как важнейший инструмент контроля аффектов, в первую очередь спонтанной агрессии. Таким образом, процесс превращения рыцарей в придворных оказывался тонким социокультурным механизмом демилитаризации местной военной знати. Основное открытие Элиаса состояло в том, что трансформация манер и морали от рыцарства к цивилизованности связана с политикой централизации государства. В действительности, набор практик, позволявших контролировать уровень насилия, варьировался от застольных манер (например, способа передачи ножа за столом) до жестких запретов на дуэли. В период формирования государств многие европейские монархи издавали эдикты, запрещающие дуэли, а Людовик XIV установил четкие правила разрешения споров, особенно тех, что затрагивали вопросы чести¹⁸. Именно придворное общество, сформировавшееся как социокультурное выражение превосходящей силы и наложившее жесточайший запрет на несанкционированное использование насилия, дало мощный толчок развитию наук и искусств, этих исключительно мирных занятий, требовавших вкуса и самоконтроля¹⁹. Цивилизация, таким образом, получала свое наивысшее развитие там, где господствующая сила устанавливала жесткую дисциплину

¹⁶ Tilly, Charles. Reflections on the History of European State-Making, in: Tilly, Charles (ed.) *The Formation of National States in Western Europe*. Princeton: Princeton University Press, 1975. P. 23.

¹⁷ Elias, Norbert. *The History of Manners*. Vol. 1: The Civilizing Process. Oxford: Basil Blackwell, 1993.

¹⁸ Clark, Samuel. *State and Status: The Rise of the State and Aristocratic Power in Western Europe*. Montreal: McGill-Queen's University Press, 1995. P. 168.

¹⁹ См. также: Elias, Norbert. *The Court Society*. Oxford: Basil Blackwell, 1983.

аффектов, препятствуя свободному разряжению аффектов агрессии и превращая их во множество более утонченных моральных и эстетических форм²⁰.

Рост эффективности государства в XVIII в. связан с введением мер повседневной дисциплины и надзора, способствовавших увеличению податливости населения – основная тема исследования в известной книге Мишеля Фуко²¹. Пьер Прудон, один из основателей анархизма в XIX в., был, вероятно, первым, кто составил своего рода каталог практик современного государства и вынес ему обвинительный приговор. Его рассуждения передают характерное для того времени отношение к этим недавним и еще не ставшим привычными нововведениям:

«Быть объектом правления – это когда за тобой следят, шпионят, тебя инспектируют, направляют, держат в рамках закона, присваивают номера, регулируют, записывают, индоктринируют, наставляют, контролируют, проверяют, пересчитывают, оценивают, подвергают цензуре, командуют, – и делают все это существа, у которых нет на то ни права, ни мудрости, ни добродетели. Быть объектом правления означает, что при каждой операции, каждой транзакции, тебя регистрируют, считают, облагают налогами, ставят на тебе штамп, замеряют, нумеруют, оценивают, выдают лицензию, уполномочивают, убеждают, останавливают, запрещают, исправляют, наказывают. Это означает, что под предлогом общественной пользы и во имя общего интереса тебя облагают налогами, муштруют, обдирают как липку, эксплуатируют, монополизируют, обкрадывают, обременяют податями, обманывают, грабят; затем, при малейшем сопротивлении, при первой же жалобе, тебя подавляют, облагают штрафом, поносят, изводят, загоняют как зверя, нападают, бьют дубинками, разоружают, связывают, душат, сажают за решетку, судят, осуждают, расстреливают, депортируют, приносят в жертву, продают, предают; и в довершение всего, насмеваются, издеваются, осмеивают, оскорбляют, обещивают. Вот что такое правительство, вот что такое его правосудие, вот что такое его мораль»²².

Как и в случае с монополией силы, создание фискальной монополии на практике требовало гораздо большего, чем просто организации определенного центрального аппарата. В своей недавно вышедшей книге Джеймс Скотт описывает повседневные практики, конституирующие налоговое государство [fiscal state]. Столь различные новшества, как введение фамилий и городское планирование, были частью государственной стратегии, нацеленной на создание более четкой инфраструктуры, что, в свою очередь, помогало идентифицировать и найти каждого отдельного налогоплательщика. Однако тот факт, что массовые народные выступления стали редкостью, не означает отсутствие сопротивления, поскольку, как показывает Скотт, борьба была успешно переведена в сферу повседневной практики, в которой крупные государственные проекты зачастую терпели неудачу²³.

²⁰ Фрейд З. Неудовлетворенность культурой // Фрейд З. Избранное. Кн. 2. М.: Московский рабочий, 1990. С. 3–79.

²¹ Фуко М. Надзирать и наказывать: рождение тюрьмы. М.: Ad Marginem, 1999.

²² Proudhon, Pierre. *General Idea of the Revolution in the Nineteenth Century*. L.: Freedom Press, 1923. P. 293–294. Цит. по: Nozick, Robert. *Anarchy, State, and Utopia*. P. 11.

²³ Scott, James. *Seeing Like a State: How Certain Schemes to Improve the Human Condition Have Failed*. New Haven: Yale University Press, 1998.

Легитимность, структура и поддержание границ

Борьба за легитимацию регулярной налоговой системы была важнейшей составляющей перехода от патримониального к современному бюрократическому государству²⁴. Рано или поздно данный переход произошел в большинстве государств. Частная монополия силы, дававшая победившему правителю возможность контролировать значительные ресурсы, одновременно создавала практическую проблему эффективного управления ими. Изначально государство являлось не более чем организационным решением данной проблемы. Государственный аппарат, которым сначала был просто королевский двор (и как частное место жительства, и как публичное пространство), постепенно расширялся и превращался в систему функционально дифференцированных органов, управляемых представителями государства. По мере того как государственное управление отделялось от королевского двора и становилось функцией иерархически организованного профессионального аппарата, государство превращалось в отдельную институционализированную сферу, обслуживавшую публичные, т.е. общественные интересы. Элиас называет это переходом от частной монополии к общественной.

Содержательный и структурный аспекты государства

Легитимация современного государства, в том числе и использования силы его представителями, связана с его претензией на служение общественным интересам и статус безличной общественной или публичной организации. Если военная сила и организация составляют субстантивный, т.е. содержательный аспект формирования государства, то достижение публичного статуса, т.е. претензия на служение общественным, а не частным интересам относится к тому, что можно назвать структурным аспектом. Наличие государства подразумевает поддержание и воспроизводство границ между общественным и частным, формальным и неформальным, безличным и личным (персонифицированным) способами действия и соответствующими сферами. Это структурные, т.е. исключительно реляционные, формообразующие категории. В отличие от территориальных границ, размечающих объективное пространство, структурные границы конституируются поведением и восприятием (аттитудами) участников, как чиновников, так и частных лиц. При формировании государства разделение сфер (и типов действия) на общественную и частную связано с экономическими интересами, разделение на формальный (официальный) и неформальный способы действия относится к системе правил и постановлений, а на безличный и личный (персонифицированный) – к способам их применения. Государство является легитимным, т.е. его законам следуют, а его приказам добровольно подчиняются, когда оно способно эффективно поддерживать эти границы, отделять себя от сферы частных интересов и персонифицированных отношений и когда оно воспринимается большинством подданных или граждан в качестве общественного, официального и безличного института. Механизмы поддержания этих границ также составляют важнейшую часть государства. Это могут быть как способы воспитания и обучения государственных чиновников для укрепления духа служения государству, так и проведение чисток и крайне жестоких репрессивных мер по отношению к служащим, не соблюдающим эти границы. Сбои и нарушения в поддержании структурных границ обычно называют словом «коррупция», а восстановление или укрепление государства в структурном аспекте – «борьбой с коррупцией».

²⁴ Подробнее см. Braun, Rudolf. Taxation, Sociopolitical Structure, and State-Building: Great Britain and Brandenburg-Prussia, in: Tilly, Charles (ed.) *The Formation of National States in Western Europe*. P. 243–327.

Исторически на образование структурных границ, формирующих современное государство, и на создание эффективной системы их поддержания ушло немало времени. Необходимо также различать исторические усилия, которые были предприняты для внедрения этих границ или различий, и постоянные ежедневные действия, посредством которых они воспроизводятся. История или диахронная перспектива рассмотрения государства показывает нам, как государства обрели современную форму и как они различались на разных этапах своего развития. Повседневное воспроизводство структуры (т.е. границ и отношений) или синхронная перспектива показывает зависимость существования государства от повседневного поведения и отношения людей и дает нам представление о том, как государство может перестать существовать в случае исчезновения этих границ – даже если его содержательные элементы (административно-полицейский аппарат) сохранятся.

Этос и традиция государственной службы способствуют экономии ресурсов и усилий, затрачиваемых на поддержание границ. Нарушение традиции и истощение ресурсов, вызванные массовым оппортунистическим поведением государственных функционеров, ведут к структурному разрушению государства или его приватизации²⁵. Структурный кризис может произойти практически в любой сфере государственного устройства, но наиболее глубоким он становится тогда, когда затрагивает основы государства – способность контролировать силу, вершить правосудие и собирать налоги. Тогда можно представить, как общественная монополия силы – общественный характер которой является важнейшим фактором легитимации – может распасться на множество частных «монополий», устанавливаемых частными организациями, владеющими ресурсом принуждения.

Многообразие субъектов политики

Отделяя структурный аспект формирования государства от субстантивного (содержательного), можно теперь рассмотреть государство с точки зрения сугубо конфигурационных, реляционных категорий. Субстантивный аспект включает в себя создание различных организаций, составляющих государство, в том числе тех, которые поддерживают его возможности по принуждению и обеспечению безопасности. Это организационно-техническая составляющая государства, своего рода *hardware*. Структурный аспект государства – это соотношение сил и соответствующие ему границы. Несмотря на то, что монополизация силы предполагает значительный рост военного, правоохранительного и административного аппарата, их существование еще не означает наличие государства (хотя обязательно порождает такую иллюзию). Монополизация силы – это изменение границ между силовыми структурами или организациями, распоряжающимися насилием, которое определяет, каковы те единицы, которые являются субъектами силовых отношений. В какой-то момент субъектами силовых отношений являются индивиды или группы, при другой расстановке сил и других границах – это уже крупные организации, например, города-государства или княжества. Вне зависимости от своего размера и названия, эти единицы сохраняют достаточно безопасную и хорошо структурированную среду в пределах своих границ или сфер ответственности и ведут борьбу друг с другом за их пределами. Реконфигурация сил создает новую ситуацию, при которой границы изменяются, и субъекты политики принимают иные формы. Это могут быть, например, национальные государства на международной арене. Данный процесс может принять и обратное направление, привести к дроблению крупных монополий и возникновению большого количества новых конфигураций сил, что часто происходило после распада империй или

²⁵ Подробное исследование оппортунистского поведения государственных функционеров см. в кн.: Solnick, Steven. *Stealing the State*. Harvard: Harvard University Press, 1998.

крупных государств. Однако с точки зрения конфигурационных изменений понятие территории несущественно или вторично; оно просто отражает границы более стабильных монополий. Единицы, из которых состоит та или иная конфигурация, могут иметь разные формы и названия, от рэкетирских группировок до княжеств и от городов-государств до империй. В современном мире преобладает форма, являющаяся на данный момент наиболее стабильной и жизнеспособной – государство или национальное государство [nation-state]. Это, однако, не исключает возможность ее исчезновения в будущем – ведь существовавшие в течение столетий субъекты политики, такие, как города-государства или империи, уже практически исчезли.

Новые переводы

VR Предлагается основная часть статьи М. Аболафии «Рынки как культуры». Ее полный перевод готовится для публикации в нашей хрестоматии «Западная экономическая социология». Аболафия – один из ведущих представителей этнографического подхода в современной экономической социологии. В 2000 г. он выступал на организованной нами в Москве конференции «Экономическая социология на пороге третьего тысячелетия» (обзор см.: [Том 1, № 1](#)).

РЫНКИ КАК КУЛЬТУРЫ: ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ПОДХОД¹

Митчел Аболафия

Государственный университет Нью-Йорка в Олбани

E-mail: abolafia@csc.albany.edu

Перевод М.С. Добряковой

Научное редактирование – В.В. Радаев

В университетском учебнике по микроэкономике, который я читал будучи студентом, рынок определялся как «группа фирм или индивидов, которые взаимодействуют друг с другом в целях покупки или продажи какого-либо товара» [Mansfield 1972]. Далее в нем излагался абстрактный магический механизм ценообразования в условиях совершенной и несовершенной конкуренции. Оглядываясь назад, я понимаю, что мое внимание привлекла именно эта фраза – «взаимодействуют друг с другом» [in touch with each other]. Хотя в этом учебнике давались поистине энциклопедические знания о силах спроса и предложения, описание процессов экономического обмена было весьма размытым. Ведь когда люди «взаимодействуют друг с другом», они социально укоренены в сетях важных общественных отношений и культурно укоренены в смысловой системе норм, правил и когнитивных сценариев [scripts]. Трансакция – это не просто диадический обмен. Наряду с экономическими, она отражает социальные и культурные силы, которые ее формируют. Эти силы устанавливают, кто с кем может осуществлять трансакцию, где и когда она происходит, каким образом происходит координация спроса и предложения, как определяется товар, а также многие другие условия трансакции, которые влияют на действия покупателей и продавцов.

В данной главе рынки рассматриваются как культуры². Выражение «рынки как культуры» означает, что будучи местами осуществления повторяющегося взаимодействия/трансакции, рынки предполагают свои собственные, особенные совокупности взаимных пониманий [understandings]. Эти понимания одновременно стимулируют и ограничивают действия. Иными словами, участники рынка используют их как для преследования собственных интересов, так и для ограничения спектра возможных альтернатив. Такие понимания рождаются из взаимодействия, а затем подвергаются институционализации. Как таковые, они имеют тенденцию закрепляться и превращаться в ресурсы, которые усиливают способность к действию участников рынка. Тем не менее, рыночная культура не является

¹ Переведено по: Abolafia, M. Markets as Cultures: An Ethnographic Approach, in: Callon, M. (ed.) The Law of Markets. Oxford: Blackwell, 1998. P. 69–85.

² См. также вышедшие ранее работы о финансовых рынках как сетях [Baker 1984], рынках как политике [Fligstein 1996] и о финансовых рынках как когнитивных структурах [Smith 1981].

чем-то фиксированным. Причина этого в том, что она должна постоянно воспроизводиться посредством отношений обмена, которые легко поддаются изменениям. Далее мы рассмотрим некоторые силы, вызывающие изменения рыночной культуры.

Подход к рынкам как культурам предполагает три области исследований: конститутивных правил и ролей, локальной рациональности, а также динамики власти и изменений. В трех следующих разделах данной главы я остановлюсь на каждой из этих областей. В четвертом разделе будут рассмотрены методологические вопросы, связанные с изучением рынков как культур при помощи этнографического метода. На всем протяжении изложения я буду приводить примеры из моих собственных этнографических исследований фондовой биржи, рынков облигаций и фьючерсных рынков на Уолл-стрит [см. Abolafia 1996a].

Конститутивные правила и роли

Наиболее существенное преимущество анализа рынков как культур состоит в том, что такой подход помогает избавиться от атомизированного представления о рынках, согласно которому массы индивидов осуществляют транзакции, не встречая на своем пути никаких препятствий³. Он позволяет исследователю анализировать последствия повторяющейся транзакции, т.е. конструирование институционализированных отношений и систем смыслов. В ходе повторяющегося взаимодействия участники рынка формируют ожидания относительно уместного поведения и сценарии своих ролевых действий. Именно посредством правил и ролей участники и выстраивают [constitute] рынок.

Согласно данной точке зрения, рынки не создаются в момент взаимодействия, а существующие правила и роли – не единственные, которые могли бы сложиться на эффективно функционирующих рынках. Скорее, эти конститутивные правила и роли вырабатываются в ходе повторяющегося взаимодействия представителей влиятельных интересов, соперничающих между собой за установление контроля. Рынок есть отражение этой непрекращающейся конкуренции. Изменения в соотношении сил на нем определяют, кто может формулировать и переформулировать правила и ролевые отношения. Более того, эта конкуренция сама формируется под воздействием политической, экономической и регулятивной среды рынка. Таким образом, хотя его участники могут быть сколь угодно эгоистичными и рациональными максимизаторами полезности, их действия являются воплощением различных рыночных культур, зависящих от внутренних и внешних воздействий.

Конститутивные правила

Исследователь культуры рынков легко обнаружит, что их творцы – акторы, регулярно продающие и покупающие товары на данном рынке, – действуют согласно многочисленным формальным и неформальным правилам. Многие из этих правил по сути своей *регулятивны* [regulative] и призваны управлять действиями, преследующими собственный интерес⁴. Например, я обнаружил, что на нью-йоркской фондовой бирже [NYSE] трейдеры [traders] подчиняются «правилу действия» [rule of agency]: при любом уровне цены операции по запросу клиента всегда исполняются до осуществления собственных операций. Причем, это весьма прямолинейное предписание, подкрепленное мониторингом и санкциями.

³ О воображаемом мире без сил трения [frictionless imagery] в экономическом мышлении см. [Granovetter 1985].

⁴ О различии между регулятивными и когнитивными (конститутивными) правилами см. [Scott 1995]. Я использую данный термин в ином смысле, чем Скотт: с моей точки зрения, механизм подчинения конститутивному правилу может носить не только когнитивный, но и нормативный характер.

А поскольку искушение нарушить это правило велико, его соблюдение поддерживается жесткими мерами. В сущности, эти условия были навязаны извне Комиссией по ценным бумагам и биржам [Securities & Exchange Commission] в 1960-е годы вследствие предшествовавших многочисленных нарушений.

В то же время, трейдеры Нью-йоркской фондовой биржи часто рассуждали о единой цене [price integrity]. Здесь действует *конститутивное* правило, которое гласит, что цена должна устанавливаться в результате открытой конкуренции, когда все запросы и предложения представлены на рынке. Это правило объясняет, как *должен быть* сконструирован рынок. В продолжение этого правила творцы рынка поддерживают систему, в которой запросы и предложения по тем или иным акциям направляются в единый центр, где их можно сопоставить друг с другом. Убеждение торговцев, что это единственный правильный (*справедливый*) способ построения рынка, прослеживается в следующих высказываниях его участников: «Справедливое установление цены [fair pricing] означает представление всех запросов и предложений на рынок. Такой метод выявления цены [price discovery], – что и составляет нашу работу, – позволяет установить более единую цену, чем цены, устанавливаемые где бы то ни было в мире». Или: «Ценность фондовой биржи заключается в том, что она позволяет соблюдать максимальную степень справедливости. Все заявки конкурируют друг с другом – вот и получается наилучшая цена». Этот морализаторский, горделивый, благочестивый тон невозможно спутать ни с чем. «Перед вами обычный покупатель, встречающий обычного продавца. Их встреча должна быть справедливой по самым высшим меркам». Трейдеры часто возмущаются тем, что их коллеги на конкурирующих рынках не придерживаются данного конститутивного правила.

Хотя многие конститутивные правила (подобные правилу единой цены) основаны на нормах и ценностях, которые считаются уместными, существует и другой, менее явно выраженный их вид – конститутивные правила, основанные на институциональных сценариях, которые воспринимаются как нечто само собой разумеющееся. Так, на площадках Нью-йоркской фондовой биржи трейдеры считают само собой разумеющимся, что все операции происходят «тут же на самой площадке», что все запросы и предложения, не соответствующие текущей цене, записываются в «журнал»⁵ и что транзакции фиксируются на «пленке»⁶ настолько быстро, насколько это возможно. Эти правила являются частью кодекса биржевого сообщества. Новички учатся им, имитируя то, что уже превратилось в обычную практику. Именно эти содержательные сценарии лежат в основе повседневного воспроизводства рынка. Для членов данной культуры эти исходные положения не подвергаются сомнению. И опасения, что правила будут нарушены, не особенно велики, поскольку все сходится в том, что рынок должен строиться именно таким образом.

Конститутивные роли

Исследователь, анализирующий рынок с позиций культуры, обнаружит, что помимо правил, образующих данный рынок, его участники сконструировали многогранные социальные идентичности, которые начали определять поведение и взаимодействие тех, кто занимает соответствующие ролевые позиции. И вместо описываемого экономистами человека-калькулятора мы видим смышленного участника данного рынка, ловко управляющегося с набором имеющихся на нем культурных стратегий. Эти стратегии необходимо усвоить каждому новичку для успешного исполнения роли. По мере того как новички социализируются при помощи «ветеранов», эти сценарии начинают определять ценность их

⁵ «Журнал» – это запись всех запросов и предложений, которые были заявлены, но не реализованы.

⁶ «Пленка» – это запись всех происходящих на биржевой площадке транзакций в реальном времени. С ее помощью можно увидеть, что происходит на рынке.

поступков и приобретают характер чего-то самоочевидного. Подобно полицейским, врачам или гангстерам, участники рынка используют идентичности в качестве инструмента, позволяющего снизить степень неопределенности и риска в своем окружении и максимизировать возможности выживания.

В своем исследовании рынка облигаций в 1987–1989 гг. я изучал деятельность трейдеров четырех из десяти крупнейших инвестиционных банков Уолл-стрит. В самом начале полевых исследований я обратил внимание на то, как часто применительно к себе трейдеры используют слова «предприниматель» и «предпринимательский». У меня промелькнула мысль, что я стою посреди зала, где работают две или три сотни покупателей и продавцов, нанятых одной крупной публично организованной корпорацией. В каком смысле эти люди являлись предпринимателями? Позже я начал понимать, что «предприниматель» – это идентичность, посредством которой они выстраивали выполняемые ими роли. Она определяет то, как трейдеры относятся друг к другу в ходе транзакций и что они думают о самих себе. Эта идентичность образована стратегиями, которые лишь очень отдаленно напоминают веберовский дух капитализма и включают: полагание на собственные силы [self-reliance], эмоциональный контроль, готовность к риску, подчеркнутый материализм и оппортунистический настрой.

Трейдеры совершенно ясно отдают себе отчет в том, что от них ожидается полагание на собственные силы. «Этот бизнес требует немалой предприимчивости. Никто не будет помогать тебе зарабатывать деньги. Все слишком заняты собственным делом». Трейдеры сидят в комнате, где полно других таких же торговцев, и совершают транзакции на рынке по телефону и посредством компьютерных сетей. Вот слова одного из них: «Не думаю, что здесь я могу на кого-то положиться. *Таков наш бизнес.* Ты вынужден полагаться только на самого себя». Подобные заявления характеризуют и самих акторов, и их действия. Они описывают деперсонифицированную среду, в которой практически нет места доверию и сотрудничеству. Здесь наблюдается явный контраст с ситуацией на Нью-йоркской фондовой бирже, где трейдеры заключают сделки лицом к лицу, рассуждая о доверии и построении отношений с клиентами.

Второй элемент из набора инструментов торговца ценными бумагами – эмоциональный контроль. Идеал такого трейдера – дисциплинированный, хладнокровный, сосредоточенный человек, иначе говоря, «прирожденный трейдер» [genes-trader]. Торговцы вовлечены в непрекращающийся поток судьбоносных решений, связанных с миллионами долларов. Они характеризуют свою работу как возбуждающую, рискованную и стрессовую. «Вне всякого сомнения, здесь не заснешь... Темп очень высок и ставки велики». И одобряемой культурной реакцией на подобные условия становится невозмутимая манера поведения. Как объясняет один из трейдеров: «Я придерживаюсь первого привила выживания: старайся не втягиваться в работу рынка на слишком личном уровне. Иначе ты завязнешь в этой борьбе – и не факт, что выйдешь победителем». Подобные заявления об эмоциональной дистанцированности делаются для того, чтобы поддержать ощущение контроля над ситуацией самого торговца и внушить его любому внешнему наблюдателю.

Склонность к риску – третий основной элемент идентичности трейдера. Вообще с идентичностью человека, склонного к риску, управляться не просто. С одной стороны, торговцы считают себя дисциплинированными и хладнокровными, а с другой, – они видят себя действующими игроками. Предполагается, что процесс построения рынка содержит в себе элементы нервозности и страха. «Ты должен сохранять равновесие. Должен вести себя так, чтобы никто не мог выбить тебя из седла. Надо быть готовым к тому, что завтра игра продолжится». Вполне очевидно, что в различных отраслях участники рынка проявляют разный уровень склонности к риску. Для идентичности трейдеров склонность к риску является тем, что И. Гофман называет «практической азартной игрой» [a practical gamble] [Goffman 1967].

Четвертый элемент этой идентичности – стратегическое использование обманных действий [guile]. Торговцы называют это поведение «агрессивным». Оно обозначает действие, в котором трейдер использует свои преимущества для того, чтобы обмануть партнера по ремеслу. Мои респонденты рассказывали о том, как клиентам «сбрасывались ценные бумаги» или как «выставлялся запрос» на них при отсутствии намерения покупать по данной цене. Эти и другие подобные стратегии являют собой сценарии, усвоенные теми, кто выполняет данные роли и кто воспроизводит оппортунистический характер рынков облигаций, господствовавший в 1980-е годы.

Данные стратегии преследуют цели неприкрытого материализма, выступающего как индикатор статуса трейдера. Торговцы облигациями совершенно четко представляют себе, в чем заключается квалифицированное выполнение их роли. «*В этом бизнесе деньги – определяют все. Сколько ты зарабатываешь, столько и стоишь*». В отличие от рынков высоких технологий, где участники связывают свою идентичность с инновациями, или от сферы услуг – например, ресторанного бизнеса, – где идентичность связана с удовлетворением запросов клиента, торговцы облигациями превыше всего ставят подчеркнутый материализм. Деньги и то, что способствует их приобретению, формируют идентичность, которая в качестве мерила успеха и силы на торговой площадке рынка облигаций преобладает над харизмой, физической привлекательностью или умением общаться. Однако здесь важны не деньги как таковые, а статус и одобрение со стороны коллег, которые они приносят своему обладателю и которые образуют основу его идентичности. В результате, беззастенчивая погоня за богатством становится приемлемой целью, а характерная для работы в других сферах необходимость выглядеть благочестивым отпадает.

Конститутивные правила и роли варьируются от рынка к рынку. На аукционах, оптовых и розничных рынках действуют разные правила, а роли брокеров и дилеров, продавцов и покупателей различны. Как нам кажется, на одних рынках их участники в большей степени полагаются на собственные силы, на других – более склонны к сотрудничеству. Анализируя рынки как культуры, исследователь выявляет различные правила и роли, при помощи которых участники конструируют свои рынки, а также условия, лежащие в основе этих различий.

Локальная рациональность

Экономисты (в частности, финансовые экономисты) рассматривают рациональность как культурную универсалию и объясняют ее как часть человеческой природы. В рамках подхода к рынкам как культурам рациональность рассматривается как культурная форма, характерная для определенного сообщества [community-based] и зависящая от контекста [context-dependent]. Рациональность на биржевой площадке отличается от рациональности торговцев крупным рогатым скотом или автомобильных дилеров. Культурноориентированный подход делает попытку выявить когнитивные ограничения и социально сконструированные локальные формы рациональности. Этнограф исследует то, как участники рынка конструируют процесс принятия решений, а также индивидуальные и социальные средства определения ценности на рынке.

Может показаться, что участники финансовых рынков вполне соответствуют созданному экономистами идеальному типу человека, принимающего решения на основе обширного потока информации в неудержимой погоне за прибылью. Трейдеры фондовых и фьючерсных бирж, а также торговцы облигациями больше, чем можно было бы ожидать, приближаются к этому типу эгоистичного, хорошо информированного рационального максимизатора полезности, изображенного в финансовой литературе при попытке представить участников рынка. Тем не менее последние они остаются существами, не чуждыми когнитивным и социальным процессам, и в результате оперируют несовершенной информацией, подвластны

воле привычек, обычаев и институционализированных мифов о том, как следует вести торговлю. Наблюдение и интервью показали, что на фондовых рынках [stock markets], рынках облигаций [bond markets] и фьючерсных рынках [futures markets] участники конструируют локальные формы рациональности на основе ресурсов и условий, в которых они укоренены. Даже в высшей степени рационализированном мире финансовых рынков процессы адаптации затруднены существующими условиями неопределенности, неоднозначности и институционализированности.

Локальную рациональность в рыночной культуре можно понять, изучая инструменты принятия решений, используемые участниками рынка. Эти инструменты суть сценарии, созданные теми, кто принимает решения, для преодоления неопределенности и неоднозначности своей среды [подробнее см. Abolafia 1996b]. Подобные инструменты институционализируются для того, чтобы ими могли воспользоваться все, кто оказался в данном рыночном контексте. Индивиды учатся полагаться на них, когда сталкиваются с решениями, предусматривающими некоторую последовательность действий на рынке. В проведенном мною исследовании торговцев облигациями инструменты принятия решений выражались в привычках или превратившихся в ритуал обычаях, к которым негласно, но беспрестанно апеллировали в течение всего дня торгов. Наиболее важные инструменты принятия решений на рынке облигаций – это *бдительность* [vigilance] и *интуитивные оценки* [intuitive judgement].

Бдительность предполагает способность находить и усваивать широкий спектр информации, которая может оказаться полезной для принятия решений. В торговле облигациями бдительность включает несколько взаимосвязанных элементов: отсев информации [sorting], использование связей [networking] и определение стоимости [establishing value].

Первый элемент бдительности – *отсев информации*. Объем доступной информации настолько велик, что возникла целая вспомогательная индустрия, занимающаяся анализом рыночных трендов и предоставлением информации торговцам. Каждый торговец должен разобраться в цифрах и в их множественных интерпретациях. Зачастую у торговцев есть излюбленный стиль и манера интерпретации. Соответственно, они относят себя к «чартистам»⁷, «фундаменталистам»⁸ или последователям каких-либо иных интерпретативных традиций. Большинство разрабатывают некую рутинную процедуру сортировки информации, чтобы охватить излюбленные источники информации. Эта процедура осуществляется ежедневно до начала торгов и затем продолжается в течение дня.

Когда информация собрана и «просеяна», торговцы приступают к *работе по использованию связей* [networking], чтобы увидеть, как другие воспринимают ту же самую или иную информацию. Они поддерживают контакт с брокерами, трейдерами, продавцами, экономистами и информаторами в правительственных структурах. Как правило, торговцы сознают, что важна не столько корректность интерпретации, сколько степень совпадения восприятий одной и той же информации разными людьми. Наконец, последний элемент сценария бдительности – *установление стоимости* [establishing value]. Это локальный термин, обозначающий оценку того, каким «должна быть» цена облигации. Как отмечает Ч. Смит [Smith 1989], на этом в высшей степени подвижном рынке наиболее важными источниками информации для определения стоимости являются последние транзакции. Кроме того, существуют нормы и мифы относительно приемлемых ценовых колебаний во времени, а также влияние колебаний одного инструмента на другой, что и формирует процесс установления стоимости.

⁷ «Чартисты» – это торговцы, которые отмечают на карте рыночные колебания цен и на их основе прогнозируют будущие колебания.

⁸ «Фундаменталисты» основывают свою торговлю на информации о фирме и ее рыночной позиции на рынке.

Предписания бдительности отражают аналитические склонности участников рынка. Отсев информации, использование связей и установление стоимости являются общими стратегиями, которые, в силу их привычной повторяемости, более или менее подробно может описать любой участник рынка. На практике эти инструменты ориентируют трейдеров относительно позиций друг друга, создавая общие или конкурирующие интерпретации состояния рынка и направления его движения. Основываясь на своем понимании этих интерпретаций, отдельные торговцы решают, когда и каким образом осуществлять транзакции на данном рынке. Порою это порождает стадное поведение или же, напротив, – вызывает реакцию сопротивления стадности. Однако чаще всего данные оказываются запутанными, а предсказательная способность интерпретаций достаточно неопределенной. В результате, аналитические процедуры не способны целиком исчерпать репертуар используемых участниками инструментов принятия решений. Мои респонденты частенько говорили: «Торги – это не наука, это искусство». Здесь нет однозначных рецептов. Скорее, этому можно научиться, причем, как правило, в течение длительного времени. Другой респондент отметил: «Трейдеры не могут объяснить словами, что они делают... Просто у них что-то щелкает». И этот «щелчок» есть *интуитивная оценка* [intuitive judgement]. Участник рынка развивает некоторое абстрактное чувство, подсказывающее ему, как рынок реагирует на те или иные условия. Эти абстрактные ощущения, или образы, формируются при совершении транзакции посредством наблюдения за тем, как это делают другие, и опираются на рыночные истории.

Чаще всего интуитивные оценки встречаются в условиях высокой неопределенности. Ведь в конечном итоге, различные показатели, отчеты и использование связей не могут с определенностью предсказать направление движения. Итоговые решения в конечном счете основываются на интуитивных оценках по поводу той или иной транзакции. Среда, в которой работают участники рынка, одновременно неопределенна и неоднозначна. Неопределенность вызывается как ограниченными когнитивными возможностями индивида, так и временными ограничениями, задаваемыми потоками рыночных транзакций. Невозможно целиком переработать весь поток информации о рынке. Новички приходят к пониманию того, что либо они научатся делать так, чтобы и у них в голове в нужный момент «щелкало», либо их ожидает провал. И хотя исследователи, не став участниками рынка, никогда не смогут полностью понять механизм интуитивных оценок, они могут выстроить образы участников рынка в определенную схему и выявить условия, которые их формируют. Это позволяет представить искусство построения рынка менее мистическим образом. А посылка экономистов о рациональной максимизации полезности может быть заменена эмпирическим описанием локальной рациональности.

Инструменты принятия решений черпаются из контекста, в котором работают участники рынка. Различные формы бдительности и интуитивных оценок, а также различные инструменты принятия решений можно встретить и на других рынках. Способы, которыми различные отрасли организуют информацию, даже то, что они определяют в качестве полезной информации, существенно различаются. Возраст данной сферы деятельности, ее технологии, уровень образования ее участников, уровень конкурентоспособности – все это формирует инструменты принятия решений, которые в ней используются. Важными силами, влияющими на изменения, являются компьютеризация и глобализация. Однако поскольку создание рынка – это некое ремесло, зачастую сохраняются и исторически сложившиеся методы установления стоимости.

Динамика власти и изменений

Конститутивные правила и локальные рациональности создаются участниками рынка и, в свою очередь, формируют их поведение. В ходе этого процесса возникают стабильные и

упорядоченные рынки. Однако правила, роли и даже рациональности не остаются неизменными. Существующая рыночная культура отражает попытки акторов, наделенных властью на данном рынке, формировать и контролировать свою среду, даже если та в свою очередь формирует и контролирует их. Нельзя сказать, что эти попытки не встречают сопротивления. Группы, образованные на основе сегментации данного рынка, его региональной принадлежности или по принципу отнесения их членов к продавцам или покупателям, конкурируют между собой за возможность формировать рыночную культуру. Группы, обладающие наибольшей властью, будут оказывать наибольшее влияние на реконструкцию правил, ролей и рациональностей. Вероятность того, что попытка стратегических изменений, предпринимаемая той или иной группой, окажется удачной, в значительной степени зависит от действия или бездействия агентов, контролирующих данную среду, – например, хозяйственных организаций или правительственных регулирующих структур.

Динамика власти и изменений в рыночной культуре происходит в контексте институционального давления [institutional pressures]. На самом нижнем уровне находится отдельный трейдер. Как мы уже видели, хотя отдельные торговцы и движимы эгоистическим интересом, они также укоренены в некоторой системе правил и ролей, которая является продуктом их взаимодействия. Набор этих правил и ролей определяет спектр культурно санкционированных типов поведения на рынке. Конкуренция и конфликты между группами на рынке могут подталкивать к изменениям правил и ролей.

Сразу над нижним уровнем находится определенный тип неформального и формального саморегулирования, навязываемого членством в репутационных сетях [reputational networks], сфере деятельности и торговых группах. На многих рынках участники организовались для регулярного взаимодействия по поводу стандартов, лоббирования и прочих коллективных благ. Наконец, на изменения культуры оказывают влияние и правительства. Как это показывают события в табачной промышленности конца XX в., правительство способно оказывать существенное воздействие на изменение правил, ролей и локальных рациональностей на рынке.

Однако ни на одном из этих уровней институционального давления невозможно совершенно точно предсказать, когда и как именно изменится культура. Участники рынка скорее всего будут сопротивляться попыткам внешнего вмешательства, и их рыночная сила будет важным фактором, определяющим успех такого сопротивления. Культурные изменения могут возникать из недр внутренней властной динамики или как результат адаптации к изменениям внешней среды. Один тип изменений культуры предполагает переопределение оппортунизма – этой серой области, располагающейся на грани допустимого поведения. Мое исследование фондовых рынков, рынков облигаций и фьючерсных рынков позволяет предположить, что они проходят через некие циклы оппортунизма – периоды, когда границы допустимого объема мошенничества [guile] расширяются, а затем сужаются. Данные циклы связаны с меняющимися экономическими и политическими условиями, однако по ним точно предсказать динамику цикла нельзя. Порою, несмотря на сильное давление среды, властным коалициям удавалось успешно отбить попытки культурных изменений.

Довольно яркий пример изменения культуры привели участники рынка, работавшие на площадках Нью-йоркской фондовой биржи. Мы разделим наш рассказ на два периода – до изменений и после них. Период до изменений продолжался с 1930-х по 1960-е годы. В это время указанные специалисты следовали традициям цеховой культуры, которая существовала до кризиса 1929 г. Даже когда в 1934 г. была создана Комиссия по ценным бумагам и биржам [SEC], специалисты зачастую проворачивали свои собственные операции до операций клиентов и использовали доступную им информацию в личных целях. Когда глава SEC, Уильям О. Дуглас [William O. Douglas] заявил, что специалисты не могут больше работать одновременно брокерами и дилерами, биржа пригрозила закрыться вовсе, и Комиссия вынуждена была отступить. В итоге в 1930–1950-е годы специалисты

наслаждались неограниченной властью на торговых площадках, а их культура отражала ничем не прикрытый экономический интерес.

«Постреформенный» период начинается с серьезного падения рынка. В 1962 г. кризис был не столь серьезным, как в 1929 г., однако он вновь поставил вопрос о власти специалистов. SEC обнаружила, что специалисты не выполняют свою функцию стабилизации рынка. В результате для них были выработаны четкие правила. В 1960–70-е годы власть специалистов на бирже становилась все более шаткой по мере утверждения на торгах доминирующей роли институциональных инвесторов. Когда специалисты лишились своей власти на уровне отдельных транзакций, они уже не могли отстаивать правила и нормы регулирования. Фирмы, оперирующие ценными бумагами, и их клиенты – институциональные инвесторы – требовали от участников рынка более высокого уровня услуг. К началу 1990-х годов, когда я оказался на NYSE, рыночная культура уже кардинально изменилась и стала ориентироваться на соблюдение правил и обслуживание клиентов.

<...>

Заключение

В чем же, таким образом, состоят сильные и слабые стороны подхода к анализу рынков как культур? Во-первых, рассматривая рынки как культуры, мы не принимаем рациональность как некую данность. Ведь поскольку в большей части неоклассических экономических исследований рациональность рассматривается как нечто недифференцированное, не зависящее от контекста, нам необходимо исследовать то, как протекает процесс принятия решения в своей естественной среде. Для обнаружения инструментов принятия решения, описываемых в данной работе, а также для изучения отклонений и познавательных элементов, о которых пишут Д. Канеман, А. Тверски и их коллеги [Kahneman & Tversky 1982], более всего подходит индуктивное исследование. Во-вторых, подход к рынкам как культурам позволяет избежать функционалистского заблуждения, свойственного теориям агентских отношений и транзакционных издержек и гласящего, что принятые на рынке правила и роли суть отражение требований рыночной эффективности. Скорее, власть, статус и исторические взаимосвязи (зависимость от предшествующего пути) на рынке отображены социальными образованиями. Данный подход позволяет нам увидеть, как происходит социальное конструирование рыночной культуры.

В-третьих, акцент на субъективном опыте участников рынка при соблюдении ими правил и выполнении ролей обращает наше внимание на тот факт, что эти правила и роли отнюдь не статичны. Респонденты разворачивают перед нами институциональную историю. Вооружившись подобными архивными материалами, этнограф может исследовать динамику культурных изменений.

Однако несмотря на эти явные преимущества, у подхода к анализу рынков как культур есть и один очевидный недостаток. Этот анализ требует этнографических полевых исследований. А как уже говорилось, доступ к респондентам получить бывает трудно, завоевание их доверия требует времени. Хорошие базы данных слишком громоздки, их анализ чересчур дорог. Тем не менее, рассматриваемый подход является возможной альтернативой столь прочно утвердившемуся в западной культуре восприятию того, что происходит на рынках, как чего-то самоочевидного. Это позволяет на эмпирическом уровне прикоснуться к разнообразию типов хозяйственного поведения и заставляет пересмотреть наши представления о существующих институциональных образованиях.

Литература

Abolafia, M.Y. (a) *Making Markets: Opportunism and Restraint an Wall Street*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

- Abolafia, M.Y. (b) Hyper-rational Gaming, *Journal of Contemporary Ethnography* (July 1996). Vol. 25, No. 2. P. 226–250.
- Baker, W. The Social Structure of a National Securities Market, *American Journal of Sociology* (1984). Vol. 89. P. 775–811.
- Fligstein, N. Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions, *American Sociological Review* (1996). Vol. 61. P. 656–673.
- Goffman, E. *Interaction Ritual*. Garden City, N.Y.: Anchor, 1967.
- Granovetter, M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, *American Journal of Sociology* (1985). Vol. 91. P. 481–510.
- Jackall, R. *Moral Mazes*. N.Y.: Oxford University Press, 1988.
- Kahneman, D., P. Slovic, and A. Tversky. *Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases*. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
- Mansfield, E. *Principles of Microeconomics*. N.Y.: W.W. Norton, 1972.
- Scott, W.R. *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 1995.
- Smith, C. *The Mind of the Market*. Totowa, New Jersey: Rowman and Littlefield, 1981.
- Smith, C. *Auctions: The Social Construction of Value*. Berkeley: University of California Press, 1989.
- Thomas, R. Interviewing Important People in Big Companies, *Journal of Contemporary Ethnography* (1993). Vol. 22, No. 1. P. 80–96.

СЕЛЬСКИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ В МЕСТНОМ СООБЩЕСТВЕ¹

Фадеева Ольга Петровна

Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН

E-mail: fadeeva@ieie.nsc.ru

Необходимым условием успешного осуществления рыночных реформ является формирование экономически значимого слоя частных предпринимателей. Неслучайно, что одним из декларируемых приоритетов аграрной реформы в постсоветской России было развитие фермерского движения и других форм частного предпринимательства в селе. Можно сказать, что за прошедшее десятилетие создана многоукладная сельская экономика. Наряду с крупными коллективными предприятиями свое место в экономическом пространстве заняли фермерские хозяйства, другие представители мелкого и среднего бизнеса, семейные хозяйства. Вместе с тем данные национальной статистики не в полной мере отражают реальную экономическую мощь возрождающегося частного сектора. Более того, по нашему мнению, роль сельского предпринимательства в социальной жизни села и специфика выполняемых им функций пока недостаточно исследована.

Нельзя сказать, что эта тематика не привлекала внимания властей, ученых и общественности. Но, по большому счету, интерес к становлению фермерства и других форм сельского предпринимательства носил конъюнктурно-политический характер. Этим отчасти объясняются наиболее распространенные сюжеты работ, опубликованных по этой теме: характеристики предпринимательской группы, мотивы и причины прихода людей в бизнес, институциональные условия встраивания предпринимателей в рыночную среду, экономические показатели их работы [Боконтаева 1998; Великий и др. 1998; Казакбаев 2000; Козлов 2001; Кудряшов 2001].

Однако зачастую без внимания остаются вопросы укорененности новых хозяйствующих субъектов на селе, оценка их места в социальном ландшафте и проблемы встраивания отношений предпринимателей с местным населением, властными органами, крупными коллективными хозяйствами, другими деловыми партнерами и конкурентами. Важно исследовать: в какой мере село со сложившимися общинно-колхозными традициями и стереотипами, относительно бедным населением и менее подготовленной, чем в городе, рыночной инфраструктурой благоприятствовало появлению новых эффективных собственников; какие ограничения эта инфраструктура накладывала на их развитие – и в какой мере, в итоге, она повлияла на специфику современного сельского предпринимательства. Все эти вопросы еще не получили достаточного освещения в научной литературе. В этой статье мы попытались восполнить некоторые из отмеченных выше пробелов.

Эмпирической базой исследования послужили данные социологического опроса сельских предпринимателей Новосибирской области, проведенного сотрудниками отдела социальных проблем Института экономики и ОПП СО РАН в 2000–2001 гг. Всего было опрошено 100 сельских предпринимателей, в том числе 43 фермера и 57 предпринимателей

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ (проект № 02-03-18204, рук. д.с.н. З.И. Калугина).

несельскохозяйственного профиля². Кроме того, было опрошено 300 жителей одного из районов для оценки социального фона сельского бизнеса и выявления причин, порождающих, с одной стороны, сотрудничество, а с другой стороны, – конфликты между предпринимателями и другими группами местных сообществ.

Особенности становления и развития бизнеса сельских предпринимателей

В литературе принято выделять несколько этапов развития предпринимательского движения. Мощный толчок сельскому предпринимательству еще в период СССР был дан серией экспериментов по созданию подрядных и арендных коллективов в сельском хозяйстве, принятием Законов о кооперативах и индивидуальной трудовой деятельности.

На первом этапе (1989–1993 гг.), по оценкам самих предпринимателей, наблюдались самые благоприятные условия для становления и развития бизнеса. Первые кооперативы работали еще в советский период, в условиях планово регулируемой экономики, и часто становились единственным легитимным каналом для осуществления трансакций по рыночным ценам, недоступных основной массе производителей. Некоторые фермеры и владельцы частных фирм из числа наших респондентов прошли школу первых кооперативов и арендных коллективов, и в начале рыночных реформ, накопив стартовый капитал и освоив практические навыки самостоятельной работы, продолжили свой бизнес в новых организационно-правовых формах.

В последующие годы предпринимательство стало постепенно утрачивать ореол «выгодного» дела, уменьшилась его финансовая и административная поддержка. Все чаще частный сектор стал использоваться властями в качестве «дойной коровы». Респонденты отмечают нарастание административного «пресса» из года в год, связанное, в том числе, с тем, что местные органы власти постепенно осознали расширение своих полномочий и возможность их применения для прямого или косвенного воздействия на «частников».

Становлению фермерских хозяйств в начале 1990-х годов несомненно способствовали значительные налоговые льготы и целевые государственные кредиты. В дальнейшем ослабление и практически полное прекращение государственной поддержки кардинально изменили ситуацию. С одной стороны, произошел отсев случайных людей, привлеченных ранее возможностью быстрого обогащения, а с другой – сократилось количество желающих стать фермерами. В результате в середине 90-х годов в фермерском движении наметился явный спад. Часть фермеров предпочла «уйти в тень» и, сохранив объемы производства, перерегистрироваться в «личные подсобные хозяйства» и перестать платить налоги. В Новосибирской области за 1994–2002 гг. количество крестьянско-фермерских хозяйств сократилось почти в 1,5 раза – с 6 300 до 4 223 единиц, но в то же время почти вдвое увеличился средний размер земельного надела, приходящегося на 1 хозяйство, – с 50 до 98 гектар [Основные показатели развития крестьянских хозяйств Новосибирской области, 2002: 10–12].

Можно выделить две группы людей, возглавивших фермерское движение в начале 1990-х годов. Первую составили рядовые механизаторы, подхватившие «вирус» свободного труда на земле в арендных семейных и хозрасчетных коллективах на переломе 1980-90-х годов ушедшего столетия или же пожелавшие проверить свои силы в открывшихся новых экономических условиях. Костяк второй группы – это руководители высшего и среднего звена, специалисты коллективных хозяйств, которые сумели воспользоваться своими полномочиями и знаниями для успешного «фермерского старта». В эту группу вошли и те бывшие руководители и специалисты, которые в знак протеста или в результате возникшего

² Первые результаты данного исследования были опубликованы в журнале «Регион: экономика и социология». 2001. № 3 [Калугина 2001].

конфликта с ближайшим начальством или трудовым коллективом ушли из коллективного хозяйства и начали свое дело.

Фермерские хозяйства, образованные в середине и конце 90-х годов, лишенные многих льгот и возможностей фермеров-первопроходцев, были в большинстве своем обречены на борьбу за выживание, так как опоздали с получением льготных кредитов, техники и оборудования в качестве имущественных паев. Создание этих хозяйств – скорее, не обдуманый шаг, а сигнал безысходности от тех, кто долгое время оттягивал принятие подобного решения и ушел в фермеры лишь тогда, когда распад и банкротство коллективного хозяйства стали очевидными.

В отличие от фермеров, другие предприниматели, действующие на сельских просторах, специализированной поддержки государства, обеспечивающей в том числе доступ к банковским ресурсам, не получили. Так, только 10% предпринимателей этой группы смогли воспользоваться кредитами банков (среди фермеров таких оказалось 79%), поэтому большую часть инвестиций им пришлось осуществлять из собственных накоплений (72%) и путем заимствования у родственников и друзей (30%).

«Непрофильные» предприниматели весьма разнородны и заняты в основном в торговле и услугах населению (организация питания, бытовое обслуживание, строительные работы, транспортные услуги, закупки сельхозпродукции и др.). В большинстве случаев этот бизнес тяготеет к районным центрам и крупным селам – поближе к платежеспособному населению, в то время как фермерские хозяйства приближены к земельным угодьям и располагаются, как правило, далеко за пределами крупных поселений.

В отличие от фермеров, которые делали свой выбор в пользу самостоятельного хозяйствования добровольно и осознанно, в несельскохозяйственный частный бизнес люди во многом шли вынужденно в связи с отсутствием иных возможностей заработка. Так, 75% наших респондентов из числа предпринимателей несельскохозяйственного профиля назвали в качестве основной причины, побудившей их к организации бизнеса, безработицу и нужду, в то же время доля фермеров, давших такой ответ, составила всего 20%. В эту группу «бизнесменов поневоле» попали представители самых разных профессий и специальностей: бывшие работники промышленных предприятий, строительных, торговых, образовательных и иных организаций и учреждений.

Мелкая торговля стала массовым прибежищем женщин, потерявших работу и нашедших для себя возможность заняться «челночным» бизнесом районного масштаба, что не потребовало от них приобретения новой квалификации. Такой бизнес весьма прост и, по сути, основан на чрезмерной самоэксплуатации. От торговца требуется выполнить нехитрые действия: закупить товар повседневного спроса по низкой цене на оптовых рынках областного центра, привезти его в райцентр или в село и реализовать с лотка на улице или под крышей местного рынка.

Наряду с лоточной торговлей в сельской местности сложилась сеть частных магазинов, владельцами которых стали самые успешные сельские предприниматели, которые либо сразу ориентировали свой бизнес на стационарную торговлю, либо со временем открыли торговые дома и палатки для реализации собственной продукции (переработанные мясопродукты, молоко, хлебобулочные изделия и пр.).

Другой путь прихода в предпринимательство несельскохозяйственного профиля был связан с организацией своего дела на «руинах» обанкротившихся или приватизированных Домов быта, парикмахерских и прочих предприятий сферы услуг. В этом случае уволенный сотрудник этих подразделений арендовал или выкупал свое рабочее место – помещение, оборудование – и продолжал заниматься тем же самым, но уже на частной основе. Иногда изменение его статуса проходило почти незаметно для глаз клиентов, привыкших из года в

год ходить подстригаться в парикмахерской «на углу», в соседнем доме – чинить обувь, ремонтировать электроприборы.

В ряде случаев образование «предпринимателя без юридического лица» осуществлялось по приказу начальства в недрах отдельного предприятия. Для оптимизации налоговых платежей или по другим соображениям заведующего ведомственным магазином, пекарней, столовой, пельменным цехом руководители обязывали купить патент и зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя, иногда даже выделяя из кассы предприятия деньги для оформления надлежащих документов. В результате вновь испеченный предприниматель со своими подчиненными продолжал делать то, что еще недавно составляло одну из сфер действующего производственного цикла большого предприятия, по-прежнему по многим вопросам подчиняясь своему формально бывшему руководству. Этот путь можно назвать «инсайдерским».

Поскольку группы фермеров и предпринимателей несельскохозяйственного профиля формировались под влиянием различных мотивов и из разных социальных слоев, то в начальный период развития их бизнеса перед ними вставали разные по характеру и степени остроты проблемы.

Несмотря на особую государственную поддержку, оказываемую фермерскому движению в начале 90-х годов, выделяемых средств и созданных возможностей, по оценкам наших респондентов, все же не хватило для того, чтобы фермерские хозяйства смогли обзавестись достаточным парком машин и техники (38% жалоб), создать собственную производственную инфраструктуру (21%), не сталкиваться с противодействием местной бюрократии (35%) и почувствовать в полной мере налоговые послабления для только что организованных хозяйств (37%). По мере развития фермерских хозяйств острота их проблем стала определяться ростом цен на сельскохозяйственную технику и топливно-энергетические ресурсы (60% ответов), который не компенсировался увеличением закупочных цен на зерно и другую сельхозпродукцию. Это заведомо обрекало фермерский бизнес на низкую рентабельность и требовало от его владельцев наработки особых способов разрешения проблем, связанных, в том числе, с занижением реальных объемов производства и уходом от уплаты всех налогов, сокрытием реального количества занятых и т.п. На этом фоне на второй план для фермеров отошли проблемы налогового пресса (30% ответов) и административного давления (16%).

Проблемы торговцев и других бизнесменов, обслуживающих сельское население, изначально были вызваны низким платежеспособным спросом, и их острота только усиливалась со временем. Так, если на этапе становления низкий платежеспособный спрос затруднял работу 31% предпринимателей, то на момент опроса этот фактор тормозил развитие бизнеса уже у 56% опрошенных. К тому же эта группа предпринимателей все больше стала ощущать на себе противодействие и даже прямое вмешательство властей в свои дела. Если в начале развития бизнеса с этим явлением сталкивались 25% респондентов, то на момент опроса эта проблема актуализировалась уже для 33% опрошенных. Примечательно, что проблема недоступности кредитов у этой группы изначально не ощущалась так остро, как у фермеров (26% и 42% соответственно), а со временем заметно ослабла (18%). Это объясняется небольшим стартовым капиталом, требуемым для начала торгово-закупочной и обслуживающей деятельности, а также сложившейся у многих сельских предпринимателей привычкой обходиться без заемных средств. Последнее обстоятельство ограничивало возможности развития бизнеса и заставляло предпринимателей, в ущерб личному благосостоянию, направлять большую часть доходов на пополнение оборотных средств.

Успешность малого и среднего бизнеса определяется не только выбранной сферой деятельности, удачным размещением производства или торговой точки, своевременным получением кредита, трудолюбием и предпринимательским талантом хозяина и его

помощников. Важное значение имеют и другие факторы, которые лишь в малой степени поддаются управлению и прогнозированию. Погодные условия, степень расположения местных властей и другие причины могут решающим образом повлиять на успех либо неудачу каждого отдельно взятого сельского предпринимателя. Тем не менее, 5% фермеров и 10% предпринимателей несельскохозяйственного профиля оценили свою деятельность как вполне успешную, соответственно 58% и 44% – дали ей среднюю оценку. Наименее устойчивым выглядит положение несельскохозяйственных предпринимателей: треть из них оценивают успешность своего бизнеса крайне низко, так как он позволяет им всего лишь существовать на грани выживания (доля «неудачных», по самооценкам, фермеров оказалась 19%).

Успешность бизнеса во многом базируется на развитии по принципу вертикальной интеграции, когда осваиваются дополнительные сферы, связанные с первоначальной специализацией. Например, глава фермерского хозяйства, утвердившись в качестве производителя сельхозпродукции, переключается на развитие собственной переработки – открывает мельницу, молочный или колбасный цех, пекарню, столовую или кафе, – а также создает собственную торговую сеть, где попутно с реализацией своей продукции занимается продажей товаров, закупаемых на стороне. Расчет делается на снижении себестоимости товарной продукции за счет использования собственного сырья и переработки. Создаваемые в таком хозяйстве разнообразная производственная база и инфраструктура (оборудование для переработки, собственный автотранспорт и хранилища) в разные периоды времени могут использоваться с разной интенсивностью (в зависимости от спроса, запасов сырья, выгоды производства и предложения данных услуг). Потери от временного недоиспользования мощностей одного вида покрываются за счет других производств, и в любом случае наличие диверсифицированной материальной базы развязывает предпринимателю руки и предоставляет возможность быстрой перестройки на выпуск востребованной на данный момент продукции.

Предприниматели и «сильные мира сего»

В сельской местности, по сравнению с городом, фактор власти играет более значимую роль. От позиции руководства района, крупного сельскохозяйственного или другого предприятия часто зависит то, будет ли на вверенной им территории развиваться частная торговля и появятся ли там другие формы частного бизнеса, закрепятся ли фермерские хозяйства и наладят ли свою работу малые перерабатывающие предприятия.

Нередко главы сельских администраций разного ранга в альянсе с местными крупными работодателями становятся главными «полисимейкерами» в сфере предпринимательского движения. Их указания и предпочтения зачастую оказывают решающее влияние на развитие мелкого и среднего бизнеса.

Из интервью с владельцем сети магазинов: *«Районное руководство не отпускает от себя производство, не пускает туда деловых людей, способных его развить, «стрижет купоны» с полурботающих предприятий (кирпичный завод, деревообрабатывающий комбинат), где постоянно задерживаются выплаты зарплат работникам, денежные выплаты подменены натурой по завышенным ценам, так что рабочие увязают в долгах к собственному предприятию».*

Предприниматель вынужден чутко прислушиваться к мнению властей о предпочтительной схеме налогообложения – и, жертвуя своими экономическими интересами, выбирать для себя ту модель, которая согласуется с установками районного руководства: *«Единый (вмененный) налог – это удобно, однако мы работаем по другой схеме. Платим все налоги, так как не хотим портить отношения с главой районной налоговой инспекции, который не одобряет вмененный налог с торговых площадей».*

Предпринимателей также не устраивает то, что чиновники при решении вопроса о целесообразности открытия нового киоска или магазина используют аргументы вроде «вполне достаточно имеющихся торговых точек». У одного из наших респондентов, решившего создать свою сеть хлебных киосков, другое мнение: *«Рынок не насыщен. Торговцы должны конкурировать друг с другом – и не дело властей решать, стоит или не стоит допускать эту конкуренцию. Если у кого есть желание, надо без проволочек дать ему возможность открывать свой магазин, киоск».*

Негативные моменты во взаимодействии с представителями властей нередко возникают у предпринимателей на стадии заключения или перезаключения арендных договоров на торговое или производственное помещение. На ненадежность чиновников районной администрации в качестве деловых партнеров указали нам частные торговцы, которые были вынуждены перебраться из обустроенного ими помещения одного магазина в долго простаивающий другой магазин. Руководитель «районной торговли» своим волевым решением обязал переписать арендные договоры с предпринимателями (даже не дожидаясь истечения срока действия старых договоров), при этом были увеличены ставки аренды, а в качестве главного и знакомого аргумента обиженным торговцам-арендаторам было сказано: *«Не нравится – уходите, находите себе другое помещение».*

Стоит отметить, что проблемы арендаторов весьма болезненны – и нередко становятся причиной скудости социальной инфраструктуры малых городов и поселков. Из интервью с одним из самых успешных предпринимателей нашей выборки: *«Хотел организовать кафе в райцентре, так как точек общепита здесь явно не хватает, хотя потребность в этом есть. Но встала проблема с помещением: выкупить что-то трудно (нет для этого денег, да и не продадут его чужим), свое строить тоже пока не получается, а долгосрочная аренда помещения – это очень неблагоприятная вещь. Арендатор будет постоянно повышать арендную плату, особенно, если увидит, что дело пошло, а мне вкладываться в модернизацию этого здания будет не резон».*

Другая группа проблем обусловлена чрезмерной свободой действий контролирующих органов, которые в силу возможностей многозначного толкования существующих норм и правил способны находить нарушения у всех без исключения предпринимателей. Это порождает систему мелких и крупных услуг, которые вынуждены предоставлять предприниматели представителям разных властей в обмен на их лояльность и особую расположенность. Система этих услуг включает бесплатную стрижку у частного парикмахера, «спонсорский обед» в частном кафе, льготы при покупке товаров в частном магазине. Из интервью с владельцем придорожной закусочной: *«Проверяющие службы, в том числе милицейские работники, требуют, чтобы я их обслуживал бесплатно. Дорожный фонд заставляет делать 200-метровую полосу для выезда машин от моей закусочной, но это строительство дороги очень дорого стоит... Очень раздражает нахальство людей, облеченных властью, которые считают, что «частник» им обязан и должен обслуживать их бесплатно. Если же «частник» воспротивится, то ему сразу продемонстрируют его незащищенность – в лучшем случае выпишут штраф, и попробуй только не оплати. Суд всегда на стороне власть имущих».*

Предприниматели жалуются на чрезмерное количество различных проверок. По оценкам мелких торговцев, в среднем до двух раз в неделю к ним приходит тот или иной проверяющий. В ряде случаев торгующих на улице не устраивает назначенный им высокий налог за торговое место: *«Берут как за ларек, а у меня просто место на улице».*

Можно говорить о смене тактики предпринимателей во взаимодействии с местной властью. Если в начале своего пути активно «боролись за правду» и искали компромисс путем непосредственного обращения к властям около трети наших респондентов, то на момент опроса решать вопросы в различных органах власти отваживаются чуть более 10% опрошенных. Предприниматели научились решать свои проблемы по-другому: освоили

маркетинг, наработали способы легального ухода от налогов и пр. В то же время с момента зарождения сельского предпринимательства среди наших респондентов увеличилось число тех, кто фактически расписался в собственном бессилии. В момент становления бизнеса считали, что «от меня ничего не зависит» 5% опрошенных, а на сегодняшний день такую позицию разделяют уже 19%.

Все чаще в предпринимательской среде раздаются голоса за ведение честного бизнеса³, условия для которого нужно создавать, прежде всего, силами государственных структур: *«Хотелось бы иметь такую систему налогообложения, чтобы стало возможно вести честный бизнес. Это позволит преодолеть в себе постоянное чувство вины, подобно нераскрытому преступнику, перед чиновничеством всех рангов».*

Проблемы легализации бизнеса очень актуальны для крестьянско-фермерских хозяйств. Дело в том, что в подавляющей массе фермерские хозяйства заняты производством зерновых. Выращиванием скота фермеры заняты, как правило, только в пределах своей семейной усадьбы – и потому данные об этом производстве фермерского сектора слабо учитываются и почти не облагаются налогом. Однако если посчитать, сколько реально фермерская семья держит скота, откармливает свиней, то окажется, что фермерский сектор вносит также значительный вклад в общий объем сельхозпроизводства и по линии животноводства⁴. Этому в немалой степени способствует собственная кормовая база, которая создается в фермерском хозяйстве.

Сами фермеры признают, что статистика улавливает лишь малую часть производимой ими продукции. Например, по некоторым оценкам, в среднем примерно в 3 раза ею занижается уровень сбора зерновых культур. Фермеры не торопятся заявлять в своей отчетности объем произведенной говядины или свинины, надоенного молока. Действенный рычаг легализации и увеличения объемов животноводческой продукции, по их мнению, мог бы быть связан с введением механизма выплат государственных дотаций на развитие животноводства и формированием системы госзаказа на сельхозпродукцию.

Полутеневое существование большинства фермерских хозяйств вызывает нарекание не только со стороны налоговой инспекции и других государственных органов власти, но и со стороны конкурирующих с ними крупных предприятий, которым недоступны подобные уловки. По словам директора крупного зернопроизводящего и перерабатывающего хозяйства, именно фермеры повинны в существовании теневого рынка зерна, так как, занижая урожайность своих полей в 2–3 раза, они выбрасывает на рынок дешевые, необлагаемые налогом, партии пшеницы, овса и другой продукции. Также фермер экономит на оплате наемной рабочей силы. Чтобы обрабатывать 500–600 га земли, требуется не менее 10 работников, которые, как правило, в фермерских отчетах не проходят, на них не выплачиваются никакие налоги и взносы. Труд работников оплачивается «в черную», а в подаваемых документах в качестве работников числятся только сам фермер и его жена.

Местное фермерское сообщество давно выступает за введение единого сельхозналога (в расчете на площадь обрабатываемых земель). Это связано с двумя обстоятельствами.

³ Созвучная тема создания условий для легализации частного бизнеса была затронута В.В. Радаевым в серии статей [Радаев 2001; Радаев 2002].

⁴ Так, согласно официальной статистике, в 2001 г. удельный вес фермерских хозяйств Новосибирской области в общем объеме производства мяса скота и птицы составил всего лишь 1,3% [Основные показатели... 2002: 8]. Однако выборочное обследование 364 фермерских хозяйств области показало, что данные о наличии сельхозживотных на фермерском подворье, попадающие в отчет, занижены по количеству крупного рогатого скота примерно в 3 раза, а по количеству свиней – в 7 раз.

Во-первых, это значительно облегчит для фермеров процесс составления отчетов в налоговую инспекцию. Сейчас эта процедура весьма трудоемка и запутанна, так как, с одной стороны, от крестьянско-фермерского хозяйства требуют отчета по той же балансовой форме, что и от крупного сельхозпредприятия, а с другой стороны – идет непрерывный процесс изменения в налоговом законодательстве, так что предприниматели просто не успевают за всеми налоговыми нововведениями и по незнанию допускают ошибки. За что тут же наказываются штрафом. В итоге фермер, независимо от степени доходности своего предприятия, вынужден обращаться к услугам профессионального бухгалтера, что увеличивает его затраты и способствует усилению интереса утаивать часть доходов от налогообложения.

Во-вторых, желание части владельцев фермерских хозяйств «подчиняться» единому налогу связано с их стремлением к легализации своего бизнеса. Фермеры ратуют за построение системы прозрачных отношений с государством и готовы поделиться с ним частью скрываемых сейчас доходов в обмен на снятие с них всяческих подозрений в нечестности. Сейчас фермеры жалуются на то, что упреки налоговиков в их адрес раздаются всякий раз, когда ими покупается новый автомобиль, недвижимость, производственная техника.

Так, фермеры одного из самых сильных в экономическом плане сельских районов Новосибирской области выразили готовность в качестве сельхозналога отдавать по 70 кг зерна III класса с каждого гектара обрабатываемых площадей или же выплачивать соответствующий денежный эквивалент. По их расчетам, это увеличит налоговые поступления в районный бюджет от фермерского сектора более чем в 5 раз. Глава районной администрации очень заинтересован в претворении фермерской инициативы, однако этому мешает, с одной стороны, непринятие соответствующего решения на областном уровне, а с другой стороны, ограниченный формат сельхозналога, который прописан в соответствующем Законе РФ. В частности «единый» сельхозналог не освобождает налогоплательщиков от уплаты единого социального и подоходных налогов, налогов в Дорожный фонд и налога на продажи.

Фермер и коллективное предприятие: сотрудничество или конфликт?

Недостаточное техническое оснащение фермерских хозяйств нередко толкает их владельцев на сотрудничество (протекающее как в формальных, так и в неформальных рамках) с крупными коллективными предприятиями (бывшими колхозами и совхозами).

В основе этой кооперации лежит, с одной стороны, слабая техническая вооруженность мелких ферм и возникающее из-за этого желание обойти этот недостаток с помощью инфраструктуры коллективного хозяйства. С другой стороны, имеющиеся в распоряжении частных предпринимателей комбайны, тракторы и другое оборудование не всегда используются интенсивно и могут быть переданы во временную аренду нуждающимся в технике коллективным или семейным хозяйствам. Например, в период уборки фермеры, дожидаясь срока вызревания своего урожая, могут временно выйти на работу на поле своего соседа – коллективного хозяйства. Наиболее крупные фермерские хозяйства, обрабатывающие 1–2 тыс. га земли, уже сейчас имеют тот же набор и количество комбайнов, что и коллективное хозяйство с большими в 2–4 раза посевными площадями.

Один из опрошенных нами фермеров отдавал свою технику в аренду сельхозпредприятию и выполнял по его заказу целый ряд работ (производил вспашку земли под посадку картофеля для работников предприятия, занимался вывозом собранного льна). Взамен ему позволялось хранить зерно на колхозном зернохранилище, там же фермер и подрабатывал на семена собранный урожай. Несколько раз фермер и коллективное хозяйство вступали в отношения обмена – семена овса обменивались на семена пшеницы, продовольственная пшеница заменялась фуражным зерном.

Фермеров вынуждает прибегать к услугам сельхозпредприятия отсутствие оборудования для сушки и подработки зерна, складских помещений, емкостей для хранения топлива, собственных мастерских и другой технической инфраструктуры.

Там, где дела в крупном хозяйстве идут на спад и дело движется к банкротству, взаимовыгодное сотрудничество между коллективным и фермерским хозяйствами не получается. Руководители сельхозпредприятия, опасаясь за сохранность имущества, перестают пускать фермеров в мастерские, на зерноток, хранилище, заправку и намеренно идут на конфликт. Причина этих конфликтов в том, что руководитель уже не может доверять своим неоплачиваемым работникам, подозревая их в готовности распродать по дешевке оставшиеся запчасти, солярку, корма заинтересованным фермерам [Фадеева 2003: 232].

Так, в одном из сел, где работают порядка 30 крестьянско-фермерских хозяйств, руководитель обанкротившегося коллективного хозяйства запретил всем фермерам пользоваться местной автозаправочной станцией для хранения своих запасов солярки и бензина. До недавнего времени это было разрешено, поскольку АЗС находится в неделимом имущественном фонде коллективного хозяйства – и в определенной степени принадлежит всем его бывшим и нынешним работникам. В результате фермеры были вынуждены перетащить баки с ГСМ к себе во дворы, что прямо нарушает правила хранения взрывоопасных материалов и грозит штрафом от санитарно-эпидемиологической службы и инспекции по защите окружающей среды.

- Вопрос пользования технической инфраструктурой сельхозпредприятия и ее правонаследование весьма обострился в последнее время. Фермеры чрезвычайно обеспокоены тем, что скоро начнутся массовые банкротства сельхозпредприятий – и все ликвидные активы (в виде техники, оборудования, помещений и инженерных сооружений) будут описаны за долги или проданы новыми владельцами (по преимуществу «городскими инвесторами»). Именно по такому сценарию развиваются сейчас события в некоторых хозяйствах, куда пришел новый собственник. Подобный развал сложившейся инфраструктуры непременно нанесет удар и по фермерским хозяйствам. Чтобы избежать подобной участи, фермеры хотели бы получить мастерские, склады и прочие сооружения в совместное пользование за небольшие деньги с тем, чтобы в дальнейшем также оказывать услуги местным жителями, ведущим подсобные хозяйства, и всем тем, кто является номинальным собственником этого имущества.

В коллективных хозяйствах, где предпринимаются реальные шаги по нормализации производства и повышению его эффективности, руководители создают собственные системы мотивации качественного труда, препятствующие также и растаскиванию имущества предприятия. Так, в одном из хозяйств Новосибирской области была сформирована система комплексной внутрисельской кооперации, включающая в том числе внутривладельческий хозрасчет и право каждого подразделения с помощью чековых книжек оказывать услуги и вести расчеты с любым клиентом. В этой системе не были забыты и местные фермеры. Председатель, сам несколько лет проработавший фермером, постарался закрыть «щели», через которые могли бы просачиваться ресурсы сельхозпредприятия в закрома фермерских хозяйств. Для этого фермеры были включены в систему чековых расчетов – и наделялись правом пользоваться всеми службами акционерного общества по фиксированным тарифам. Таким образом, их положение легализовалось – и была найдена модель согласования интересов производителей, представляющих разные уклады сельской экономики.

Капитализм с человеческим лицом

Виды взаимодействия сельских предпринимателей с местным населением весьма многообразны. Обратимся сначала к анализу роли предпринимателей в сфере занятости.

С этой точки зрения предпринимательство выполняет двоякую функцию: с одной стороны, оно является сферой приложения труда самих предпринимателей, а с другой – предприниматели могут выступать в качестве работодателей. Данные официальной статистики свидетельствуют о том, что в настоящее время на долю индивидуального предпринимательства приходится небольшой сегмент рынка труда. В 2000 г. в России в целом доля занятых предпринимательской деятельностью (без образования юридического лица) составляла 6,3% экономически активного населения [Труд и занятость в России 2001: 255]. В этот же период в сельской местности Новосибирской области доля занятых предпринимательством не превышала 2% [Рынок труда Новосибирской обл. 2001: 16].

Результаты нашего исследования показывают, что не все сельские предприниматели привлекают наемный труд. Только 40% опрошенных предпринимателей используют труд постоянных или сезонных работников. Фермеры, обрабатывающие до 200 га земли, как правило, обходятся силами своей семьи. Потребность в наемном труде возникает в более крупных хозяйствах. Так, владельцы хозяйств площадью 400-500 гектаров на время посевных и уборочных работ нанимают временных работников. Их количество зависит, с одной стороны, от специализации фермерских хозяйств, а с другой, – от состава и численности зарегистрированных членов фермерского хозяйства. В тех случаях, когда в фермерском хозяйстве объединены члены нескольких родственных семей, работают представители двух и более поколений, потребность в дополнительных работниках, как правило, сокращается.

Однако развитие бизнеса, расширение его объемов часто приводит к постепенному перерождению собственно семейного бизнеса. К членам одной семьи или родственного клана присоединяются наемные работники – сначала на временной, сезонной основе, а потом уже в качестве постоянно занятых. Это может происходить в рамках расширения одного производства или же постепенной диверсификации бизнеса.

У опрошенных нами крупных фермеров, обрабатывающих свыше 500 га земли, количество сезонных работников составляло от 5 до 10 человек. Стоит отметить, что фермерские хозяйства зерновой специализации привлекают только механизаторов на сравнительно небольшой срок. В овощеводческих хозяйствах, занимающихся, например, производством картофеля, существует значительный спрос на неквалифицированных работников для сбора урожая, его погрузки и складирования. В таких случаях отсутствие достаточного количества специализированных машин заменяется большим количеством дешевого ручного труда. В постоянных наемных работниках нуждаются чаще всего владельцы животноводческих ферм, а также фермеры, занимающиеся наряду с производством сельскохозяйственной продукции также ее переработкой. По нашим данным, доля фермерских хозяйств, в которых наемные работники трудятся на постоянной основе, в сибирской деревне невелика. Это дает нам основание говорить о том, что фермерство является в настоящее время скорее сферой самозанятости сельского населения, нежели сферой привлечения наемного труда.

Как правило, трудовые отношения между фермерами и наемными работниками официально не оформляются и строятся на взаимном доверии сторон. Соответственно большинство наемных работников составляют своего рода скрытую «армию труда» и потому не могут рассчитывать ни на какие социальные гарантии со стороны своих работодателей. Однако работники соглашаются на неформальные контракты, так как даже временная занятость на уборочных работах приносит им не только денежный доход, но и зерно, фураж, возможность получения разного рода услуг для ведения личного подсобного хозяйства.

В отличие от фермерских хозяйств предприниматели несельскохозяйственного профиля предпочитают использовать постоянную рабочую силу. Это характерно для каждого второго респондента. Сезонную занятость практикуют 20% опрошенных предпринимателей. При этом число наемных работников (временных и постоянных) сильно варьируется в

зависимости от масштабов бизнеса. Если мелкие предприниматели нанимают максимум 2-3 работников, то крупные дают работу 40–50 чел.

Предприниматели несельскохозяйственного профиля, как правило, предъявляют спрос на работников с достаточно высоким уровнем образования и квалификации, к тому же обладающих определенными деловыми и исполнительскими качествами. Сельское население далеко не всегда соответствует этим требованиям и поэтому не может удовлетворить имеющийся спрос. В ряде интервью сельские предприниматели указывали на трудности подбора людей даже на временную работу, которую они готовы оплачивать регулярно и в денежной форме.

Существует и другая проблема занятости сельского населения в сфере предпринимательства. Она заключается в том, что застойная безработица на селе приводит к деградации работников, которая сочетается с их недисциплинированностью, пьянством и криминальным поведением. Низкое качество сельской рабочей силы не позволяет предпринимателям занять работой имеющийся на селе избыток рабочих рук.

В последнее время наблюдается изменение отношения сельского сообщества к «частникам». Можно говорить о том, что маятник общественного мнения все больше склоняется на их сторону. В начале 90-х годов часто отмечались случаи выражения недовольства или открытой неприязни сельских жителей к появившимся на их территории фермерам, владельцам магазинов и пр. Отечественные СМИ многократно информировали общественность о поджогах и других случаях проявления агрессии в отношении наиболее успешных местных бизнесменов.

Сейчас можно говорить о существенном смягчении такого рода негативных проявлений⁵. На вопрос о том, как в селах относятся к частным предпринимателям, мы получили следующие оценки опрошенных нами жителей. Четверть респондентов считают отношение своих односельчан к частникам положительным, 16% отметили нейтральное отношение и только 14% сказали о негативной оценке, отметив при этом, что в основе подобного антагонизма лежит как простая человеческая зависть (37% ответов), так и недопустимое поведение самих предпринимателей, которые «не работают, а спекулируют» (19% ответов) и «наживаются нечестным путем» (12%). Однако большее число респондентов (34%) все же не смогли однозначно оценить общественное мнение своего села по этому вопросу, считая, что отношение селян формируется не ко всему предпринимательскому классу, а к его конкретным представителям – и единой на всех оценки нет.

Причина ослабления антагонизма в этих отношениях объясняется, на наш взгляд, следующими причинами. Сельские жители увидели, что, с одной стороны, труд предпринимателей становится все тяжелее и тяжелее, время «быстрых денег» ушло, а с другой стороны – возросла зависимость жизни селян от их усилий. В селах не осталось других магазинов и предприятий сферы обслуживания, помимо частных, предприниматель оказался предпочтительным работодателем и арендатором земельных паев, он стал выполнять многие социальные функции в рамках всего села.

Мы располагаем немалым числом примеров, показывающих, как жители деревень и мелкие частные торговцы научились сообща преодолевать сложности. Так, наезжающие в село торговцы-«коробейники» нередко работают по заказам местных жителей (подыскивают в городе, например, обувь конкретного размера и в пределах определенной денежной суммы), т.е. предоставляют свои услуги адресно. Соглашаются отдавать свой товар покупателю в кредит или принимают вместо денег натуроплату. В таких случаях в качестве универсальной разменной монеты служат куриные яйца, молоко и другие продукты. Иными словами, всякими способами торговцы приспосабливаются к особенностям и возможностям своих

⁵ О преодолении неприязни сельского населения к местным предпринимателям и фермерам см. также [Емельянова, 2001].

покупателей. Но такой социальный «бизнес» сталкивается с немалыми проблемами. Продавать в кредит, работать за натуроплату могут позволить себе далеко не многие. Ведь, как правило, торговцы не имеют внешних источников для оборотных средств. Поэтому социально ориентированная недоходная коммерция недолговечна, разорение – не за горами.

Традиции сельской общины, где каждый знает друг друга, где не всегда удобно требовать деньги за свои услуги, может стать не только экономическим, но и моральным препятствием для становления и развития предпринимательства. Отказ знакомому в просьбе (например, в продаже в кредит) означает нарушение правил общежития, выработанных годами, что чревато ухудшением отношений с местным сообществом. Капитализм хорошо приживается там, где преобладают неперсонифицированные отношения, где линии родства или знакомства не вмешиваются в деловые контакты, где личные симпатии и антипатии отступают перед сухой калькуляцией экономического эффекта.

В настоящее время в Новосибирской области уже в более чем в 150 селах ликвидированы крупные сельхозпредприятия. Еще в 100 селах они находятся в состоянии фактического банкротства. По сути, речь идет о новом массовом явлении – селах, в которых отсутствуют крупные работодатели. Развал коллективных хозяйств заострил социальные проблемы села, прежде всего, его инфраструктуры. В ряде сел экономическая власть и основная доля материальных ресурсов перешли в руки нового сектора – фермерского. И, подобно прежним колхозам и совхозам, фермерские сообщества были вынуждены взять на себя часть донорских функций: помощь школе и другим объектам соцкультбыта, расчистка и ремонт дорог, поддержка других жизненно важных инженерных сооружений.

Фермеры заинтересованы в помощи своим односельчанам. С одной стороны, потому, что ведение их дел требует хорошего, благоприятного (по возможности, не завистливого) отношения окружающих. С другой стороны, они сами глубоко включены в местное сообщество (в школе учатся их дети, они пользуются сельскими дорогами, им также угрожает весенний паводок).

В одном из обследованных нами сел инициатором привлечения фермеров оказался глава сельской администрации, который смог консолидировать их для решения неотложных проблем всего села, учредив институт «общих собраний». Это касалось, прежде всего, расчистки дорог от снега зимой, весенних работ по укреплению дамбы, а также оказания посильной помощи школе (техникой, продуктами для столовой, зерном – в качестве помощи учителям, держащим собственный скот).

- Всякий фермер или другой сельский предприниматель, проживающий на территории села, в той или иной степени включается в «общинную» систему разделения ответственности – и вносит свой вклад в разрешение экономических и социальных проблем своих односельчан. Способы такого включения различны, различны и формы принуждения к такой благотворительности, но сам факт участия в жизни села становится «священным долгом» предпринимателя – и находится в жесточайшем противоречии с идеей рационального ведения хозяйства. Экономика в селе не может быть «чистой», лишенной моральных и этических компонентов, не обремененной социальными обязательствами. И эти обязательства тем существеннее, чем более традиционно местное сообщество, чем более оно бедно. В этом нам видится существенное отличие сельского предпринимателя от городского.

Особая этика сельского предпринимательства, являющаяся производной от формулы моральной экономики Дж. Скотта [Скотт 1992], основанной на священном праве каждого члена сельской общины на получение куска хлеба и выживание, – интересная тема для исследования, позволяющая выйти на понимание глубинных факторов, как способствующих, так и препятствующих распространению предпринимательства в сельской местности.

Фермер или всякий иной предприниматель не может без оглядки на местное сообщество решать проблемы организации своего бизнеса. Он вынужден осуществлять заведомо экономически невыгодные действия: отдавать свой товар в долг («под запись»), трудоустраивать тех, кто потерял работу, в том числе нанимать пьющих и социально неблагополучных работников со всеми последующими издержками.

Этика фермера, в частности, ограничивает его возможность скупать земельные паи своих односельчан. Например, основной официальный фермер-землевладелец одного из районов Новосибирской области, в чьей частной собственности находится свыше 100 га земли, отговаривал людей продавать ему землю и предлагал передать ему ее на обработку в рамках долгосрочной аренды.

Фермеры нередко выступают в качестве спонсоров социальных проектов села. Например, в СМИ прошли сообщения о том, что в одном из сел фермеры, по договоренности с местной администрацией, выплачивают особый налог в местную казну. С каждого гектара пашни они сдают по 10 кг зерна, которое затем поступает работникам школы и других социальных объектов села, лишенным земельного пая, но ведущим свое подсобное хозяйство и потому нуждающимся в кормах.

В селах с разорившимися коллективными хозяйствами фермеры взяли на себя заботу о семейных подворьях: за небольшую плату на своей технике они развозят по дворам корма, дрова и уголь. Причем «идеальный» фермер хочет остаться незаметным, ему не нужна слава хорошего хозяйственника или щедрого благотворителя. Ведь и в том, и в другом случае его тут же заподозрят и налоговые органы, и односельчане в том, что он слишком хорошо живет и должен еще больше делиться и с государством, и с народом. Здесь скрыта и другая опасность – формирование в сельской среде иждивенческого отношения к предпринимателям, завышенных ожиданий спонсорства и, как следствие, – увеличивающемся во времени социальном бремени, которое должен нести сельский бизнес.

Другим важным фактором, определяющим «выгодность» сельских предпринимателей сельскому сообществу, является то, что они арендуют земельные паи односельчан. Выдавая в качестве арендной платы зерно и другие ресурсы для ведения подсобных хозяйств, они становятся основными помощниками и гарантами существования многих семейных подворий.

По результатам нашего опроса 43 глав фермерских хозяйств, только 13,8% обрабатываемой земли находится в их собственности, 11,9% – передано им в пожизненное владение с правом наследования и 70,7% – арендуется ими, в большей части у своих односельчан – частных владельцев земельных паев. В немалой степени «бескровное» разрешение земельного вопроса до февраля 2003 г. (до момента, когда вступил в действие Закон об обороте земель сельскохозяйственного назначения), стало возможно благодаря отсутствию, с одной стороны, физического выделения земельных паев, а с другой стороны, наличию права на аренду компактного участка земли. После введения указанной нормы фермеры могут столкнуться с трудностями продления арендных договоров – и далеко не все из них смогут выкупить обрабатываемые ими земли.

Покупка имущества обанкротившихся коллективных хозяйств крупными городскими фирмами, о возможности которой говорилось выше, лишит бывших работников этих хозяйств – владельцев земельных паев – права распоряжаться своим паем – и не даст фермерам получить удобно расположенный и плодородный земельный надел.

Появление в селе городского инвестора может способствовать усилению солидарности фермеров с местным населением. Такой инвестор, в случае неудачной попытки реанимировать умершее сельскохозяйственное производство, поспешит продать последнее ликвидное имущество (скот, технику, оборудование и пр.). Эти шаги, разумные с точки

зрения эффективного бизнеса, способны, как мы уже говорили, подорвать производственную базу и техническую инфраструктуру села и нанести непоправимый удар как по жителям села, так и по фермерским хозяйствам, имевшим ранее доступ к ресурсам крупного сельхозпредприятия. В этом смысле интересы фермеров и местных жителей совпадают, они объективно настроены на сотрудничество.

И наконец, фермеры и другие сельские предприниматели могут встать во главе разного рода преобразований и нововведений. Это становится возможным отчасти потому, что им удалось в своем развитии (как в мировоззренческом, так и в практическом плане) перешагнуть установленные общинной традицией нормы и правила. Человек, проявивший себя в бизнесе, уже смог почувствовать уверенность в своих силах, доказать себе и другим возможность серьезного успеха при внедрении чего-то нового и дотоле неизвестного. Поэтому местные предприниматели – лучшие кандидаты для организаторов новых кооперативных структур. Поскольку, с одной стороны, они – представители «местной элиты», обладающие доверием населения в том, что они не допустят слишком крайних форм нововведений (возмущений) в местной среде, а с другой стороны – именно они обладают практическими возможностями и желанием изменить ситуацию к лучшему.

В настоящее время жители сибирского села больше всего заинтересованы в развитии сбытовых кооперативов, которые могли бы собирать молоко или мясо с крестьянских дворов, формировать оптовые партии этой продукции и доставлять ее на перерабатывающие заводы и рынки. Это позволило бы всем членам кооператива иметь стабильный источник доходов и выручать больше денег, в сравнении с тем, что достается сейчас крестьянам от продажи небольших объемов продукции заезжим перекупщикам. Также на кооперативных началах могли бы производиться работы по вспашке огородов, осуществляться откорм скота, пользование техникой, мастерскими. По нашему мнению, с помощью кооперативов можно было бы вывести из «тени» личные подсобные хозяйства, которые до сих пор находятся вне правового поля российской экономики.

Описанный выше союз фермеров и сельского населения способен спасти часть сел с разрушенной экономикой от окончательной деградации посредством зарождения новой кооперативной системы, обеспечивающей потенциально взаимовыгодные условия для развития как личных подсобных, так и фермерских хозяйств.

Другая сфера для создания кооперативных структур – кредитные товарищества и ассоциации [Доценко 2001], нацеленные на то, чтобы временно свободные финансовые средства жителей села аккумулировались и становились ресурсом для развития личных подсобных и фермерских хозяйств. Кредитному товариществу в условиях села, где каждый знает друг друга, не составит труда правильно определять платежеспособность и добросовестность каждого обратившегося за деньгами заемщика. В этом случае банковская процедура внесения залога может быть заменена кредитом личного доверия, что существенно упростит процедуру доступа к заемным средствам.

Однако инициаторы развития кооперативного движения прекрасно понимают, что доверие односельчан друг к другу подорвано. Отважиться на то, чтобы стать членом кредитного кооператива, взять на себя хлопоты по организации чего-то нового смогут немногие. Потенциальные члены кредитных сообществ считают, что легче одолжить деньги у соседа, чем создавать для этих целей кооператив. В этих условиях инициаторам новой кооперации предстоит решить крайне сложную задачу – убедить сельских жителей в необходимости выстраивания институтов взаимной поддержки.

Заключение

Российское село стоит на пороге перемен, связанных с введением частной собственности на землю и приходом в село новых собственников и инвесторов. Эти перемены способны

разрушить то хрупкое равновесие, которого сложилось на сегодняшний день в результате рыночных реформ и уже необратимых преобразований колхозно-совхозной системы.

Настало время внимательно отнестись к сложившимся снизу (в результате самостоятельной активности сельских жителей, оставшихся без источников существования) формам и способам взаимного существования основных социальных групп села. Для этого необходимо детально проанализировать сложившуюся ситуацию и создать условия (в том числе правовые), которые бы способствовали большей легализации сельских производителей и повышению их вклада в создание дополнительных рабочих мест и новых видов занятости, воссозданию социальной инфраструктуры села. Нужны продуманные меры, стимулирующие развитие кооперативных союзов и партнерских отношений между производителями и покупателями сельскохозяйственной продукции, соответствующие реалиям современной сельской жизни.

Литература

1. *Боконтаева Д.К.* Фермеры как социально-профессиональная группа // Социологические исследования. 1998. № 3.
2. *Великий П.П., Кузник Н.П., Хайбулаева Л.Г.* Потенциал предприимчивости сельского населения // Социологические исследования. 1998. № 12.
3. *Емельянова Т.П.* Предпринимательская активность на селе // Экономическое поведение населения агропромышленного региона в годы реформ. Стратегии и механизмы формирования. Барнаул, 2001. С. 146–156.
4. *Калугина З.И.* Институциональные основы и социальная база развития сельского предпринимательства // Регион: экономика и социология. 2001. № 3. С. 75–98.
5. *Казакбаев Р.Х.* Развитие фермерского уклада в крестьянском хозяйстве современного села. Уфа, 2000.
6. *Козлов М.П.* Проблемы экономического развития фермерского сектора // Устойчивое развитие сельской местности: концепция и механизмы. М.: Энциклопедия российских деревень, 2001. С. 306–308.
7. *Кудряшов В.И.* О потенциале и резервах развития крестьянских хозяйств // Устойчивое развитие сельской местности: концепция и механизмы. М.: Энциклопедия российских деревень, 2001. С. 308–310.
8. *Доценко Н.П.* Опыт становления сельской кредитной кооперации в Новосибирской области // Проблемы кооперации сельских производителей. Новосибирск, 2001. С. 22–25.
9. Основные показатели развития крестьянских хозяйств Новосибирской области в 2001 году / Новосибирский областной комитет государственной статистики. Новосибирск, 2002.
10. *Радаев В.В.* Деформализация правил и уход от налогов в российской хозяйственной деятельности // Вопросы экономики. 2001. № 6. С. 60–79.
11. *Радаев В.В.* Российский бизнес: на пути к легализации? // Вопросы экономики. 2002. № 1. С. 68–87.
12. Рынок труда Новосибирской области в 2000 году / Новосибирский областной комитет государственной статистики. Новосибирск, 2001.
13. *Скотт Дж.* Моральная экономика крестьянства как этика выживания // Великий незнакомец: Крестьяне и фермеры в современном мире. М.: Прогресс Академия, 1992. С. 202–210.
14. Труд и занятость в России: Стат. сборник. М.: Госкомстат России, 2001.
15. *Фадеева О.П.* Сельский труд: симбиоз формального и неформального // Россия, которую мы обретаем. Новосибирск: Наука, 2003. С. 222–252.

Дебютные работы

VR Размещаемый текст – особенный. Это первая попытка автора (аспирантки МГИМО), занимающейся преимущественно прикладными исследованиям, вылить свои размышления в форму академической статьи.

MARKET RESEARCH: ВЧЕРА , СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

Шанкина Алина Юрьевна

Консультант по имиджевым и политическим исследованиям Института маркетинговых и социальных исследований GfK RUS, аспирантка МГИМО (У)

E-mail: alina@gfk.ru

Введение

23 апреля 1985 г. в США началась рекламная кампания *New Coke*, – напиток, который по замыслу производителей был должен заменить теряющую рыночную долю классическую Кока-Колу. В проект были вложены большие средства, он разрабатывался долго и тщательно, и, казалось, все возможные сценарии были учтены. Однако никто не предвидел, что спустя буквально несколько часов после начала кампании разразится скандал: взбунтуются потребители. С их точки зрения, концерн покусился на то, что было не в его власти, – на североамериканскую культурную ценность. Ситуация накалилась до такой степени, что на улицах стали появляться марши протеста, а федеральные новости прерывались последними известиями из главного офиса Кока-Колы. Спустя несколько недель производство классической Коки было восстановлено, и обновившееся руководство компании принесло широкой общественности свои извинения.

Массовая память со времен Лебона считается короче девичьей. Что в ней осталось от этой истории? На страницах *Cokelore* («Кока-фольклора»)¹ обсуждается, не был ли запуск *New Coke* провокацией, призванной оживить интерес потребителей и подстегнуть их лояльность классической Коле. Эксперты это опровергают, ссылаясь на многомиллионные потери и волну увольнений. Хотя – зачем опровергать? Массы верят легендам, а не фактам.

Среди главных обвиняемых по делу с *New Coke* проходит *market research*. В разработку, тестирование и позиционирование нового продукта были вложены значительные средства. Дональд Кио [Donald Keough], впоследствии президент Кока-Колы, прокомментировал происшедшее²: «В этой истории есть поворот, который доставит удовольствие всем гуманитариям и, возможно, на годы озадачит гарвардских профессоров. Это тот простой факт, что все время, деньги и опыт, затраченные на исследования потребителей в связи с новой Кока-Колой, не смогли ни измерить, ни выявить глубокой и постоянной эмоциональной привязанности к подлинной Кока-Колы, испытываемой таким большим количеством людей». Прецедент этот в истории *market research* не единственный, однако он выделяется полученной оглаской, поскольку обычно ошибки профессионалов не покидают «комнат для презентаций», в чем заинтересованы и исследователи, и клиенты. Впрочем, не так давно стал известным промах с GMF [Genetically Modified Foods]. Предварительные исследования послужили основой вывода на рынок сразу корзины новых продуктов, однако

¹ Подробнее см.: <http://www.snopes.com/cokelore/newcoke.asp>.

² Там же.

европейские потребители, которые до этого на *product-tests* голосовали в пользу недорогой и вкусной еды, неожиданно объявили ей бойкот. Показательны случаи и с системой спутниковой связи Iridium, с WAP.

Что происходит? Почему в одних случаях *market research* работает, а в других – нет? Для ответа попробуем оглянуться назад и затем посмотрим в будущее.

Вчера

Однажды у царя Давида, которого Бог своей милостью возвысил из пастухов, возникло желание подсчитать число своих подданных. То был акт высокомерия, и он сильно разгневал Бога.

«Novellino», XIII в.

Как только человек начал окружать себя вещами, появился обмен, с обменом пришла прибыль. За 80 веков до нашей эры на рынках городов Древнего мира кипела жизнь. Несколько тысячелетий спустя анналы человеческой мудрости пополнились наблюдением: «Посреди скреплений камней вбивается гвоздь; так посреди продажи и купли вторгается грех» [Экклезиаст 27: 2].

Обмен начинается со слов: «Чего изволите?». Это одновременно и первое маркетинговое исследование. В средневековой Европе отвечали: «Ничего». Тысячелетнее господство натурального хозяйства опиралось на уверенность в том, что хлопоты о мирской жизни – дело, недостойное христианина, которому надлежит стремиться к бегству от мира (*fuga mundi*)³. Торговля считалась занятием варварским, презренным, грешным. Такое отношение сохранилось в странах второго и третьего эшелонов Просвещения надолго: еще 100 лет назад российские купцы-старообрядцы отмаливали каждый «выход в рынок»⁴.

Со временем европейская торговля обретала все более сильного союзника в лице светской власти, противостоящей власти клерикальной. Акцент на «здесь и сейчас» укреплялся с нарастанием западноевропейской танатофобии. Когда неоплатоников позднего Средневековья, дерзнувших обосновывать знание не откровением, а эмпирическим опытом, выгоняли из монастырских стен, центры светской власти принимали их с распростертыми объятиями. Вскоре протестантизм морально легитимировал стремление к богатству; грешники превратились в праведников. Постулаты Декарта («разделяй и властвуй») спустя сто лет обернулись разделением труда, а спустя еще сто лет – капитализмом. Разум на некоторое время стал всемогущ, а мир – на некоторое время атомарен. К началу XX в. казалось, что аналитическая машина человеческого мозга, сочетавшая дедукцию, индукцию и непоколебимую веру в собственное превосходство, вот-вот окончательно подчинит себе материю и пространство. Неявно сформировались предпосылки для перехода от естественнонаучного овладения силами, заключенными в природе, к силам, заключенным в обществе. Пришла пора «тотального государства» (К. Шмитт)⁵ и «философии отчаяния» (Ж. Батай)⁶.

³ ле Гофф Ж. Цивилизация средневекового Запада. М.: Прогресс, 1992.

⁴ Гавлин М.Л. Российское предпринимательство и его ответственность перед обществом. Буржуазия и рабочие России во второй половине XIX – начале XX вв. Материалы конференции. Иваново, 1993.

⁵ Шмитт К. Политическая теология. Сборник. М.: КАНОН-Пресс-Ц, 2000.

⁶ Батай Ж. Внутренний опыт. М.: Аxiома, 1997.

Идеальный рынок в мире Адама Смита похож на демократию: потребители голосуют кошельками. Когда товар производится поштучно, обратную связь от потребителей получить несложно (аналог – древнегреческие полисы с прямой демократией). Обмен происходит непосредственно, из рук в руки переходят деньги, из уст в уши – мнения. С приходом промышленного производства ситуация меняется. Потребитель оторван от производителя, и чем длиннее путь, тем больше ловушек (похоже на представительную демократию). Чтобы получить нужную информацию, приходится прикладывать усилия.

Количественные исследования впервые возникли в США в 1920-е годы. Поначалу ими занимались люди, близкие к политике: массовые опросы проводились с целью определения рейтингов и для прогнозирования результатов выборов. Работы П. Лазерсфельда, Р. Мертона, С. Стауфера⁷ заложили в методологическом фундаменте исследований постулаты позитивизма. Методы изучения общественного мнения, применяемые политиками, заинтересовали коммерсантов. Однако товарное предложение на заре индустриальной эпохи было сравнительно скромным, и острой потребности в регулярной обратной связи не возникало. Ситуация кардинально изменилась после Второй мировой войны, когда предложение стало превышать спрос. Занялась заря «маркетинговой революции». Потребитель стал объектом тщательного анализа и последующей рекламной индоктринации.

Тем временем западная наука, дойдя до границ формальной логики, начала упражняться в самоуничтожительной рефлексии (ниже мы к этому вернемся). Это, однако, мало повлияло на методологический фундамент рынка социальной экспертизы. Несмотря на провозглашаемую инновационность, будучи структурно очень консервативным, капиталистический рынок исповедует так называемую «поп-науку», которая в лице академического мейнстрима по сей день держится за философию И. Канта и методологию О. Конта⁸. В этой картине мира качественные исследования помогают выдвигать гипотезы, а количественные исследования их тестируют. Последнее, впрочем, до недавнего времени имело на своем пути серьезное препятствие: невероятную сложность работы с базами данных больших размерностей. Ситуация казалась безнадежной, требовался технологический прорыв.

В конце прошлого века началась компьютеризация. За последние двадцать лет мировой рынок *market research* вырос приблизительно в 150 раз, достигнув в прошлом году оборота в 16 млрд. долл.⁹

Сегодня

Есть три разновидности лжи: ложь, гнусная ложь и статистика.

Бенджамин Дизраэли

Юрген Шорер [Juergen Schwoerer], предпоследний генеральный директор ESOMAR¹⁰, в титульной статье журнала «Research World» за январь 2001 г. сказал: «Парадокс заключается в том, что в то время как исследовательская индустрия испытывает преимущества устойчивого роста, все больше и больше профессионалов разделяют чувство относительного упадка по сравнению с другими основанными на экспертизе отраслями бизнеса.

⁷ Ильин В.И. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000.

⁸ Подробнее см.: Розин В.М. Типы и дискурсы научного мышления. М.: Эдиториал УРСС, 2000.

⁹ ESOMAR Annual Report 2001, *Research World* (2002). No. 6.

¹⁰ World Association of Opinion and Marketing Research Professionals.

...Способность думать «выходя за пределы» [out of the box] и действовать сообразно новым ценностным ориентирам будет решающей для нашей способности к ре-позиционированию индустрии. ... Нам стоит призывать к стремлению вырваться из «миопии внутренних традиций» и поощрять попытки выхода за границы известного».

«Чувство относительного упадка» некоторое время назад уже вызвало консолидированное желание исследователей противостоять ему в мировом масштабе. В январе 2002 г. на RELEAS2 [2nd Global Research Leaders Summit], проведенном совместно ESOMAR и ARF¹¹ в Женеве, после долгих дебатов был оглашен «Proposed New Vision Statement» – программный документ, призванный переопределить роль и место *market research*. Отныне сложно переводимая цель звучит примерно так: «Являться основным источником бизнес-информации, системы мер, знаний и инструментов, которые постоянно используются для повышения рыночной эффективности и роста ценности для заинтересованных лиц»¹².

Убедительно звучит?

Попробуем оглядеться и посмотреть, что происходит сейчас с мировой экономикой. О том, насколько тесно – благодаря информационным технологиям – переплетены рынки, и как размывается традиционная граница между экономическим и политическим, сказано немало. Что, однако, по прозрачным причинам реже попадает в центр внимания, – это меняющаяся экономическая ментальность эпохи.

Фиаско западноевропейского схоластического проекта о рациональном познании Бога привело к полутысячелетней компенсации, выразившейся в стремлении разума овладеть силами, заключенными в материи. Однако препятствием оказалась внутренняя противоречивость самой рациональности. В XIX в. эта противоречивость проявилась в математических парадоксах и проблемах с интуитивным пониманием действительных чисел¹³; в начале XX в. она привела к квантово-волновому дуализму в ядерной физике и широкомасштабному «кризису оснований» формальной логики. Гипотезе эволюционного превосходства рационального мировосприятия был нанесен удар. Отразить этот удар – неявная миссия Франкенштейна, в которого превратился рынок массового производства.

Экономическая картина, осью которой является универсальность товарно-денежного обращения, исходит из «посюсторонней» гомогенности мира. Разность интерпретаций позволяет создавать прибавочную стоимость. То, что парадокс превращения стоимости в цену, остро стоящий перед экономистами конца XIX века, так и не был разрешен (несмотря на заявления ряда политэкономов), не помешало в дальнейшем победному шествию экономической дисциплины, хотя и отклонило ее курс в сторону маргиналистских теорий, фокусирующихся на достижении прикладных оптимизационных задач. С этого времени экономисты окончательно отказываются от философской рефлексии и становятся инженерами социальной реальности, исповедующей консьюмеризм.

К концу XX в. капиталистические либеральные демократии выработали аддикцию к экономическому росту, – например, было замечено, что когда безработица даже в европейских странах с долгими демократическими традициями приближается к порогу в

¹¹ Advertising Research Foundation.

¹² «To be the fundamental resource for business intelligence, measurement, knowledge and tools that are used systematically for achieving higher levels of market performance and stakeholder value», *Research World* (2002). No. 1.

¹³ Бурбаки Н. Начала математики. Кн.1. Теория множеств. Исторический очерк. М.: Мир, 1965.

10%, начинает быстро расти поддержка «красно-коричневого» политического крыла¹⁴. В то же время, рост материального потребления имеет свои биологические и ресурсные пределы. Выходом из ловушки стало то, что этого нельзя сказать о потреблении символов. В настоящее время в странах «золотого миллиарда» наиболее эффективно прибавочная стоимость создается в сознании потребителей, которое, таким образом, оказывается в центре «промышленного» внимания, смещая традиционные акценты с функциональных характеристик предлагаемых товаров и услуг. Повсеместное обсуждение «брендинга», вплоть до провозглашения узурпации товарными марками ролей, традиционно исполняемых религиями и идеологиями, свидетельствует о влиятельности процесса.

Намного реже темой обсуждения маркетологов становится контекст, в котором развиваются и обретают (или не обретают) силу новые символические иерархии, предлагаемые рынком. При концептуализации и решении задач опора традиционно делается на структурно-функциональные модели реальности: блок-схемы операционализируются куда привычней, чем пульсирующие поля и сети, предлагаемые коммуникативным подходом. Однако, начиная с определенного этапа, такое постоянство превращается в косность, особенно если учесть произошедшие на протяжении последних поколений тектонические перемены в коммуникативной стилистике рынка.

Представим такой диалог: «Берете товар? – А это товар? – Пятьдесят на пятьдесят. – И какова цена? – От нуля до, наверное, ста условных единиц. – Хорошо, я пошел. – Не забудьте взять вашу покупку. – И сколько стоит, чтобы я мог ее не брать?» Такие сценки сейчас безмолвно разыгрываются на каждом шагу, но мы их не замечаем. Когда товаром является информация, валютой становятся не деньги, а память, покупка редуцируется к проявлению внимания, и «ценообразование» оказывается специфическим непрерывным процессом, медиатором в котором деньги в силу своей дискретности являются плохим. Надо также отметить, что для сытого покупателя товара нет, а есть социальная коммуникация. Набирает размах феномен престижного потребления, при котором функциональные характеристики товара сближаются с символическими уже не только внешне, но и по сути.

Меняется не только рынок, меняется потребитель. Сегодня он становится все более иррациональным, что связано со многими предпосылками. Внутренние – и все более заметные – проблемы рациональной модели восприятия уже были упомянуты; приведем несколько других предпосылок.

Во-первых, по наблюдениям ряда мыслителей, логоцентризм и культ рациональности тесно переплетены с доминированием мужского начала в европейской иудео-христианской цивилизации (см. понятие «фаллоготризма» Ж. Дерриды¹⁵). С приходом секуляризации происходит переосмысление роли женщины. Психологически женщины более склонны к ассоциативному мышлению, у них не доминирует левое, логическое полушарие головного мозга. Господствующий тип ментальности перестает быть «логоцентрическим», возвращается мифологическое мышление. С другой стороны, в повседневной экономической жизни женщины также начинают играть все более существенную роль, зарабатывая подчас не меньше мужчин и не меньше и тратя. В развитых странах они становятся не менее привилегированной потребительской аудиторией, чем мужчины, но при этом имеющей свою эмотивную специфику. Совокупный «потребительский профиль» меняется.

Во-вторых, имеет место стремительная эволюция масс-медиа. По наблюдению М. Маклюэна [McLuhan], это уже привело к тому, что в XX в. мы все стали жить в глобальной деревне

¹⁴ Gray, J. *Enlightenment's Wake: Politics and Culture at the Close of the Modern Age*. L., N.Y.: Routledge, 1996.

¹⁵ Деррида Ж. Московские лекции – 1990. Свердловск, 1991.

[global village]¹⁶. На смену книжно-линейному восприятию информации человеком «эпохи Гуттенберга» с новыми СМИ пришло «мозаично-резонансное» восприятие (например, когда телепередача за короткое время предлагает зрителю последовательность логически несвязанных сообщений, с нарушением масштаба и хронологии, погружая его как бы в ассоциативный кокон). Подобное восприятие ранее было присуще архаике, оно плохо совместимо с формально-логическими правилами построения рассуждения. Однако что отличает наше время от архаики, – это геометрический рост количества информации, приходящейся на каждого реципиента. Этот рост становится причиной «информационной травмы постмодерна» (М. Эпштейн)¹⁷. Можно далее предположить, что с усилением потока информация проникает все глубже в буферные зоны психики, где возможна ее на порядок более быстрая (с точки зрения сознания) интуитивная обработка. Как влияет это на собственную морфологию бессознательного, – вопрос малоизученный.

В-третьих, глобализация приводит к тесному соседству разных культур, что с каждым поколением заостряет диспут об ограничениях на применимость рыночной модели экономики. Подробно подход, описывающий сосуществование нескольких эволюционно независимых друг от друга типов экономической организации общества, существующих параллельно и вступающих в симбиотические отношения, рассматривается в работах А. Чайнова¹⁸ и К. Полани¹⁹. Т. Шанин²⁰ пишет о том, что в России рыночная экономика носит поверхностный характер, в то время как доминирующая система хозяйствования «эксполярна», что означает тяготение к «серому бартеру» и существенную долю натурального хозяйства, невидимого для статистики. Такого рода дискуссии ставят под вопрос привилегированное положение экономической рациональности в целом, делая ее достижением определенного закрытого этнического (западноевропейского) дискурса. Призывы к модернизации оборачиваются призывами к демодернизации. Этнотуризм и поликультурный плюрализм служат пропаганде неоязычества, предлагая его как альтернативу несостоявшемуся проекту Просвещения.

В-четвертых, продолжающийся рост благосостояния делает потребление все более массовым, при этом все более тесный коммуникативный кокон сплавливает вчерашних «рыночных» индивидуалистов. Массовое сознание, как давно известно, тяготеет к иррациональным образцам поведения; наглядны механизмы возникновения моды и общественного мнения, прецеденты «биржевых паник». В роли камертона для нынешних публик выступает авторитет. Формируется «рынок авторитета», циркулирующего все быстрее и быстрее. Самоидентификация превращается в товар, заставляя современных купцов прокладывать караванные пути в глубинах психики. Интересна в этом контексте эволюция рекламы, от утилизации сексуальности в духе фрейдизма перешедшей к фронтальной атаке на шаблоны мышления и «постнэлперский» инструментарий. Воспитание «культуры деконструкции рекламных сообщений», последняя тема рекламщиков, в определенном смысле свидетельствует об осознанном переходе на платформу индоктринации.

¹⁶ McLuhan, M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. L.: Sphere Books, 1967.

¹⁷ Эпштейн М. Информационный взрыв и травма постмодерна.
www.russ.ru/journal/travmp/98-10-08/epsht.htm

¹⁸ Чайнов А. Теории некапиталистических экономических систем. М., 1924.

¹⁹ Polanyi K. *The Great Transformation. The Political and Economic Origins of Our Time*. Boston: Beacon Press, 1957.

²⁰ Шанин Т. Революция как момент истины: Россия 1905-1907 – 1917-1922 годы. М.: Весь мир, 1997.

В-пятых, массовая культура, оказывающая большое влияние на почти что все без исключения аудитории, сама находится под влиянием ряда событий последнего века, в числе которых свою роль играет открытие диэтиламида лизергиновой кислоты. Синтетические галлюциногены, оказавшись опасными не только для наркобизнеса, но и для господствующего «просвещенного» менталитета, были маргинализованы властными институтами, однако несанкционированная «трансценденция по заказу» нашла и продолжает находить поклонников из числа представителей культурной элиты. Механизмы рыночного подражания широко и зачастую невидимо для обывателей реплицируют сувениры, добытые «туристами в бессознательное», – и тем самым служат широкомасштабной пропаганде новых эстетических эталонов, о природе которых однозначного мнения быть не может.

Данный список несложно продолжить, однако, пожалуй, уже можно констатировать изменение господствующего типа восприятия. Потребитель конца XIX в. был иным по сравнению с потребителем конца XX в., живущим в «тотальности симулякрума» (Ж. Делез)²¹. Тем временем социальные науки, используемые для описания и анализа социальных процессов, как и сто лет назад, базируются на позитивизме. Они разводят «объект, предмет и методологию», игнорируя антропный принцип, проникший даже в астрофизику, – и благоразумно избегают прогнозов, обрекая себя на низкую маржу в случае коммерциализации предлагаемого рынка анализа.

Как уже было упомянуто, позитивизм пришел в социальные науки из попытки применения естественнонаучных методов к социальной материи. Основная цель – овладение скрытыми в объекте исследования силами. Основной недостаток – в том, что, концентрируя внимание на точности измерений и математической проверке гипотез, позитивистская методология ничего не говорит о том, что такое содержательные теории и гипотезы и откуда они берутся: за деревьями не видно леса. В России еще в 1970-х годов В. Ядов²² крайне скептически оценивал перспективы научного позитивизма в прикладной социологии. По замечанию В. Швырева²³, «концепция научного знания, выдвинутая логическим позитивизмом, которая долгое время господствовала в западной философии науки, безусловно, принадлежит истории». Что истории не принадлежит – это маркетинг.

К настоящему моменту *Homo Economicus*, который 200 лет был атомом классической либеральной модели рынка, распался не то на частицы, не то на волны. Постулаты теории рационального выбора звучат по меньшей мере наивно: информация интерпретационно чувствительна и потому всегда асимметрична; максимизация опасна; в секуляризованном мире решения человека относительно собственной пользы опираются на эмотизм, – в чем же, собственно, рациональность? По мнению Э. Фромма²⁴, рациональность – это преимущественно притворство.

Пока аксиомы рационального выбора отсиживаются в учебниках, на практике *Homo Economicus* вытеснен собакой Павлова. Интегральный продукт позитивизма, утилитаризма, бихевиоризма и структурно-функционального подхода, маркетинг выступил с генетически амбициозным обещанием сделать рынки управляемыми, а потребительское поведение предсказуемым, чем сразу оттолкнул от себя научную элиту и привлек значительный интерес бизнес-элит. Поначалу он многого добился, но на лаврах почить ему не удалось.

²¹ Делез Ж. Платон и симулякр // www.philosophy.ru/library/misc/intent/07deleuze.html (перевод Е.А. Наймана по изданию: Deleuze, G. *Logique du sens*. Paris: Editions de Minuit, 1969).

²² Ядов В.А. Социологическое исследование. Методология, программа, методы. М.: Наука, 1972.

²³ Цит. по: Белановский С.А. Глубокое интервью. М.: Никколо-Медиа, 2001.

²⁴ Фромм Э. Душа человека. М.: Республика, 1992.

Став краеугольным камнем «психологии личности» индустриального мира, маркетинг рискует оказаться заложником собственной рефлексивной косности. Дефицит представителей философского подхода среди идеологов предопределяет сложность переопределения маркетингом своей дисциплинарной методологической платформы. Критика позитивизма оказывается оторванной от практически применяемого инструментария. С другой стороны, эмпирический характер исследовательских инноваций становится причиной эклектичности, которую даже сознательный отказ от «grand theory» не позволяет превратить в новую аналитическую парадигму: нельзя, чтобы в один рецепт свои пожелания независимо друг от друга заносили терапевт, ветеринар и агроном.

Современный маркетинг переживает тяжелые времена. Дж. Бонд [Jonathan Bond] и Р. Киршенбаум [Richard Kirshenbaum] в недавней книге «В зоне действия радара – разговор с современным циничным потребителем»²⁵ пишут: «Потребители – как тараканы. Мы опрыскиваем их маркетингом, и какое-то время это работает. Затем, что неизбежно, у них вырабатывается иммунитет, резистентность». Чтобы сломать эту резистентность, увеличивается количество рекламы. Подсчитано, что в развитых странах потребитель может оказаться мишенью до 1000 коммерческих объявлений в день²⁶. В результате люди привыкают все более цинично относиться к рекламе и игнорируют призывы о покупке: возникает замкнутый круг. Если его не удастся разорвать, эпитафией могут стать слова Эллиотта Эттенберга²⁷, автора книги об упадке маркетинга: «Все остальное было открыто заново: дистрибуция, разработка новых продуктов, цепи поставок. Только маркетинг застрял в прошлом».

Представить себе современный мир без традиционного маркетинга, видимо, проще, чем кажется. Наиболее «провальные» места уже начали стихийно заполняться специалистами по связям с общественностью, корпоративным коммуникациям, «интегрированным маркетинговым коммуникациям» и т.п. Тем не менее, не стоит недооценивать адаптивные способности собственно маркетинговой индустрии. Равновероятными могут оказаться как приход новой широкомасштабной маркетинговой парадигмы (например, «общества непотребления», «этического рынка», «экономики внимания»), так и окончательная дезинтеграция дисциплины на множество противоречивых, хотя плюралистически равноценных школ и подходов.

Остается, однако, открытым вопрос относительно сегодняшней инновационной стратегии для *market research*. Возвращаясь к тому, что сказал Ю. Шорер: что должно стоять за призывами к «выходу за границы известного»? Какого именно рода трансценденция востребована для индустрии? Может, имеет смысл подождать, пока не решится более широкий вопрос с методологическим фундаментом маркетинга, все-таки *market research* – направление сервисное? С другой стороны, с учетом стремительных темпов обновления бизнес-культуры, даже незначительное отставание может стать хроническим, и тогда наверстать упущенное индустрия уже не сможет, воплотив свой затаенный страх превращения в «сборщика данных», неспособного к их анализу? Словом, что делать?

²⁵ Bond, J. and R. Kirshenbaum. *Under the Radar – Talking to Today's Cynical Consumer*. N.Y.: John Wiley & Sons, 1997.

²⁶ Who's wearing the trousers? Economist's special report: Brands, *Economist*. Sept. 8–14 2001.

²⁷ Ettenberg E. *The Next Economy: Will You Know Where Your Customers Are?* N.Y.: McGraw-Hill Trade, 2001.

Завтра

Это верно, что люди выигрывают в наших глазах, если узнаешь их ближе. Они становятся загадочнее.

Жан Польян

Инвентаризация последних разработок в области *market research* может быть долгой и познавательной (чего стоят хотя бы «commodity panels», в которые входят не люди, а вещи, снабженные микродатчиками, фиксирующими их использование и в режиме реального времени пересылающими сигналы в базы данных), однако попытаемся выделить несколько основных тенденций.

Одной из характерных черт современного бизнеса является нарастающее ускорение. Технология начинает обгонять человека, в деловых изданиях воззвания наподобие «the scope of innovation should be changed from technology driven to market driven» становятся клише, все чаще высказывается предположение, что высокие технологии – это старомодно. Тем не менее, с точки зрения *market research*, даже если предположить, что большая часть вопросов не так сильно изменилась по сравнению с прошлым веком, горизонты организационного планирования значительно сузились, и в свете этого особенно неприятным становится такой присущий исследованиям недостаток, как «выпадение «сегодня»²⁸. Исправить ситуацию пытаются с помощью *real time business intelligence*, заранее встраивая исследовательские задачи в бизнес-процесс. Выглядит это приблизительно так: исследователь из отдела R&D заходит в заранее предусмотренную и непрерывно обновляемую базу данных, задает запрос и получает ответ нажатием нескольких клавиш. Если запрашиваемых данных нет, при достаточно высоком уровне информационной инфраструктуры *online access panels* соберут их за несколько часов, или за, возможно, еще более короткий срок они будут экспортированы из имеющихся на рынке внешних агрегированных баз данных.

Простота и высокая скорость обращения к циркулирующей в электронном виде информации предопределяет следующую тенденцию в *market research*, – речь об очень перспективном и столь же этически спорном направлении *data capture*. «Ловля данных» – это также все более важный метод сбора информации по многим целевым аудиториям, учитывая растущую коммуникативной закрытость респондентов. Суть его в том, что, вольно или невольно, процесс нашей жизнедеятельности сопровождается распространением информации о себе. В метафоре постмодернизма потребление человека является текстом, который каждый из нас пишет либо в расчете на читателей, либо, напротив, с протестной нотой «не надо меня читать!», – но, так или иначе, тратя деньги, потребляя СМИ, приобретая квалификацию, пользуясь социальной инфраструктурой, мы оставляем «следы», которые, будучи декодированными и сведенными воедино, могут рассказать о нас больше, чем знаем мы сами. Данные о тратах по кредитным карточкам, о любимых интернет-маршрутах, о подписке на СМИ, – все это уже сейчас отслеживается и интегрируется без особых сложностей. В последние годы медиахолдинги, обладающие большими базами данных о своих клиентах, покупают *market research* компании для более эффективного использования этих баз. Со временем широкомасштабная интеграция данных, над созданием которых сейчас не щадя сил трудятся специалисты по *data fusion*, однажды может привести к возникновению своего рода информационного ОПЕК, на роль которого можно предвидеть ряд естественных кандидатур из числа государственных институтов. В этом смысле чем

²⁸ Его суть заключается в том, что дизайн исследования составляется по результатам анализа завершеного планового периода, сбор и обработка данных сами занимают определенное время, и если на основе этих данных делается экстраполяция на будущее, то получается, что у нас есть «вчера», есть «завтра», но нет «сегодня».

раньше *market research* осознает свои перспективы в области сотрудничества с государством, тем большим конкурентным преимуществом он будет обладать в будущем. Подобный симбиоз может быть обоюдовыгоден, так как потребность государств в обратной связи с каждым годом становится все более явной.

Можно также предвидеть, что с накоплением информации о каждом из нас рекламное воздействие будет также становиться все более адресным, и рекламный удар станет сильнее за счет сужения диапазона (уже сегодня *AD-JIGSAW*, предлагаемый японским рекламным агентством «Dentsu»²⁹, каждому населенному пункту ставит в соответствие определенный код, по которому спутник распределяет трансляцию рекламных роликов, так что получение каждым телевизором индивидуальной рекламной подборки – вопрос времени). Защитить себя от превращения в объект рекламной атаки в будущем, возможно, будет одним способом: не позволяя себе ни к чему проявлять интерес (сценарий, свидетельствующий в пользу «экономики непотребления»).

Другая важная тенденция – растущее осознание неполноценности напрямую собираемой у респондентов информации. При каждой передаче по маршруту «респондент – интервьюе – обработчик – аналитик – заказчик» достоверность данных снижается, поскольку даже при допущении максимальной добросовестности всех звеньев лексикографическая гомогенность представляется маловероятной, и даже однозначно сформулированный и заданный напрямую (например, online) вопрос не гарантирует объективности ответа. Согласно парадоксу Ла-Пьера, люди далеко не всегда поступают так, как говорят. Более того, даже если мы спросим одного и того же человека об одном и том же, нет гарантий, что мы получим один и тот же ответ. Необходимо всегда учитывать, что слово само по себе несет мощный суггестивный потенциал (это широко используется психотехниками всех эпох), так что очень высока вероятность получения тренда, индуцированного опросом. Но самая серьезная проблема, пожалуй, состоит в том, что многие чувствительные переменные для анализа должны быть извлечены из «буферной» зоны между сознанием и бессознательным респондента, которая в принципе плохо поддается вербализации. Кстати говоря, ответ «не знаю» – это не только констатация отсутствия информации, но и сигнальные слова, означающие, что попытка вербализации, индуцированная вопросом, провалилась. Самые высокооплачиваемые эксперты в области психоанализа, слыша «не знаю», не всегда в состоянии понять, что за этим стоит, – что же говорить об интервьюерах. В определенной степени «неочевидность» собираемой информации скрадывается количеством интервью, помогающим вывести некое «среднее», укладывающееся в здравый смысл, однако правомочность такого подхода (в том числе с коммерческой точки зрения) вызывает сомнения.

Решение может быть найдено при отказе от слов, и можно заметить, что именно этот подход постепенно реализуется в эволюции *market research*. «Обессловесить» *market research* помогают язык цифр и фактов, на котором строится *data capture*, язык образов и метафор, который пытаются освоить качественные исследования, а также прямые наблюдения и маркетинговые эксперименты. В последние годы некий «срединный путь» предлагает интеграция этнографии, антропологии, семиотики и других гуманитарно-ориентированных дисциплин, разрабатывая своего рода «quali-quantі» подход к опросам. Любые находки на этом пути обещают разработчикам бонусы в рамках индустрии. Результативным обещает стать переосмысление подхода к дизайну анкет: в настоящее время «субъект-объектный» и эндогенный для позитивизма взгляд на научный процесс своим результатом имеет то, что анкета напоминает не то вылазку во вражеский стан, не то взламывание сейфа с ценной информацией. Гуманитарный диалогический подход строится на принципиально иных предпосылках, он ориентирован на сотрудничество, его основа – игра, совместное творчество, в конце концов – ритуал. Для получения нужной информации могут оказаться

²⁹ www.dentsu.co.jp/news/release/2001/20010390911.html

эффективными не прямые вопросы, а метафоры, используемые в обход социокультурно чувствительных фильтров. Подобное усовершенствование опросных методов невозможно без опоры на психологическую экспертизу, учитывающую нюансы индивидуального и массового сознания.

Изменяющаяся природа изучаемого предметного поля, растущая взаимосвязанность процессов и снижение значимости рациональных факторов служат основанием для выделения третьей тенденции: анализ все чаще оказывается недостаточным для поддержки принятия решений, его необходимо дополнять синтезом. Однако внутренняя организационная логика *market research* часто разводит исследователей, проводящих количественные и качественные части проектов. Более того, установка на *client service* приводит к тому, что обработка и анализ данных оказываются вынесенными на периферию внимания, несмотря на то, что в первую очередь именно системное видение проекта способно генерировать на разные лады обещаемую клиентам *added value*. В том, что касается разведения анализа данных и интерпретации его результатов, различный тип восприятия, востребованный на разных полюсах исследовательского проекта (интроверт – экстраверт), предопределяет разрыв, который не может оставаться незамеченным для все более требовательного клиента. Самой сложной задачей оказывается не генерация электронных библиотек, а составление на их основе краткого брифа. Те, кто на это способен, попадают в авангард индустрии. Те, кто не умеют этого делать, будут учиться.

Однако, если предположить, что анализом данных в *market research* занимаются не гуманитарии, а все-таки специалисты из области точных наук, несколько странным кажется скромное количество разработок в области интеграции в инструменты анализа рынка методов, опирающихся на нелинейную динамику. По замечанию Стэна Улана³⁰ [Stan Ulan], «большая часть природы нелинейна в таком же смысле, в каком большая часть зоологии – это зоология не о слонах». О хаосе и самоорганизации говорят более ста лет. Термодинамика превратила кибернетику в синергетику, последняя стала предтечей аутопойезиса, политологи и лингвисты приступили к изучению генезиса диссипативных структур, нейронные сети нашли себе применение даже в кассовых аппаратах, а специалисты по *market research* строят «частотки».

Здесь также можно сделать несколько замечаний относительно природы математической абстракции в рамках более широкого социального контекста. Как уже было упомянуто, слово имеет суггестивный потенциал, но куда более суггестивна по сравнению со словом цифра. С массивификацией, о которой уже шла речь, в посудную лавку рынков входит динозавр XXI в.: общественное мнение. Чудище плохо предсказуемо (см. примеры с *New Coke* и *GMF*), и мы сейчас только учимся переключать его внимание. Толпа стихийна, но простодушна; публика стихийна и коварна. Контроль ее настроений – сложнейшая задача современного мифодизайнера. Но до тех пор, пока все ее атомы (граждане) обязаны пройти через жернова общеобразовательной школы, их объединяет почти сакральное доверие к мифу математики. Цифры для ведомого левым полушарием человека – пейотль. Они завораживают, они описывают высшую реальность, при напряженной работе с ними человек впадает в определенного рода медитативный транс, окончившийся безумием многих талантливых математиков. Какими могут быть последствия, когда этот язык используется не для описания высшей реальности, а для описания нас, простых смертных?

Если к рекламе достаточно быстро вырабатывается иммунитет, перед лицом статистики человек психологически беззащитен. Авторитетность «числа» при математизации обратной связи обретает дополнительную эмоциональную нагрузку. Страх социальной изоляции, почти столь же инстинктивный, как и страх смерти, хотя и приобретенный в филогенезе

³⁰ Цит. по: Mayer-Kress, G. *Messy Futures and Global Brains* // <http://www.santafe.edu/~gmk/MFGB/MFGB.html>.

намного позднее, предопределяет интерес человека к «средним значениям» по почти что любым выборкам себе подобных. Потребность в непрерывном корректирующем сравнении себя с окружающими вызвана инстинктом выживания, и в этом контексте идеологический, манипулятивный потенциал *market research* может оказаться довольно большим независимо от взятой на вооружение идеологии – от капитализма до коммуитаризма.

Еще одна тенденция, которая была уже упомянута несколько раз, но на которой хотелось бы напоследок остановиться подробнее, касается растущей актуальности исследований бессознательных процессов, – как в частнопсихическом пространстве, так и в массовом сознании.

При изучении потребления с психологической точки зрения можно различить влияющие на него рациональные и иррациональные факторы. Рациональные факторы, значимость которых принято сильно преувеличивать, тем не менее всегда были, есть и будут. Они включают оптимизацию ресурсов и экстраполяцию полученного ранее опыта. Рациональные соображения довольно просто коммуницируются, их сбор и анализ – цель демоскопии. Иррациональные факторы становятся решающими, когда оказывается затронутой самоидентификация потребителя. Ценовая чувствительность потребителя, опирающаяся на его представления об имеемом и желаемом статусе, его следование или равнодушие к моде, типы товаров, желательных для обладания, отношение к рекламе, стиль жизни, – все это определяется на основе комплексных переменных, которые сложно редуцировать к эмпирически верифицируемым показателям. Иначе говоря, как только мы выходим за уровень удовлетворения базовых физиологических потребностей, мы вынуждены иметь дело с динамическим континуумом субъективных ценностных полей, чья значимость постоянно меняется в зависимости от специфики декодирования индивидуумом окружающего его коммуникативного потока.

Попытки таких исследований, как правило, предпринимаются в рамках качественного подхода. Однако существующий арсенал проективных методик обычно связан с категориальной решеткой, определенной в традициях психоанализа, иногда с элементами психосинтеза, психодрамы, бихевиоризма, – но так или иначе выстроенной вокруг интрапсихических процессов. Анализ экстеропсихических процессов, как прямых, так и опосредованных, практически выпадает из внимания, несмотря на то, что, например, фокус-групповая дискуссия крайне чувствительна к эффектам внутригруппового взаимодействия: собака Павлова в стае – это не собака Павлова. С другой стороны, проблематика изучения буферных зон интрапсихического пространства невозможна без рефлексивной опоры на представления о бессознательных процессах. Исследования бессознательного имеют собственный достаточно детальный и динамически развивающийся инструментарий. Аналитическая психология, трансперсональная психология, изучение мифологии и этнография, антропология, палеопсихология и зоопсихология, фоносемантика и психолингвистика, практические приемы НЛП и «пост-НЛП» – все это позволяет проектировать исследования практически ничем не ограниченной глубины. Можно предвидеть, что при погружении, начиная с определенного момента, навигация, предлагаемая существующими системами экзотерического знания, будет давать сбои, и более надежным окажется эзотерический опыт. Впрочем, ESOMAR к этому почти готова, – такой вывод напрашивается при обращении к некоторым докладам конференций последних лет.

Однако насколько мы последовательны в этой готовности? Вопрос сложный. На пути анализа бессознательного есть несколько серьезных препятствий. Например, сама претензия на «анализ» у человека совестливого и образованного нынче вызывает некий дискомфорт. Специфика времени состоит в том, что стремление следовать заветам картезианства наряду с невозможностью этого потихоньку переходит в невроз. Системное изучение бессознательного ставит под серьезный вопрос все достижения Просвещения: по-медицински глядя на миф, узнаешь его симптоматику и в самой медицине. Ежи Лец как-то

обронил: «Какой бы поэзией стали все наши науки, если бы наша логика оказалась неверна!»
Насколько желателен этот взрыв поэтических настроений именно сегодня?

Защитные механизмы срабатывают и в другом направлении: изучать бессознательное не просто некомфортно, но и больно. На глубине становится заметно, какую важную роль играет вытесненная с поверхности сознания смерть. Только пройдя сквозь нее в собственном бессознательном, можно оказаться в зазеркалье коллективной психики, разучившись при этом говорить и считать. Наша культура к этому виду экстремального туризма приспособлена плохо, каждый из нас для себя лично бессмертен. Культ высокой индивидуальной ценности в терминологии школы Узнадзе³¹ – это «предсознательная установка», единица отсчета, при помощи которой мы масштабируем окружающий мир. Сменив масштаб, мы окажемся в другом мире. Кто знает, – возможно, жажда знаний и жажда наживы перестанут в нем быть соблазнами, достаточными для испытания коммуникацией.

Наконец, для анализа массового бессознательного есть еще одно препятствие. «Пепел Клааса» до сих пор стучит во многих сердцах: тоталитарные шрамы мировых войн относятся к историческим событиям того же порядка, что и Черная Чума, – в коллективной психике они затягиваются веками. Что бы ни говорилось о «религии скорости», – пока мы люди, а не продукты генной инженерии, наши собственные биологические процессы ускорению не поддаются, и в массовой памяти свежо предостережение о том, что подступаться к ядерной энергии, циркулирующей в коллективном бессознательном, – крайне опасно. Когда эту энергию пытаются использовать с целью захвата власти, – политической ли, экономической, – возникают концлагеря и рушатся небоскребы. Тем не менее, логика рыночной системы состоит в том, что в своей техногенной алчности мимо такого лакомого куса она все равно не сможет пройти, и вопрос только в том, кто будет первым.

В случае, если задача операционализации массовых бессознательных процессов увенчается успехом, футуристическая антиутопия широкими мазками рисует Старшего Брата с лицом Мерилин Монро: государственно-рыночный симбиоз, владеющий информацией обо всем и о каждом (*Data Capture*) и способный превращать ее в управленческий ресурс исторически беспрецедентной мощности, может оказаться бесценным подспорьем для нынешних демократий. Однако в эффективности «невидимой руки рынка» сегодня возникают слишком серьезные сомнения, чтобы отнестись к этой картине всерьез. В условиях финансового капитализма рынки оказываются управляемыми не столько чьим-то умыслом, сколько рефлекторной пульсацией «финансовой амебы» мировых бирж. Даже с учетом того, что погоня за прибылью – пережиток прошлого, одноклеточные организмы с точки зрения эволюционной лестницы имеют неплохие перспективы. Но каковы перспективы самой эволюции?

Биология оказывает намного более сильное влияние на цивилизационные диспозитивы, чем это обычно осознается. Ответ на вопрос «кто я?» является осевым. Новое Время – всего лишь отголосок религии эволюционизма, перевернувшей «дерево времени». Сегодняшний методологический кризис в онтологических основаниях биологии³² – это грядущая мировоззренческая цунами по сравнению с протекающим краном падающей в настоящее время эффективности маркетинга. Однако перемены такого масштаба занимают больше, чем жизненное пространство нескольких поколений. Не забегая слишком далеко вперед, нам для прогноза достаточно посмотреть, какие концепции на сегодня являются наиболее востребованными в биологии, – и первой приходит на ум синтетическая теория эволюции. Ее основной единицей является не индивидуальный организм, а популяция. Совокупности

³¹ Узнадзе Д. *Психология установки*. СПб.: Питер, 2001.

³² Методология биологии: новые идея. Синергетика, семиотика, коэволюция / Под ред. О. Баксанской. М.: Эдиториал УРСС, 2001.

популяций образуют биоценозы, которые, в свою очередь, входят в биогеоценозы, связанные энергообменом в единое целое. В данном понятийном пространстве, начав с товара, производителя, потребителя, рынка, мы переходим к некоему общему «маркетогеоценозу». Его описание, изучение динамики и равновесных состояний, варианты развития с учетом мест бифуркаций, основные присущие паттерны и типы энергообмена, а также наиболее чувствительные к воздействию точки приложения сил – возможная стратегическая повестка *market research* завтрашнего дня.

Впрочем, это только одно из возможных направлений развития индустрии. Таких направлений множество, так что трудиться придется не покладая рук. Этим завтрашний день не будет отличаться ни от сегодня, ни от вчера.

Заключение

На русский язык *market research* обычно переводится как «маркетинговые исследования». Перевод этот представляется не совсем корректным. Маркетинг – это метод, *market* (рынок) – объект. Маркетинг пришел в Россию в 1980-х годах, когда на развитых рынках сам подход уже начал становиться мишенью для критики. Будущее маркетинга туманно; рынок же будет существовать до тех пор, пока есть обмен, – который, в свою очередь, скорее всего будет так столько, сколько мы будем общаться при помощи второй сигнальной системы. Вполне вероятно, что исследования рынка переживут маркетинг в том смысле, какой мы вкладываем в слово «маркетинг» сегодня. Однако и сами исследования должны будут отойти достаточно далеко от наших сегодняшних о них представлений. Для того, чтобы не сбиться с пути, необходимо определенное представление о маршруте в целом. Пока описываются только прикладные аспекты *market research*, это представление составить сложно.

Переосмысление отрасли – процесс болезненный. Одними инновациями не откупиться, должны смениться парадигмы и прийти другие люди. Искусство прошлого вызывает благоговение, наука прошлого вызывает интерес, бизнес-решения прошлого вызывают улыбку. Сегодняшний рынок базируется на коммуникации, цена денег определяется символической ценой памяти, стоимость времени оказывается порой более осязаемой, чем стоимость хлеба и зрелищ. Как долго будет сохраняться эта тенденция, как далеко она пойдет и при помощи каких конкретно инструментов можно попытаться ее оседлать, – вопросы открытые. Тем не менее, помочь с ответом может контент-анализ. Предоставление материала для этого анализа было целью автора, что же касается выводов – они, как всегда, на совести читателя.

Напоследок, возвращаясь к *New Vision Statement* для *market research*, в настоящее время для любого институционального подхода может оказаться более важным найти для себя не миссию, а миф. Такой миф должен спланировать и поднимать исследователей в собственных глазах, – а значит, и в глазах окружающих. Новый миф – это новое имя, новая методологическая платформа, новый язык общения с клиентами. Несколько идей напрашиваются сами, но это тема отдельной статьи.

СОЦИАЛЬНАЯ СТРАТИФИКАЦИЯ В РУНЕТЕ

Калимуллин Тагир Равилович

к. соц. н., ГУ–ВШЭ

E-mail: mss011011@msses.ru

Мы представляем ресурсную базу Рунета по социальной стратификации. Обзор зарубежных ресурсов по данной тематике будет размещен в одном из ближайших номеров.

Несмотря на то, что тема социальной стратификации является одной из самых популярных среди отечественных социологов, в Рунете ресурсов по данной теме не так много. На данный момент русскоязычное web-пространство может предложить следующие ресурсы по социальной стратификации.

Проект SOCNET.RU (<http://socnet.narod.ru/index.htm>) – один из наиболее развитых сайтов по социальной стратификации. **Библиотека** электронных ресурсов этого сайта, один из подкаталогов которой посвящен **теории социального неравенства**, содержит весьма важные как для начинающих, так и для специалистов источники.

- **Теория социальной стратификации в западной социологии** – это хрестоматия по социальной стратификации, не имеющая пока «бумажного» аналога. Составителем и редактором хрестоматии является один из ведущих специалистов России в области социальной стратификации – В.И. Ильин. В книгу включены классические тексты по социальному неравенству, среди которых хотелось бы отметить следующие.
 - Фрагменты текстов Г. Ленски **«Проблема: кто, что получает и почему?»** и **«Власть и стратификация. Динамика систем распределения»**. Источник: Lenski G.E. *Power and Privilege. A Theory of Social Stratification*. N.Y., St. Louis, San Francisco, Toronto, L., Sydney: McGraw-Hill Book Company, 1966.
 - Статью Г. Маршалла **об основных понятиях социальной стратификации**. Источник: *Oxford Concise Dictionary of Sociology* / Marshall G. (ed.). Oxford, N.Y.: Oxford University Press: 1996. P. 246–247, 334–338, 509–510, 512–513.
 - **«Основные понятия стратификации»** М. Вебера. Источник: Вебер М. Основные понятия стратификации // Социологические исследования. 1994. № 5. С. 169–183.
 - Сюжет о стратификации П. Сорокина **«Социальная и культурная мобильность»**. Источник: Сорокин П. Социальная и культурная мобильность // Сорокин П. Человек, цивилизация, общество / Под ред. А.Ю. Соколова. М.: Политиздат, 1992. С. 297–307.
 - Концепцию социального исключения Ф. Паркина **«Марксизм и классовая теория сегодня. Буржуазная критика»** и его же трактовку **«Класса, статуса и партии»**. Источник: Parkin F. *Marxism and Class Theory: A Bourgeois Critique*, in: Grusky, D.V. (ed.) *Social Stratification: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*. Boulder, San Francisco, Oxford: Westview Press, 1994. P. 141–153.
 - Статью Дж. Голдторпа **«Социальная мобильность и социальные интересы»**. Источник: Goldthorpe, J.H. Introduction: Social Mobility and Social Interests, in: Goldthorpe, J.H. *Social Mobility and Class Structure in Modern Britain*. 2nd ed. Oxford: Clarendon press, 1987. P.1–37.

- Отрывок из работы Х. Браверманна [«Разделение труда»](#). Источник: Braverman, H. *Labour and Capital: the Degradation of Work in the Twentieth Century*. N.Y., L.: Monthly Review Press, 1974.
- Статью Э.О. Райта [«Марксистские концепции классовой структуры»](#). Источник: Wright E.O. *Marxist Theories of Class Structure, Politics & Society* (1980). Vol. 9. No.3. P. 323–70.
- Фрагмент работы [«Понятие Underclass'а»](#) Л. Моррис. Источник: Morris, L. *Dangerous Classes. The Underclass and Social Citizenship*. L., N.Y.: Routledge, 1994.
- Отрывок из книги [«Статус»](#) Б. Тернера. Источник: Turner, B.S. *Status*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1988.
- Радаев В.В., Шкратан О.И. [Социальная стратификация. М.: Аспект-Пресс, 1996.](#) Главы 1–5.
- Ильин В.И. [Государство и социальная стратификация советского и постсоветского обществ \(1917–1996 гг.\). Опыт конструктивистско-структуралистского анализа. Сыктывкар: Сыктывкарский ун-т, 1996.](#)
- Ильин В.И. [Социальное неравенство](#). М.: Институт социологии РАН, 2000.
- На этом же сайте вы можете просмотреть архив [Альманаха социальных исследований «Рубеж»](#) (№ 10–17), где наряду с другими работами по социологии содержатся источники, знание которых для студентов, изучающих социальную стратификацию обязательно.
 - Уорнер У.Л. Социальный класс и социальная структура // Рубеж. 1999. № 11. Источник: Warner, L. *Yankee City*. New Haven, L.: Yale Univ. Press, 1963. P. 35–61.
 - Богомолова Т., Саблина С. Статусная рассогласованность как аспект социальной стратификации. Презентация классической концепции // Рубеж. 1999. № 11.
 - Ильин В.И. Классовая структура: проблема методологии анализа // Рубеж. 1999. № 15.
 - Капелюшников Р.И. Структура собственности и контроля в российской промышленности // Рубеж. 1999. № 15.
 - Кларк С. Классовая структура России в переходный период // Рубеж. 1999. № 11.

Следующий важный ресурс для «стратификаторов».

[Электронная библиотека публикаций П. Бурдьё](#) [<http://bourdieu.narod.ru>], которая содержит важные работы по теории социального класса, в том числе:

- Бурдьё П. [Социальное пространство и генезис классов](#) // Бурдьё П. [Социология политики](#): Пер. с фр. Н.А. Шматко / Сост., общ. ред. и предисл. Н.А.Шматко. М.: Socio-Logos, 1993. С. 53–97.
- Бурдьё П. [Структура, габитус, практика](#) // Бурдьё П. [Практический смысл](#). М.: Институт экспериментальной социологии. СПб: Алетейя, 2001.
- Бурдьё П. [Социальное пространство и символическая власть](#) // Бурдьё П. [Начала. Choses dites](#) / Пер. с фр. Шматко Н. А. М.: Socio-Logos, 1994. С. 181–207.

Электронный ресурс факультета социологии Санкт-Петербургского университета.

[«Социологическая теория: классические тексты и современные дискуссии»](http://www.soc.pu.ru:8101/materials/golovin/reader/) посвящен, как следует из названия, социологической теории. В частности, предлагаются тексты Ф. Тенниса, Г. Зиммеля, А. Шюца, Н. Лумана, Т. Парсонса, Л. Козера и др. (<http://www.soc.pu.ru:8101/materials/golovin/reader/>)

Для интересующихся социальной стратификацией представляет интерес (помимо продублированных на сайте работ В.И. Ильина, В.В. Радаева, О.И. Шкаратана):

Вебер М. [Типы господства](http://www.soc.pu.ru:8101/materials/golovin/reader/weber/r_weber2.html). Источник: Weber M. *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriss der verstehende Soziologie*. 5., rev. Aufl.-Tubingen: Mohr, 1980. Kap. III. Die Typen der Herrschaft. S.122–176. (http://www.soc.pu.ru:8101/materials/golovin/reader/weber/r_weber2.html)

[Страничка Заславской Т.И.](http://www.msses.ru/tiz/) (<http://www.msses.ru/tiz/>) представляет собой еще один систематизированный ресурс и интересен разделом [«Избранные статьи»](#). Представляем те из них, которые непосредственно посвящены обсуждаемой теме:

- [О бизнес-слое российского общества](#) // Общественные науки и современность. 1995. № 1. С. 17–32.
- [Социальная структура современного российского общества](#) // Общественные науки и современность. 1997. № 2. С. 5–23.
- [К вопросу о среднем классе российского общества](#) / В соавторстве с Р.Г. Громовой // Мир России. 1998. № 4. С. 3–22.
- [Поведение массовых групп как фактор трансформации общества](#) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2000. № 6. С. 13–19.
- [Социальные механизмы трансформации неправовых практик](#) // Общественные науки и современность, 2001, № 5.

[«Auditorium.ru»](http://www.auditorium.ru/) (<http://www.auditorium.ru/>) – одна из крупнейших электронных библиотек России, к сожалению, не может порадовать богатством ресурсов по стратификации. Важно помнить, что прежде чем что-либо искать, Вам нужно зарегистрироваться на этом сайте. Если же у Вас есть логин и пароль, то при каждой загрузке необходимо ввести его в соответствующее поле на главной странице – тогда можно смело обращаться к базе и запрашивать электронные версии книг:

- *Константиновский Д.Л.* Динамика неравенства. Российская молодежь в меняющемся обществе: ориентация и пути в сфере образования (от 1960-х годов к 2000-му). Институт социологии РАН. М.: Эдиториал УРСС, 1999.
- Социальное расслоение и социальная мобильность / Отв. ред. З.Т. Голенкова. Институт социологии РАН. М.: Наука, 1999.
- Трансформация социальной структуры российского общества / Под ред. З.Т. Голенковой. М.: Институт социологии РАН, 1996.
- *Альбертони Э.А.* Моска и теория элитизма // Человек: образ и сущность (Гуманит. аспекты). М.: ИНИОН, 1992. № 3.

Сайт [«Postindustrial.net»](http://www.postindustrial.net/) (<http://www.postindustrial.net/>) посвящен проблеме постиндустриального общества. Удобная поисковая система по ключевому слову позволяет

быстро найти искомый фрагмент текстов, среди которых социальной стратификации посвящены следующие полнотекстовые электронные издания:

- *Иноземцев В.Л.* [Классовый аспект бедности в постиндустриальных обществах](#) // Социологические исследования. 2000. № 8. С. 18–27.
- *Иноземцев В.Л.* [Социальное неравенство как проблема становления постэкономического общества](#) // ПОЛИС. Политические исследования. 1999. № 5. С. 17–30.
- *Иноземцев В.Л.* [«Класс интеллектуалов» в постиндустриальном обществе](#) // Социологические исследования. 2000. № 6. С. 67–77.
- *Иноземцев В.Л.* [Эксплуатация: феномен сознания и социальный конфликт](#) // Свободная мысль. 1998. № 2. С. 84–97.

Сайт [Московского центра Карнеги](http://www.carnegie.ru/) (<http://www.carnegie.ru/>) предлагает несколько полнотекстовых работ, связанных с тематикой социальной стратификации:

- [Зарплата и расплата: проблемы задолженности по оплате труда](#) / Под ред. Т. Малевой; Московский Центр Карнеги. М.: Гендальф, 2001.
- [Неравенство и смертность в России](#): Коллективная монография / Под ред. В. Школьниковой, Е. Андреева и Т. Малевой. М.: Московский Центр Карнеги, 2000.
- [Бедность: альтернативные подходы к определению и измерению](#): Коллективная монография. М., 1998.

Далее мы приступаем к описанию несистематизированных с точки зрения стратификационной тематики ресурсов, рассредоточенных главным образом по электронным журналам, размещенным в Рунете.

[«Социологический журнал»](http://www.nir.ru/sj/) (<http://www.nir.ru/sj/>) опубликовал в свободном доступе следующие работы по стратификации:

- *Головаха Е.И.* [Изменение социальной структуры и формирование среднего класса на Украине](#) // Социологический журнал. 1997. № 4.
- *Шабанова М.А.* [Социальная стратификация и свобода](#) // Социологический журнал. 1997. № 4.
- *Битем Д.* [Бюрократия](#) // Социологический журнал. 1997. № 4.
- *Громова Р.Г.* [Социальная мобильность в России: 1985–1993 годы](#) // Социологический журнал. 1998. № 1–2.
- *Бауман З.* [Власть без места, место без власти](#) // Социологический журнал. 1998. № 3–4.
- *Шурыгина И.И.* [Бедность и квартирный вопрос](#) // Социологический журнал. 1998. № 3–4.
- *Шляпентох В.Э.* [Равенство и справедливость в России и США](#) // Социологический журнал. 1998. № 3–4.
- *Градосельская Г.В.* [Социальные сети: обмен частными трансфертами](#) // Социологический журнал. 1999. № 1–2.
- *Кабалина В.И.* [Трудовая мобильность: организационные, институциональные и социально-структурные факторы](#) // Социологический журнал. 1999. № 3–4.

- *Саблина С.Г.* [Кристаллизация статуса средних слоев в современной России](#) // Социологический журнал. 2000. № 1–2.
- *Бородкин Ф.М.* [Социальные эксклюзии](#) // Социологический журнал. 2000. № 3–4.
- *К. Муздыбаев.* [Переживание бедности как социальной неудачи: атрибуция ответственности, стратегия совладания и индикаторы депривации](#) // Социологический журнал. 2001. № 1.
- *Ледяев В.Г.* [Социология власти: исследование Флойда Хантера](#) // Социологический журнал. 2002. № 1.

Журнал «Мир России» (<http://www.hse.ru/journals/wrldross/file.htm>) традиционно считается одним из основных источников работ по социальной стратификации. Наиболее интересными статьями, на наш взгляд, являются:

- *Радаев В.В.* [Коррупция и формирование российских рынков: отношение чиновников и предпринимателей](#) // Мир России. 1998. № 3.
- *Барсукова С.Ю.* [Неформальная экономика и сетевая организация пространства России](#) // Мир России. 2000. N 1.
- *Мелин Х.* [На пути к обществу рабочего класса: российская классовая структура в 90-е годы](#) // Мир России. 2000. № 2.
- *Шкаратан О.И.* [Тип общества, тип социальных отношений. О современной России](#) // Мир России. 2000. № 2.
- *Родионова Г.А.* [Сельская бедность в России](#) // Мир России. 2000. № 3.
- *Барсукова С.Ю., Радаев В.В.* [Легенда о гендере. Принципы распределения труда между супругами в современной городской семье](#) // Мир России. 2000. № 4.
- *Овчарова Л.Н.* [Бедность в России](#) // Мир России. 2001. № 1.
- *Шабанова М.А.* [Массовые адаптационные стратегии и перспективы институциональных трансформаций](#) // Мир России. 2001. № 2.
- *Амелин В.Н., Пинчук К.М.* [Социальные трансформации и формирование политического класса в России](#) // Мир России. 2001. № 2.
- *Бюссе С.* [Социальный капитал и неформальная экономика в России](#) // Мир России. 2002. № 2.

«Журнал социологии и социальной антропологии», издаваемый факультетом социологии Санкт-Петербургского университета, представляет следующие статьи по социальной стратификации (<http://www.soc.pu.ru:8101/publications/jssa/>):

- *Скворцов Н.Г.* Этничность, раса и способ производства: неомарксистская перспектива // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 1.
- *Кайзер М.* Русские как меньшинство в Центральной Азии // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 3.
- *Дука А.В.* Перспективы социологического анализа властных элит // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. Т. 3. № 1.

Журнал [«Социологические исследования»](http://socis.isras.ru/) (<http://socis.isras.ru/>) публикует электронные версии статей начиная с 2001 г. Рекомендуем обратить внимание на следующие работы:

- *Беляева Л.А.* Кому на Руси жить хорошо? Стратегии выживания, адаптации, преуспевания // Социологические исследования. 2001. № 6.
- *Богомолова Т.Ю., Тапилина В.С.* Экономическая стратификация населения России в 90-е годы: динамический аспект // Социологические исследования. 2001. № 6.
- *Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д.* Безработные: особенности российского бытия // Социологические исследования. 2001. № 5.
- *Здравомыслов Г.А.* Российский средний класс – проблема границ и численности // Социологические исследования. 2001. № 5.
- *Максимов Б.И.* Классовый конфликт на Выборгском ЦКБ: наблюдения и анализ // Социологические исследования. 2001. № 1.
- *Трушков В.В.* Современный рабочий класс России в зеркале официальной статистики // Социологические исследования. 2002. № 2.

Для интересующихся вопросами изучения среднего класса могут быть полезны следующие работы:

- Аналитический доклад по проекту [Бюро экономического анализа – «Формирование среднего класса в России»](#), а также интервью руководителя этого проекта Т.М. Малеевой экспертному каналу «ОРЕС» [«Средние классы существуют всегда и везде: их нельзя уничтожить»](#).
- [Городские профессионалы: ценности и правила игры среднего класса](#) / Под ред. В.И. Бакштановского, С.М. Киричука. Тюмень, 1999. (См. раздел: Библиотека)
- *Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В.* [Этос среднего класса: Нормативная модель и отечественные реалии. Научно-публицистическая монография](#) / Под редакцией Г.С. Батыгина и Н.Н. Карнаухова. Тюмень: Центр прикладной этики, НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2000. (См. раздел: Библиотека)
- [Средний класс в России: проблемы и перспективы](#). М.: ИЭПП, 1998.
- Исследование среднего класса под эгидой журнала «Эксперт» см.: [«Стиль жизни среднего класса»](#).
- *Радаев В.В.* [Средний класс в России или к формированию нового мифа](#) // Знание – сила. 1998. № 7.

РЕСУРСЫ ИНТЕРНЕТ ПО СОЦИОЛОГИИ РЫНКОВ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ – 2

Новикова Елена Геннадьевна

ГУ–ВШЭ, МВШСЭН

neg@msses.ru

В этом номере мы продолжаем рассказывать о ресурсах Интернета по социологии рынков труда и занятости. В этом выпуске мы обратимся к обзору сайтов, содержащих «сырые» массивы данных, статистическую и прочую информацию, которая может быть полезна социологам, изучающим рынки труда. В заключение дадим несколько ссылок на тексты учебных программ по данной тематике, показавшиеся нам особенно интересными.

[Labour Force Survey](#)

В одном из номеров журнала ([Т. 2. № 5](#)) мы уже рассказывали о том, как получить доступ к [Великобританскому национальному архиву баз данных](#). Среди прочего там содержатся массивы данных по исследованиям рабочей силы ([Labour Force Survey](#)). Большая часть этой коллекции состоит из данных ежеквартального мониторинга за 1997–2002 гг. Все волны содержат одинаковый набор базовых вопросов, что позволяет проводить сравнительные исследования, опираясь на вторичный анализ данных.

Первый блок вопросов относится к информации о социально-демографических характеристиках домохозяйства. Во втором блоке работающим членам домохозяйства задаются вопросы о специфике их трудовой активности. Имеется специальный набор вопросов для безработных (вопросы о длительности безработицы, причинах безработицы, о наличии/отсутствии статуса безработного и т.д.). Кроме этого, в некоторых волнах задавались специальные вопросы, посвященные образованию, здоровью работоспособных членов домохозяйств, структуре доходов домохозяйств.

The Future of Work (University of Leeds): <http://www.leeds.ac.uk/esrcfutureofwork/>

Сайт создан сотрудниками исследовательского центра при университете Лидса, изучающего проблемы будущего рынков труда в Великобритании.

Сайт очень прост в навигации. Наиболее интересными представляются следующие разделы.

[Projects](#). Здесь содержатся детальные описания проектов, реализованных Центром. Кроме традиционного описания исследуемой проблемы, списка участников проекта, дается описание методики, выборки, гипотезы и списки публикаций по проектам. В разделе вы найдете описание следующих проектов: Concepts, Meanings and Changing Forms of Work; Work Trajectories and the Centrality of Work; Welfare, Work and Inequality; Employment restructuring and the household; Employment regulation and security at work; Organisational Change and Performance.

[Publications](#). Предлагаются ньюслеттеры по результатам семинаров, проведенных в университете (разумеется, только тех, чья проблематика пересекается с исследованиями рынков труда). Охвачены следующие темы: будущее трудовых отношений, сегментация рынка труда в Великобритании, мифы и реальность британского рынка труда.

Papers. Все тексты можно условно разбить на следующие темы: неравенство на рынке труда, связанное с образованием и квалификацией; неравенство на рынке труда, связанное с этничностью; рынок труда и гендер; работа в общественном секторе. Всего здесь опубликовано 26 работ. Также предлагаются материалы, в которых анализируются данные [Labour Force Survey](#).

Equal Opportunities Commission: <http://www.eoc.org.uk/eoceng/dynpages/research.asp>

Сайт организации, занимающейся изучением различий в позициях мужчин и женщин на рынках труда. Одним из направлений деятельности организации является создание базы данных по исследователям, изучающим вопросы гендерного неравенства на рынках труда. Три раза в год проводятся исследования и статистический анализ вторичных данных по этой теме.

Сайта организован по принципу матрешки.

Основной раздел – **Research and statistics**. Дальше далее он разбивается на темы: Pay and income, Education and skills, Women in public and political life, Sex stereotyping, Rights at work, Government and public services. Внутри тематических разделов – working papers за 1998–2002 гг. В основном они написаны по результатам вторичного анализа данных [Labour Force Survey](#).

Также каждый тематический раздел сопровождается ссылками на статистические данные по данной теме.

Кроме этого, на сайте имеется [Reading lists](#) (библиография по всем темам сайта), [Journal articles](#) (хронологический список статей из различных журналов с мая 2002 г. по настоящее время).

Домашняя страница Филипа Коэна [Philip N. Cohen]

<http://orion.oac.uci.edu/~cohenp/>

На сайте опубликована программа курса [Race/Ethnicity, Gender and Women's Employment](#), (читаемая автором на факультете социологии университета Калифорнии в Ирвине), а также публикации автора, посвященные рынкам труда. Статьи посвящены в основном гендерным вопросам на рынке труда.

Cohen, P.N., and L. Matt. Occupational Segregation and the Devaluation of Women's Work Across U.S. Labor Markets, *Social Forces* (2003). Vol. 81. No. 3. P. 881–907. [[abstract](#) | [article](#)]

Batalova, Jeanne A., and P. N. Cohen. Premarital Cohabitation and Housework: Couples in Cross-National Perspective, *Journal of Marriage and Family* (2002). Vol. 64. No. 3. P. 743–755. [[abstract](#) | [article](#)]

Cohen, Philip N. Extended Households at Work: Living Arrangements and Inequality in Single Mothers' Employment, *Sociological Forum* (2002). Vol. 17. No. 3. P. 445–463. [[abstract](#) | [article](#)]

Cohen, Philip N. Race, Class, and Labor Markets: The White Working Class and Racial Composition of U.S. Metropolitan Areas, *Social Science Research* (2001). No. 30. P. 146–169. [[abstract](#) | [article](#)]

Cohen, Philip N. and Suzanne M. Bianchi. Marriage, Children, and Women's Employment: What Do We Know? *Monthly Labor Review* (2001). Vol. 122. No. 12. P. 22–31. [[article](#)]

Cohen, Philip N. Replacing Housework in the Service Economy: Gender, Class, and Race-Ethnicity in Service Spending, *Gender & Society* (1998). Vol. 12. No. 2. P. 219–231. [[abstract](#) | [article](#)]

Заключительная часть обзора посвящена учебным программам. Мы хотели бы обратить внимание на три программы, которые не только отвечают нехитрым стандартам (содержат описание курса, перечень рассматриваемых в лекциях тем со списком обязательной и дополнительной литературы), но и имеют свою изюминку – что-либо, выходящее за рамки этого стандартного набора.

Affirmative action at work (undergraduate course)

Автор – *Frank Dobbin* (Princeton University, Department of Sociology)

Курс рассчитан на 12 недель. Каждую неделю проводятся лекция и семинар. В программе очень подробно описаны планы семинарских занятий //

<http://www.princeton.edu/~sociolog/pdf/145syl.pdf>

Labor unions: history and contemporary challenges (graduate course)

Автор – *Jeff Leiter* (North Carolina State University, Department of Sociology and Anthropology)

Курс включает 15 лекций. Кроме тем лекций и списка литературы к ним, на сайте также размещены: подборка ресурсов Интернет по данной теме, список релевантных журналов, библиографический список, ссылки на базы данных в Интернет //

<http://sasw.chass.ncsu.edu/jeff/courses/unions/index.htm>

Understanding job quality: skills, technology, and organizational restructuring in the new economy (graduate course)

Автор – *Michael J. Handel* (University of Wisconsin-Madison, Department of Sociology)

Программа состоит из 15 лекций. Данный курс имеет узкую тематическую направленность и предназначен для студентов-социологов, специализирующихся в области экономической социологии. Литература, прилагаемая к программе, поделена не по темам лекций, а по более мелким подтемам, рассматриваемым в курсе. Интересно, что литература к некоторым лекциям разбита на «экономический подход» и «социологический подход». Курс имеет проблемный «уклон»: акцентируется та или иная проблема, и предлагаются возможные пути ее решения // <http://www.ssc.wisc.edu/~mhandel/Soc919syllfinal.doc>

Новые книги

IR Рецензия написана экономистом и с позиции экономиста. Она весьма критическая, местами даже жесткая. И тем интересна. Кроме того, как и положено неформальной рецензии, она содержит рассуждения, выходящие за рамки исходного материала.

БЫТЬ ТАКИМ, КАКОВ ТЫ ЕСТЬ...

Рецензия на книгу «Экономическая социология: Новые подходы к институциональному и сетевому анализу». М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2002.

Чувство собственной неполноценности – вот что ощутит добросердечный экономист, начавший чтение «Новых подходов...» и осознавший, что мысли социологов ему в принципе непонятны. Глухое раздражение – вот что ощутит менее лояльный экономист, обнаруживший, что о фирмах и рынках пишут туманными концепциями, используя язык, который он последний раз имел неудовольствие читать при подготовке к семинару по философии постмодернизма. Хуже всего, что как «рациональные акторы» они могут прекратить дальнейшее чтение.

Не все статьи сборника одинаковы, но высока вероятность именно такого исхода – ведь тот, кто любит читать сначала, начнет с «Организованной комплексности» Л. Тевено, а тот, кто любит начинать с самого важного, будет заботливо направлен радушным введением прямо к статье «основоположника» – Х. Уайта. Обе статьи, скажем прямо, для обыкновенного экономиста несъедобны. Сразу может повезти лишь тем, кого заинтересуют статьи с российскими мотивами в названии – обе такие статьи сборника наградят читателя-экономиста интересными идеями и фактами.

На всякий случай прошу прощения, что пишу здесь только от лица экономистов. Все-таки этот сборник делали социологи для своих братьев, и, вероятно, значение этой книжки для экономического сообщества имеет второстепенный характер.

Хотя... может быть, в этом и заключается главная ошибка современных «новых» экономсоциологий и институционализмов, которая мешает им навести между собой мосты. Каждая дисциплина живет на своей родине, пытаясь убедить земляков в своей легитимности и состоятельности, и не очень-то горит желанием наладить активный обмен с «заграницей»¹.

Концепция

Желание составителя и редактора сборника (В. Радаев) сформулировать осмысленную и небанальную структуру книги понятно и может быть только одобрено, а предлагаемая в итоге структура – сначала от действия к институтам, а потом от институтов к действию –

¹ Ситуация в двух науках уже давно похожа на ситуацию в компьютерной отрасли, где есть две платформы, Apple и IBM, создававшиеся длительное время независимо друг от друга (если не учитывать заимствование отдельных идей). Каждая имеет свои переменные, свои операторы, свое отношение с «железом». Статьи социологов не «запускаются» в моем экономическом сознании, точно так же, как программа для Apple не запускается на моем IBM. И наоборот. Чтобы был возможен диалог, необходимо использование интерпретатора, который переводил бы команды и операторы одной платформы в команды и операторы другой платформы.

весьма интересна и, на мой взгляд, отражает общую задачу институционализма: объяснить, как институты возникают из поведения людей, и затем, как они это поведение формируют.

Единственное «но», которое здесь придется добавить, касается соответствия отдельных статей сборника своему месту в этой структуре. Как правило, исследователи интересуются и возникновением институтов, и их влиянием на поведение фирм или потребителей. Более того – оба вопроса часто решаются в рамках одной модели, и разграничить их очень не просто.

В связи с этим можно ожидать наличие проблем с соотнесением отдельной статьи в доинституциональный или постинституциональный раздел книги. Например, в статьях Тевено и Старка вообще отчетливо не хватает действия как такового. Статьи Флигстина и Радаева могут быть с успехом помещены в оба раздела, так как в обеих статьях в условиях существующих институтов на локальном поле игроки этого поля действуют в целях изменения или создания новых институтов. Вероятно, только статья Якубовича соответствует заявленной структуре.

Кроме того, не совсем понятной является главная задача составителей сборника. Вероятно, эта цель имеет образовательный характер и заключается в обнародовании на русском языке наиболее современных и перспективных подходов в области экономсоциологии. Но – если эта книга действительно не является сборником избранных работ конференции – выбор статей остается загадкой.

Например, вместо плохоструктурированной статьи Н. Флигстина можно было взять фрагмент его новой книги «Архитектура рынков», где та же самая теория изложена на порядок более ясно и логично. Вместо сложной и малополезной (с точки зрения применения ее в исследованиях) статьи Л. Тевено можно было опубликовать превосходную статью П. Димаджио о «том же самом» (рациональность действующего лица зависит от контекста, в котором осуществляется его действие)². Вместо краткой статьи Н. Биггарт стоило бы опубликовать ее судьбоносное совместное исследование с Г. Гамильтоном³. Не говоря уже о том, что Х. Уайта также лучше начинать изучать с его статьи 1981 г.⁴

Впрочем, этот выбор не вызывает столько удивления, если принять во внимание слухи о готовящейся хрестоматии «Западная экономическая социология». Вероятно, там найдется место для всех как классических, так и полезных для систематического образования работ новых экономсоциологов.

Перевод

В целом необходимо отметить чрезвычайно добросовестную работу переводчиков (М.С. Добрякова, Р.А. Громова), которые проявили достойные примера терпение и тщательность в переводе на русский язык столь непростых текстов на стыке двух наук. Практически нигде мы не встретим подстрочного перевода, который так характерен для многих современных переводных книг. Как правило, переводчики этих книг стремятся сохранить порядок слов в предложении, максимально точно передать смысл всех слов. Это сказывается весьма плачевно на качестве русского текста, который правил русского языка не

² DiMaggio P. Cultural Aspects of Economic Organization, in: Friedland, R., and A.S. Robertson (eds.) *Beyond the Marketplace*. N.Y.: Aldine de Gruyter, 1990. С. 163–188.

³ Biggart N., and G. Hamilton. Market, Culture, and Authority: A Comparative Analysis of Management and Organization in the Far East, *American Journal of Sociology*, Special Issue on Economic Sociology (July 1988). Vol. 94. P. S52–S94.

⁴ White, H. Where Do Markets Come From?, *American Journal of Sociology* (1981). Vol. 87. No. 3.

нарушает, но читается с большим трудом. Хороший перевод должен быть в значительной степени *пересказом* английского предложения на русском языке. Главное – точно передать общую мысль предложения, а не обратить одно множество лексических значений в другое. Приятно заметить, что в данном сборнике эта задача решается, как правило, именно в творческом ключе.

Хотя некоторые варианты перевода выглядят несколько странно – обычно в этих случаях используется транслитерация или иностранное слово, при имеющемся хорошем варианте более традиционного русского слова. Ну, например, *complexity* переводится как *комплексность* (вместо *сложность*), или *reciprocity* как *реципрокность* (вместо *взаимность*). Подозреваю, что во многих таких случаях транслитерируемые слова уже являются устоявшимися социологическими терминами (как в случае с реципрокностью), и предпринимать по этому поводу что-либо уже неуместно.

Но в случае, когда терминология еще не устоялась, выбор переводчиков и редактора не всегда удовлетворителен. Вот, например, *recombinant practicies* – переводятся как *рекомбинантные практики*, а *recombinant property* как *рекомбинированная собственность*. Очевидно, это тот случай, когда редактор, по его же собственному признанию во введении⁵, искал компромисс между имеющимся вариантом перевода и желательным. *Рекомбинированная собственность* – это имеющийся исторически первый вариант перевода⁶, к тому же весьма корректный. Почему же в этом издании решили ввести термин *рекомбинантные практики* – совершенно неясно... *Практики рекомбинирования* звучало бы намного лучше.

Очень режет слух слово *актор*, которым переводится социологический термин *actor*. Попытки найти в этом рациональный смысл, к сожалению, не приводят к успеху. Очевидно, что идеально подходящего русскоязычного эквивалента для социологического *actor* просто нет. Наиболее близкий эквивалент – *действующее лицо* или *деятель*⁷. Почему один из этих двух вариантов может не устроить – сложно понять. Каким новым смыслом социологи наделяют свой новый термин *актор*, которого нет у «действующего лица»? И почему не *актёр* в конце концов?⁸ Остается утешать себя тем, что западные социологи сделали термином слово *actor*, а не его близкий заменитель *doer*. В этом случае последствия транслитерации были бы еще более нелепы. Но, наверное, это уже дело вкуса, а также вопрос традиции, и спорить по этому поводу бесполезно.

Следует только помнить, что в переводе экономических терминов также есть некоторые традиции, которые нужно было бы соблюдать. В целом в данной книжке с этим обстоит дело неплохо, но отдельные несоответствия все-таки найти можно. Например, *industrial* везде переводят как *индустриальный* (в то время как *промышленный* будет точнее), *value* везде переводят как *стоимость* (хотя современная традиция требует *ценность*). Даже название

⁵ «Новые подходы...». С. 15.

⁶ *Старк Д.* Рекомбинированная собственность и рождение восточноевропейского капитализма // Вопросы экономики. 1996. № 6. С. 4–24.

⁷ *Action* – действие, *actor* – деятель. К сожалению, в современном русском языке слово *деятель* нагружено другим смыслом – это «тот, кто проявил себя в какой-либо области общественной деятельности» («Новый словарь русского языка» Т.Ф. Ефремовой). Есть и другой вариант перевода – *субъект*. Хотя субъект – это засушенный термин, на который у многих читателей и писателей имеется явная аллергия после марксистского прошлого, в котором экономика пронизана философией. К тому же термин «субъект» не передает одного из ключевых смыслов *actor* – а именно «осуществления действий».

⁸ Если вспомнить драматургический подход социолога И. Гоффмана со сценой, ролями, актерами и т.п.

целой учебной дисциплины искажается: *industrial organization* несколько раз переводят как *индустриальную организацию*⁹, тогда как этот научный и учебный предмет по российскому стандарту (с подачи ГУ–ВШЭ) называется *теория отраслевых рынков*.

Конечно, можно заметить, что вся эта точность нужна только самим экономистам, а социологи при переводе этих терминов и выражений еще ни к чему не привыкли, и поэтому проблемы нет. Но это было бы неправильно, если мы хотим наладить устойчивый диалог между двумя конфессиями и активное использование текстов друг друга. Да и к тому, в некоторых случаях, речь может идти не просто о непривычных или самодеятельных переводах, а, к сожалению, о серьезном искажении смысла. Вот пара примеров такого искажения в «Новых подходах...».

В статье Д. Старка встречается несколько раз выражение *organizational hedging*, которое каждый раз переводится как *организационная гибкость*¹⁰. У глагола *hedge* есть значение «колебаться, увиливать, уклоняться», которое, возможно, и натолкнуло переводчиков на этот вариант перевода. Но, увы, здесь *hedging* означает то, что в русском языке уже давно стали обозначать транслитерированным и нелепым словом *хеджирование* – устранение возможных рисков, связанных с колебанием цен или валютных курсов, путем приобретения каких-либо опционов или фьючерсов. Именно об аналогичных процессах – только на предприятии – и идет речь в статье Старка (там рабочему дают возможность подзаработать, чтобы он не ушел). И переводить нужно, если смириться с уже устоявшейся транслитерацией, как *организационное хеджирование*, а если хочется избежать этого варваризма – как *организационная защита* или *организационное страхование*.

Или вот другой пример серьезного искажения смысла, который можно обнаружить в переводе статьи Л. Тевено.

Оригинал:

«...depends on the compared advantages of the reputation and the opportunity of a hold-up coming from the specificity of the investment...»

Перевод:

«...зависит от сравнительной оценки репутации партнера и возможности его удержать, которая строится на специфике вложений...» (С. 35).

В этой фразе содержится одно из ключевых понятий теории контрактов – *hold-up* (один партнер решает выйти из сделки или потребовать изменения условий в свою сторону, пользуясь зависимостью другого партнера, который осуществил инвестиции в некоторый специфический актив, имеющий за пределами этой сделки весьма низкую ценность). Это понятие принято переводить как *вымогательство* или *шантаж*. И весь смысл фразы в наличии дилеммы: либо репутация, либо выигрыш от шантажа. Таким образом, более корректный перевод этой фразы звучит примерно так:

«...зависит от сравнения выгоды сохранения репутации и выгоды вымогательства, которое возможно благодаря специфичности активов...»

Подобные ошибки в переводах очень опасны, так как меняют весь смысл предложения. Но мне бы не хотелось бы возлагать вину на переводчиков этой книги, поскольку знать в совершенстве термины из чужеродной им области они не обязаны, да и экономисты при переводе социологических работ устроили бы еще и не такую самодеятельность... При этом вывод делать надо, и в самом общем виде его хочется сформулировать так: экономистам и

⁹ «Новые подходы...». С. 115, 123, 132.

¹⁰ Там же. С. 48, 65, 74.

социологам нужно приглашать друг друга не к чтению готовых работ, а к обсуждению черновиков и замыслов. Не только приглашать друг друга на выставки и презентации, а пустить в свои мастерские и на свои грядки. В случае с переводами это означает, что нужно обязательно привлекать дополнительного редактора из числа экономистов (подозреваю, что самое время это сделать для готовящейся хрестоматии «Западная экономическая социология»).

* * *

В оставшейся части рецензии хотелось бы уделить внимание отдельным статьям, из которых составлен сборник. С одной стороны, было бы неправильно не поговорить о новейших текстах в столь интересной области, а с другой стороны – более подробное обсуждение отдельных статей подтвердит или разъяснит общие суждения о концепции сборника, высказанные выше. На всякий случай стоит заметить, что дальнейшая критика уже не имеет отношения к составителям сборника, а направлена только авторам обсуждаемых произведений.

Л. Тевено

Статья лидера французского институционализма Лорана Тевено «Организованная комплексность: конвенции координации и структура экономических образований» не только посвящена сложности проблем координации, но еще и чрезвычайно сложно написана. Некоторые предложения весьма тривиальны, другие непостижимы даже после вчитывания с зубным скрежетом. После второго-третьего прочтения возникает некоторое понимание авторской концепции, но уверенности в том, что оно правильное, не прибавляется и на десятом круге.

Общий смысл статьи в том, что существует много *порядков обоснования ценности* [orders of worth], – домашний, рыночный, индустриальный и другие – и каждому из них соответствует своя *система координации* [mode of coordination]. Точное определение этих порядков и координаций лучше не искать, автор не посчитал нужным их привести. Там, где эти порядки и системы координации встречаются, они конфликтуют, потому как в их основе лежат разные когнитивные схемы, разные системы ценностей. Автор приводит много ситуаций, в которых, по его мнению, наблюдаются такие конфликты. Например, домашний порядок обоснования ценности вступает в конфликт с рыночным порядком, когда рабочие начинают привыкать к своему рабочему месту и у них притупляется внимание, появляется предвзятость и т.д. Чтобы избежать этих проявлений домашнего порядка, фирмы прибегают к ротации персонала.

Устранение различных конфликтов между разными порядками обоснования ценности и разными системами координации является задачей различных экономических организаций и институтов. В том числе и *фирма* понимается автором как средство достижения компромисса между несколькими способами координации и порядками обоснования ценности¹¹. Если бы не было конфликта между рыночным и индустриальным способом координации, то и потребность в фирме бы не возникла. Подозреваю, что большинство институциональных экономистов, даже несмотря на все еще значительные разногласия

¹¹ «Я полагаю, что фирму следует рассматривать как средство достижения компромисса между несколькими способами координации или, по меньшей мере, между двумя из них – рыночным и индустриальным... Если бы не было необходимости нахождения компромисса между координацией с позиций рынка и другими ее способами, не возникло бы и необходимости в фирме» [«Новые подходы...». С. 29].

между собой по поводу вопроса «Почему существует фирма?», подобное объяснение просто не примут всерьез.

Другие попытки объяснения автором тех или иных явлений также выглядят весьма загадочно¹², и в целом статья вряд ли будет понята и принята экономическим сообществом. Возможно, виноват в этом не только когнитивный диссонанс, но и принципиально разный дискурс двух наук. Даже если экономические институционалисты поймут автора и в целом согласятся с его утверждениями, они вряд ли найдут в этом тексте что-то, что они могли бы взять на вооружение в свой анализ. И – что еще необходимо отметить – многие утверждения автора не покажутся им оригинальными. Вот, например, часто обсуждаемая автором идея о противоречии «рыночных» и «индустриальных» ценностей известна экономической науке со времен Т. Веблена с его конфликтом бизнесменов и инженеров.

Д. Старк

Статья американского социолога из Колумбийского университета Д. Старка посвящена новому типу организации, который не является ни иерархией, ни рынком. Это некая сеть работников или организаций – она называется *гетерархией* – которая не имеет четкой организационной структуры и характеризуется: 1) отсутствием прямого начальника у отдельного члена сети и в то же время его зависимостью от многих других членов сети; 2) плюрализмом институциональных форм, типов собственности, а также картин мира внутри сети; 3) распределенным знанием и распределенной собственностью.

Гетерархия – очень колоритный и выразительный термин, «продаваемый» автором насколько умело (с красивыми байками, натуральными фактами «из первых рук» и, конечно, критикой стандартной теории), что легко заплатить требуемое количество внимания и приобрести эту концепцию. Правда, к концу статьи нарастает какое-то глухая неудовлетворенность и хочется перечитать ее внимательно сначала, после чего убеждаешься в том, что купил мистификацию. Байки совершенно к делу не относятся, факты не проанализированы хоть сколько-нибудь глубоко, а критикуемые стандарты понимаются автором весьма поверхностно.

Но главное – никакой *теории* гетерархии не существует¹³. Существует только пересказываемая на разные лады гипотеза о том, что разнообразие форм или многозначность активов повышают адаптируемость в условиях быстрых изменений. Но эта гипотеза выглядит очень сомнительно.

Во-первых, взаимозависимость одних фирм от других не может способствовать быстрой приспособляемости, это противоречит как теории контрактов, так и реальному опыту. В условиях неопределенности лучше сохранять независимость и мобильность, так как ваши интересы могут измениться, а обязательства будут мешать вам изменить стратегию¹⁴.

¹² Например, «проблемы субъективного риска [moral hazard], как правило, возникают тогда, когда предполагающая близость домашняя логика накладывается на рыночную логику, представленную повсеместно распространенными ценами на товары».

¹³ К сожалению, ее нет в статье Д. Старка. Хотя можно было бы придумать разные объяснения для гетерархии: с точки зрения теории координации или с точки зрения психологии (<http://futurepositive.synearth.net/2002/03/12>) .

¹⁴ Если воспользоваться излюбленным методом убеждения профессора Старка – аналогией – во время опасности охотник будет держать рядом с собой все свое оружие и необходимые пожитки, а не разбросает их по поляне и не пооставляет их у разных своих знакомых.

Наоборот, то гетерархическое состояние, которое описывает Старк, будет оптимальным только в условиях ОТСУТСТВИЯ каких-либо изменений, в ситуации полного долгосрочного равновесия с неизменным спросом и предложением, когда иерархии и рынки действительно не нужны, потому что оптимальные производственные планы просчитаны, оборудование установлено, рабочие приглашены, контракты заключены – остается только их выполнять.

Во-вторых, в этой гипотезе путается следствие и причина. Не разнообразие форм создано для гибкого реагирования, а быстрые и глубокие изменения внешней среды привели к хаосу форм. Это весьма банальный факт – любая перестройка или революция сопровождается беспорядками, и в эти времена всегда увеличивается хаос. Стандартный порядок в эти периоды просто невозможен. Но по Старку получается, что «хаос помогает пережить революцию» – вряд ли это очень ценная гипотеза. Что бы мы сказали биологу, если бы он предложил такую гипотезу: «В ситуации неопределенности будущего черепахи стремятся перевернуться спиной вниз: после шторма их частенько находят в таком состоянии»?

И наконец, одна из главных *structural holes* этой работы – в отсутствии хоть какой-то теории или модели действия тех самых людей или фирм, которые по логике вещей должны *выбирать* эту гетерархию. Автор нигде не обсуждает мотивов выбора организационной формы или формы собственности. Получается, что это просто структурализм или функционализм (не знаю, как правильно), кое-где подкрепляемый апелляцией к эволюционным теориям. Но последние в данном случае малополезны, так как предназначены для объяснения того, почему в течение *длительного* промежутка времени выживают наиболее приспособленные организационные формы. В то время как гетерархия *по определению* рождается в условиях быстрых изменений и не может быть объяснена эволюционной теорией. Все-таки в статье, посвященной формам организации экономической деятельности, хотелось бы увидеть немного здорового методологического индивидуализма. Автор выполнил работу зоолога и описал существующее разнообразие животных видов, но без какой-то теории поведения этих животных понять эти факты можно неправильно.

Заметим, что некоторые подобные выводы мы могли бы сделать самостоятельно, исходя из данных статьи, и подтвердить она будет, увы, тезис о хаосе. Если обратить внимание на приводимый автором перечень обоснований, используемых менеджерами венгерских фирм в целях списания их задолженности, можно сделать вывод о *низкой экономической грамотности* акторов, для которых западная экономическая культура абсолютна чужда. Несложно догадаться, что могучие организационные фантазии таких акторов резко увеличат разнообразие и хаос организационных форм переходного периода. Вряд ли это разнообразие можно выдавать за эффективное институциональное решение в ситуации неопределенности.

Но при всей этой теоретической путанице у статьи Старка есть одно серьезное достоинство – в ней действительно собраны интересные и вызывающие доверие эмпирические данные. К сожалению, экономистам далеко до подобных полевых исследований институтов.

Х. Уайт

С трепетом открывая статью великого Хэррисона Уайта и рискуя в очередной раз получить «по морде» (в первый раз это было года три назад, когда я пытался прочесть его статью 1981 г., но на третьей странице сломался и позорно сдал журнал назад в хранилище), я с удивлением обнаруживаю, что достать меня автор хочет все тем же грозным оружием под маркировкой *W (y)* и все в том же стиле – постмодернистские высказывания о хозяйстве¹⁵

¹⁵ А иначе как можно назвать пассажи типа «Persistent directionality in its continuing flows is the most striking characteristic of the present economy, which has evolved around repetitive production by firms each invested in some considerable specialization, in a layered system of

незаметно переходят в обсуждение загадочной эконометрической модели. Поскольку оба боевых искусства (постмодернизм и эконометрика) обошли меня стороной, мне остается только убежать.

Во время этого позорного отступления меня настолько успевают поразить экзотичность языка и логики автора, что в голову приходит неожиданное предположение, которое позволяет хорошо объяснить эту экзотику. Предположение весьма странное, но – здесь хочется впервые встать на позиции М. Фридмана – кому какое дело до реалистичности предпосылок, если модель имеет высокую предсказательную силу и хорошо согласуется с фактами?

Хэrrисон Уайт – это инопланетянин, заброшенный звездной родиной в 1950-х гг. в Массачусетский технологический институт на факультет физики, но затем по какой-то загадочной причине перешедший в социологи. Инопланетный разум и манера изъясняться вполне очевидны, так как многие привычные нам вещи представляются весьма в странном свете. Например, «рынки производственных фирм всегда предполагают наличие не двух, а трех ролей – поставщика, производителя и покупателя»¹⁶ – так не может сказать ни один человек, у которого были занятия по экономике. А, например, фраза «спрос и предложение возникают как побочные продукты интерактивного процесса формирования рынка и соответствующего продвижения продуктов»¹⁷ ставит на голову всю экономическую картину мира. Может быть, и еда возникает как побочный продукт интерактивного процесса формирования ресторанного этикета и хороших манер поведения за столом?

Но это, скажем помягче, только необычная манера выражаться. Попытаемся закрыть глаза на необычную форму и выделить ее основное содержание.

В основе подхода Уайта лежит его ноу-хау — модель $W(y)$, суть которой можно изложить так. Любая рыночная структура может быть представлена в виде набора точек в двумерном пространстве с осями W (стоимость выпуска отдельной фирмы) и y (объем ее производства в натуральном выражении). По мнению Уайта, именно эти величины являются реально наблюдаемыми и поэтому могут быть основанием для моделирования (в отличие от гипотетических – и, следовательно, непригодных для анализа – кривых спроса или кривых затрат).

Каждая фирма выбирает свою точку в этом пространстве, ориентируясь на выбор других фирм. Это еще одно ключевое положение модели Уайта – фирмы смотрят не на потребителей (спрос), а друг на друга. В результате приспособления всех фирм друг к другу возникает самовоспроизводящаяся рыночная структура (которая может быть выражена как набор точек в указанном пространстве).

Помимо этих соображений в модели еще присутствует качество n , константа k (которая увязывает между собой семейства сходных рыночных структур), загадочный критерий $theta$ (выгодность сделки для покупателя) и другие соображения, но основной сути модели все эти детали не меняют.

Подобная модель, по мнению своего создателя, является *альтернативой* ортодоксальной теории чистой конкуренции, «едва ли полезной для эмпирического исследования производственных рынков»¹⁸.

intermediate goods, each with recognizable upstream and downstream» (привожу оригинал, чтобы читатель ни в чем не заподозрил переводчиков).

¹⁶ «Новые подходы». С. 98. См. также с. 116.

¹⁷ Там же. С. 99.

¹⁸ Там же. С. 115.

Это очень смелое утверждение. Модель $W(y)$ является высоко абстрактной моделью, не учитывающей множество важных элементов реальности. Это очень легкая (хочется сказать, легковесная) конструкция, которая оставляет многие вопросы без ответа. Непонятно, каким образом можно пренебречь анализом спроса (в модели Уайта фирмы смотрят *прежде всего* друг за другом, а анализу спроса отводится последнее место). Непонятно, почему объем продаж является той переменной, которая *видна* фирмам? Увидеть эти данные можно только в том случае, если фирма сама их обнародует. Но так делают только крупные фирмы, а во многих случаях это коммерческая тайна. Представьте себе два универсама или два компьютерных магазина – как они узнают объем продаж друг друга? Непонятно, является ли W выручкой от продажи одного продукта или нескольких? Если от одного – то, вероятно, речь идет о тех самых небольших фирмах, которые не могут знать объем продаж друг друга. Если от нескольких – то в чем, извините, выражается переменная y ? Наконец, непонятно, а где же в этой по сути экономико-математической модели присутствует социология – от этой науки здесь нет ничего, кроме предположения о том, что фирмы подстраиваются друг под друга.

Но больше всего непонятно другое – «where did Harrison White come from?»¹⁹

Н. Флигстин

Творчество американского социолога Нила Флигстина, известного ранее своей концепцией эволюции власти внутри американских корпораций²⁰, в последние годы посвящено фундаментальным методологическим проблемам экономической социологии. В статье «Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений» Флигстин пытается рассмотреть различные подходы к исследованию институтов, обозначить их общие слабости и предложить свои направления борьбы с этими ограничениями.

Из этой статьи читатель узнает о том, что вообще в общественных науках существует четыре институциональных направления: 1) исторический институционализм; 2) теория рационального выбора; 3) экономический институционализм и 4) социологический институционализм. Автор описывает кратко все эти направления и концепции их основных представителей и, увы, делает это не очень четко (если вы не знакомы с ними до прочтения статьи, вам не удастся составить о них отчетливое недвусмысленное представление). Но если у читателя остаются вопросы – он может их уточнить с помощью приводимой автором литературы.

Описывая эти институциональные направления, автор высказывает неудовлетворенность отсутствием хоть сколько-нибудь общей систематической теоретической схемы анализа. С одной стороны, проблемы существующих подходов состоят в том, что, во-первых, они просто игнорируют *теорию власти* или *политики*²¹. С другой стороны, в социологическом

¹⁹ В моей оценке Уайта, безусловно, содержится изрядная доля несерьезности, но я прошу добросердечного читателя простить мне эту вольность. Конечно, непростые модели Уайта требуют более кропотливого анализа, но его невозможно осуществить в этом кратком обзоре. Тем не менее, моя реакция и в этом случае в значительной степени предсказывает реакцию обычного экономиста на новые работы социологов.

²⁰ Fligstein, N. *The Transformation of Corporate Control*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1990.

²¹ «Вопрос о том, почему и в чьих интересах существуют поля, никогда не ставится в центр институциональных теорий» [с. 142]. «Актеры должны постоянно сознавать необходимость выстраивать схемы, которые побуждали бы к сотрудничеству как союзников, так и противников. Например, актеры в группах, заинтересованных в

институционализме остро ощущается отсутствие хоть сколько-нибудь целенаправленного *рационального действия*.

Автор предлагает то, что в своих последних работах он называет *политико-культурным подходом* [political-cultural approach]²². Основная идея этого подхода в следующем. Предполагается, что любое социальное действие осуществляется в некотором социальном пространстве, которое называется «полем» – это условно выделенный кусок общества, который включает всех действующих лиц, оказывающих хоть какое-то влияние на результат. Полем может быть фирма, отдел фирмы, отрасль, улица, политическая арена, суд и пр. Действующие лица поля пытаются построить *систему доминирования* на этом поле. Это возможно путем создания и поддержания определенной *локальной культуры* (локальной – еще один непривычный для экономистов термин – означает «действующей в рамках данного поля»). Культура включает в себя определенные смыслы и правила поведения, которые разделяются действующими лицами поля²³. Действующие лица делятся на занимающих какую-то позицию (incumbents) и оспаривающих или претендующих на какую-либо позицию (challengers). Как правило, первые навязывают вторым такие смыслы и правила поведения, которые способствуют воспроизводству их господствующего положения. Борьба между первыми и вторыми за изменение этой локальной культуры и представляет собой источник развития поля и причину эволюции институтов.

Далее следует исторический обзор эволюции понимания этой борьбы мыслителями, начиная с XVII в. Приходится вновь признать, что без знания литературы, на которую ссылается Флигстин, понять ЧТО и ЗАЧЕМ он обсуждает, практически невозможно. Слегка шокирует утверждение о том, что актерами могут быть не все люди, которые «существуют» в некотором поле. Например, в Новое время простому народу пришлось доказывать свое право выступать в качестве актеров перед господствующими классами. Похоже, что здесь имеет место некоторая методологическая некорректность²⁴.

Пытаясь предложить дальнейшее развитие этой концепции, Флигстин вводит понятие *стабильного поля* – поля, на котором локальная культура регулярно воспроизводится действующими лицами, которые обладают так называемым *социальным навыком* [social skill] – «способностью побуждать других актеров к сотрудничеству»²⁵. Затем на основе этих понятий он рассматривает различные общие случаи возникновения и эволюции полей в результате взаимодействия различных актеров, роль правительства в этой игре, проблемы взаимосвязей различных полей и так далее. В конце делаются предположения о возможном обмене опытом между разными науками.

Теоретическая концепция Флигстина в этой статье в целом понятна, но в конце концов оставляет ощущение некоей неполноты, оторванности, незаконченности. Все верно, но чего-то не хватает. Размышления об этом приводят к следующим двум выводам.

изменениях, должны думать о том, как удержать своих членов вместе, и непрерывно мотивировать их к дальнейшему сотрудничеству» [с. 144].

²² Fligstein, N. *The Architecture of Markets*. Princeton: Princeton University Press, 2001. P. 15. См. также журнал «Экономическая социология» (Т. 4. № 1).

²³ Не хочется прибегать к этой аналогии, но для российских экономистов это самый простой способ лучше понять содержание «локальной культуры». В нашей криминальной среде есть так называемые «понятия» – сформированные локально смыслы и правила поведения, которым следуют все «актеры» криминальных полей.

²⁴ Утверждения типа «народ боролся за свое признание в качестве актеров» [с. 130] имеют логический дефект. Как можно бороться за изменение локальной культуры, не будучи «актером»? А кем был народ, когда боролся за это?

²⁵ «Новые подходы...». С. 145.

1. В этой статье все теория Флигстина остается в описательном жанре, что, безусловно, имеет весьма условную ценность и вряд ли может считаться «новым институционализмом». Таких описательных текстов экономическая наука знает очень много со времен немецкой исторической школы или «старого» институционализма. Как известно, успех нового институционализма в экономике связан именно с тем, что были найдены теоретические инструменты, позволяющие строить модели и *предсказывать* результат тот или иной ситуации. Нужно заметить, что Флигстин гораздо более успешно пытается преодолеть эту описательность в своей последней книге «Архитектура рынков», где предлагает читателю несколько десятков гипотез о типичном развитии полей, которые можно проверять эмпирически и использовать для предсказания.

2. Теоретической схемы Флигстина недостаточно и не может быть достаточно для объяснения того, какие именно институты (или концепции контроля) возникают и являются устойчивыми. Утверждения типа «доминирующие акторы навязывают другим концепцию контроля» никак не помогают понять, КАКИЕ именно концепции контроля будут выбраны доминирующими акторами. Например, менеджер фирмы навязывает своим сотрудникам сделную оплату труда, они соглашаются. Все происходит «по Флигстину» – менеджер доминирующий актор, да к тому же еще и обладающий социальным навыком. Но пойдем ли мы, почему менеджер выбрал именно сделную оплату труда, а не повременную?

Но здесь не должно возникнуть впечатления бесполезности теории Флигстина (и вообще подобных теорий). Это не так! По сути подобные теории помогают ответить на вопрос, который так редко ставят себе экономисты – «КАК возникает равновесие?» Эта методологическая брешь появилась в экономической науке примерно одновременно со становлением неоклассической экономической теории. Последняя являлась хорошим ответом на вопрос «Какие цены и количества являются равновесными» или «Каково равновесное количество фирм в отрасли», но систематически не занималась исследованием вопроса «Как устанавливается на рынке равновесие», уже потому, что ее инструментарий не пригоден к исследованию этих вопросов (о чем писали старые институционалисты). С появлением нового институционализма проблема сохранилась – новые экономические институционалисты, которые, как всем известно, унаследовали многие методологические характеристики неоклассики, также ставят и довольно успешно решают вопрос «Какие институты являются равновесными (эффективными)», но вряд ли могут ответить на вопрос «Как возникают эти институты». Эту методологическую брешь (о заполнении которой социальная наука мечтает со времен Веблена) и может устранить «политико-культурный» подход Н. Флигстина и другие подобные концепции.

В. Радаев

Статья лидера отечественной новой экономсоциологии В. Радаева «Новый институциональный подход и деформализация правил в российской экономике» начинается с захватывающего обсуждения конкурентной борьбы экономики и социологии в последние десятилетия, в котором среди всего прочего звучит смелое признание того, что социологи традиционно невнимательны к возможностям той науки, которую они традиционно критикуют и выносят за скобки своих интересов. Это во многом и объясняет слабое взаимодействие двух наук, которые так нужны друг другу.

Затем в статье начинается изложение позитивной теоретической схемы исследования, и здесь читатель впервые (если читать сборник сначала) может спокойно вздохнуть и окунуться в ясное, логически упорядоченное пространство терминов и смыслов, с которым, конечно, можно в чем-то не соглашаться, но не оценить его цельность и структурированность (коих так не хватало в предыдущих статьях) невозможно.

Особенно хочется отметить систематическое желание автора представить все элементы «схемы» в некотором логическом развитии²⁶.

В целом схема представляется, с одной стороны, очень емкой и многообещающей, а с другой стороны, все-таки несколько запутанной. Некоторые элементы, которые вроде бы должны быть вместе, рассредоточены по разным ветвям этого понятийного дерева. Например, из комментариев к схеме становится очевидно, что *предприятие*, *бизнес* и *деловая сеть* – это понятия из одного ряда (классификации) и должны быть в одной «грозди», но деловая сеть почему-то вынесена в отдельную ветвь. Впрочем, это становится понятным, если рассматривать среднюю ветвь как то, что происходит внутри фирмы, а правую – как то, что происходит между фирмами. Но тогда все еще остается неясным, какова роль левой ветви (права собственности). Ведь права собственности на ресурсы и на доходы являются предметом определения во многих местах. Если эта схема – классификация, то ее левая ветвь и другие плохо сочетаются друг с другом.

Из объяснений различных понятий и концепций в этой схеме также кое-что остается непонятным, и в частности, следующее. Необычное понимание *вертикальной интеграции*, которая трактуется как иерархия и противоположность рынку [с. 165]²⁷, нестандартное понимание *неявных (имплицитных) контрактов*²⁸, не совсем корректное понимание *отношенческих контрактов* [relational contracting] как антонима к разовым контрактам между автономными незнакомыми партнерами²⁹. Конечно, автор имеет полное право ввести эти термины со своим собственным значением, но вряд ли, ориентируясь на перспективное взаимодействие двух наук, нужно усугублять и без того значительный когнитивный диссонанс.

²⁶ «Чтобы развернуть какую-либо хозяйственную деятельность, нужно прежде всего получить и определить права собственности... Если удалось развернуть хозяйственный процесс, то возникают притязания на доходы... Получив права собственности на использование ресурсов и присвоение доходов, фирмы делают следующий шаг – выстраивают структуры управления...» [с. 164–165].

²⁷ Экономисты используют для обозначения объединения в одну фирму просто термин *интеграция*, которая в свою очередь делится на *вертикальную* (объединение последовательных участков производственной цепочки – например, слияние мельницы и пекарни) и *горизонтальную* (объединение параллельных участков, на которых осуществляются одинаковые операции – например, слияние двух птицефабрик).

²⁸ Происходит отождествление неявных и неформальных контрактов [с. 168, 183]. Неформальный контракт может быть *явным* – это просто устная договоренность о сделке, не подкрепленная бумагой. *Неявный* контракт означает, что НИКАКОЙ договоренности нет, обе стороны самостоятельно «догадались» о том, что будет происходить. В то же время неявный контракт может быть формальным, и за его нарушение можно пойти под суд! См. краткое и веселое толкование здесь: <http://www.xent.com/pipermail/fork/2001-June/000537.html>.

²⁹ На самом деле *relational contract* – это замена *полному контракту* (complete contract) в ситуации, когда создание такого полного контракта невозможно (по причине ограниченной рациональности и огромного объема информации, который нужно обработать и заложить в полный контракт). Relational contract означает то, что стороны договариваются только о правилах взаимодействия, о рамках, в которых это взаимодействие будет происходить, и на русский язык его лучше переводить как *контракт об отношениях*. Наличие устоявшихся взаимоотношений (дружеских, партнерских и т.д.) здесь не при чем.

Некоторое удивление вызывает пункт 2.4. «Проблема эффективности институтов». С одной стороны, значительная часть этого пункта посвящена определению и обсуждению транзакционных издержек, и это выглядит странно – зачем в статье такого уровня столь подробно обсуждать одно ключевое понятие новых институционализмов, но при этом совсем не обсуждать другие (не менее важные понятия – фирма, контракт и пр.). Далее автор делает чрезвычайно актуальный (прежде всего для экономистов) вывод о том, что просто посчитать транзакционные издержки недостаточно, чтобы судить об эффективности институтов и приводит список других факторов, влияющих на эту эффективность. Можно заранее предсказать реакцию экономистов на этот список – «все эти факторы тоже определяют транзакционные затраты. Их нужно включить в расчет общих транзакционных затрат, которые в итоге и минимизируются». Это излюбленный трюк экономистов, который столь же универсален и «всемогущ», сколь и бесполезен. Поэтому следовало бы сразу указать, почему не следует этого делать, почему важен именно содержательный анализ эффективности того или иного института с точки зрения укорененности, справедливости и т.п.

Третий и самый интересный раздел статьи посвящен тому, что звучит в ее названии – *деформализации правил*. Само по себе это звучит достаточно ново и интригующе. Под деформализацией понимается «непрерывная трансформация институтов, в ходе которой формальные правила в значительной мере замещаются неформальными и встраиваются в неформальные отношения»³⁰. Это интересная и оригинальная концепция, которая во многом покоится на свойственной российской действительности возможности – как для власти, так и для населения – *не выполнять* законы или выполнять их «по-своему». Автор предлагает свой сценарий деформализации от введения нового закона до кристаллизации неформальных практик выполнения этого закона «по-своему» фирмами и населением, а также «удобных» неформальных правил контроля за этими формальными правилами со стороны регулирующих органов.

Обсуждая этот сценарий, автор оригинально применяет известную классификацию стратегий А. Хиршмана «*терпеть, сказать, уйти*» к проблеме выполнения формальных правил (*уйти* означает невыполнение правила). Но добавление четвертой стратегии – *переговоры* – не выглядит столь необходимым. Уже по названию не ясно, чем эта стратегия отличается от стратегии «голоса». По сути эти стратегии хоть и различаются, но не существенно – ровно тем же самым, чем различаются слова «отмена» и «освобождение», или «снижение» и «скидка» (первое – для всех или навсегда, а второе – для кого-то или на время).

Необычайно интересен четвертый раздел статьи, в котором автор описывает различные неформальные практики невыполнения существующих формальных правил, а именно – практику ухода от налогов. Интересен редкостью и актуальностью приводимой там информации о реальном поведении фирм, о реальных «концепциях контроля». В этом разделе становится понятно, зачем второй раздел был посвящен таксономии различных правил – структур – схем: здесь для описания российской практики ухода и уклонения от налогов используются многие понятия и концепции из этой таксономии.

Хотя, сняв шляпу перед этим богатством, придется вновь, как и в статье Флигстина, заметить недостаток ТЕОРИИ в этом разделе. По форме и содержанию это превосходное ОПИСАНИЕ с помощью четко разработанной системы понятий существующей картины мира. Это старая добрая немецкая историческая школа (Шмоллер был бы в полном восторге от предлагаемого текста) или фиксирование идеальных типов хозяйственных явлений по Веберу. Все-таки *новые* институционализмы предполагают некоторое количество дедукции, и было бы очень хорошо, если бы автор взял на себя ответственность попытаться предложить какие-то

³⁰ «Новые подходы...». С. 185.

гипотезы, общие закономерности и т.п. Тем более, что автор очень близок местами к такой теории, когда пытается объяснить поведение конкретных фирм.³¹

В. Якубович

Статья В. Якубовича «Институты, социальные сети и рыночный обмен: подбор работников и рабочих мест в России» имеет как раз то, чего так недостает в предыдущей статье – несколько выведенных дедуктивным путем гипотез – и по сути представляет собой образовательно-показательное эмпирическое исследование валидности этих гипотез на примере рынка труда Самары.

Начинается статья с обзора существующих подходов к изучению рыночного обмена и сетей, но, к сожалению, в этом обзоре практически полностью отсутствуют имена экономистов и упоминания экономических теорий. Это несколько огорчает, так как автор статьи берется за столь экономические по своей природе явления, что «наивная экономика»³² здесь может оказаться слабым подспорьем.

Например, Якубович использует такое понятие, как *рыночный обмен*, который предполагает наличие двух условий: 1) выбор осуществляется из альтернативных вариантов; 2) сделка заключается после некоторого торга между продавцом и покупателем. Если хотя бы одного из этих элементов нет, мы удаляемся от идеала рыночного обмена. По всем статьям это – «самодеятельная» экономическая теория, но в этом было бы немного беды, если бы отличались только названия или формулировки. Обратив пристальное внимание на концепцию «рыночного обмена», мы обнаружим, что она внутренне противоречива. Проблема в том, что эти два индикатора *исключают* друг друга. Чем больше альтернативных вариантов существует на рынке, тем ближе мы приближаемся к совершенной конкуренции. Но при совершенной конкуренции никакого торга между отдельной парой продавца и покупателя НЕТ и быть не может! Наличие торга означает как раз отсутствие альтернатив, когда партнерам некуда «деваться» друг от друга и они вынуждены узнавать через торг реальные возможности друг друга, пытаться перетянуть одеяло на свою сторону и пр. Именно этим характеризуется ситуация двусторонней монополии. А в условиях конкуренции не нужно торговаться. Нужно просто выбрать наиболее выгодного партнера. Конкуренты, пытаясь оказаться выбранными, будут сами предлагать минимально приемлемые для себя условия.

Подозреваю, что если бы автор статьи хорошо осознавал эту нехитрую экономическую мысль, он мог бы сформулировать свои гипотезы несколько иначе.

Автор предлагает девять гипотез, многие из которых, как это часто бывает, интуитивно очевидны еще на этапе формулирования, но тем не менее нуждаются в формальной проверке ибо только практика является критерием истинности теории.

Гипотеза 1 гласит, что использование посредников на рынке труда увеличивает вероятность альтернативного выбора как для работников, так и для предприятий (как выяснилось в результате исследования, для работников увеличивается выбор в 2,3 раза, для предприятий – почти в 3).

³¹ Помня о том, что формулировка новых гипотез, законов, теорем и т.п. является очень непростым делом, возможно, здесь помогла бы компаративистика – сравнить ситуации с уходом от налогов в разных странах и попытаться выделить общее и частное.

³² Как заметил один исследователь, в условиях длительной изоляции друг от друга экономисты изобрели свою наивную социологию, а социологи – свою наивную экономику.

Гипотезы 2 и 3 представляют собой по сути известную идею Грановеттера³³ о «силе слабых связей», согласно которой размер сети увеличивает количество альтернатив для работников, а ее плотность – уменьшает (как выяснилось, расширение связей на один дополнительный контакт увеличивает вероятность альтернативного выбора на 15%, а возрастание плотности на 1 десятую сокращает эту вероятность примерно на 5%).

Согласно гипотезе 4, концепция «силы слабых связей» для организаций не действует, и поэтому использование сетей в любом случае увеличивает вероятность альтернативного выбора для работодателей (как выяснилось, в 1,9 раза).

Гипотеза 5 гласит, что участие посредников на рынке труда снижает вероятность торга и в результате исследования с успехом подтверждается. (Автор как-то невнятно объясняет эту гипотезу тем, что «посредники на рынке труда принимают полученную от работодателей информацию о вакансиях без обсуждения и... никогда не предпринимают попыток торговаться о размерах оплаты от имени работников». Представляется, что торга нет уже потому, что рассматриваются множество альтернативных вариантов и стадия выбора цены происходит до встречи с работодателем или работником.)

Гипотеза 6 гласит, что участие социальных сетей увеличивает вероятность торга, потому что неформальная среда способствует более откровенному выражению работниками своих притязаний, а работодатели вынуждены на них соглашаться. (Последняя оговорка несколько ставит в тупик, ибо что это за торг, если одни смело предлагают, а другие вынуждены *согласиться*). Это единственная изначально неочевидная гипотеза, которая в ходе исследования не подтверждается.

Гипотезы 7, 8 и 9 говорят о том, что использование сетей и посредников, а также размер сетей положительно влияют на качество нанимаемого персонала. Интуитивно эти гипотезы вроде бы очевидны, но, что любопытно, исследование их не подтверждает. Ни один из каналов приема на работу не оказывает статистически значимого влияния на качество подбора. Более того, при других условиях тестирования оказывается, что широкая сеть ухудшает качество подбора.

Последний результат наталкивает на печальные выводы — там, где реально наблюдаются повышенные симптомы «рыночного обмена», никакого влияния на качество не ощущается. Не трудно заметить, что это ставит под удар все исследование вместе с теорией, на которой оно было основано. Либо «рыночный обмен» не способен повысить эффективность и не нужно его искать вообще (что маловероятно), либо он неправильно понят (нужно работать с другими его признаками), либо взятые в этом исследовании признаки неправильно измеряются (в сборе и обработке данных допущены неточности).

Н. Биггарт

Статья американского экономсоциолога Николь Биггарт «Социальная организация и экономическое развитие» – это вкусный и легкий десерт, которым гармонично завершается меню «Новых подходов...» (выдерживая общий тренд от несъедобных блюд к диетическим). Читая это небольшой и изящный очерк по проблемам методологии, можно окончательно расслабиться и получить интеллектуальное и литературное удовольствие. В статье нет ничего лишнего или туманного и практически нет ничего, с чем бы можно было не согласиться и поспорить по большому счету (если не считать некоторых формальностей).

Статья начинается с истории Казуо Иномари – японского предпринимателя, который в 1960-х гг. не смог начать свой бизнес на родине, поскольку был никому не известен и не принадлежал никакой сети отношений. Иномари уехал в США, и там ему удалось

³³ М. Грановеттер являлся руководителем всего этого исследования.

относительно легко выйти на рынок, найти партнеров и построить успешный бизнес, так как связи и известность в этой стране не играли особого значения.

Мораль, которая следует, по мнению Биггарт, из этой истории – *эффективные рынки могут быть разными*. Экономисты уверены в том, что идеальная модель рынка – это рынок совершенной конкуренции, в которой 1) очень много фирм; 2) товары однородные; 3) фирмы автономны; 4) имеется полная информация. Но имеются не менее эффективные рынки Германии или Японии, в которых условие 3 сильно нарушается, и это не вредит эффективности, а наоборот, может трактоваться как одна из ее причин.

Это утверждение действительно правдоподобно, и теории отраслевых рынков, а также новой институциональной экономической теории тут есть над чем задуматься. Но преодолевать эти несовершенства им нужно будет путем внимательного и конструктивного пересмотра своих теоретических схем в отдельных статьях и книгах, а здесь нам придется поговорить о небольших несовершенствах аргументации самой Николь.

1. В тексте чувствуется некоторая путаница со значениями слова perfect (еще один пример когнитивного диссонанса между двумя науками). По-видимому, Николь наделяет это слово в выражениях perfect market и perfect competition значением *наилучший*. Но экономисты не придают данному употреблению слова perfect этого смысла. В данном употреблении это слово означает *абсолютный*. Точно так же для физиков есть понятие *идеального* газа, и вряд ли хотя бы один физик считает этот газ *наилучшим* из всех газов. К тому же совершенный рынок и совершенная конкуренция – это не совсем одно и то же. Совершенный рынок – это условия 2, 3, 4 (просто идеально работающий рыночный механизм, в котором нет никакого трения, никаких искажений, что приводит к установлению одной цены для всех сделок). А совершенная конкуренция – все это плюс условие 1.

Другое дело, что экономисты действительно долгое время считали совершенную конкуренцию рыночной структурой, дающей лучшие результаты (более низкие цены), чем все остальные известные им структуры рынка, и в этом смысле она действительно была и является для них *идеальной* структурой. Но это нормативная оценка позитивной модели, которая сама по себе носит атрибут *perfect* по другим причинам.

2. Далее Биггарт утверждает, что экономисты считают отсутствие каких-либо связей между акторами (автономию) наилучшим состоянием. К сожалению, она не уточняет, какие именно связи здесь имеются в виду. Дружба двух директоров крупных компаний или долгосрочный отношенческий контракт между ними на поставку комплектующих? Или и то, и другое?

Экономисты действительно утверждают о преимуществах полной автономии только касательно связи *между конкурирующими фирмами*, которая понимается экономистами как та или иная разновидность сговора для создания монопольной власти и повышения цен относительно конкурентного уровня. Возможно, эту непоколебимую уверенность и стоит поставить под сомнение, но, думаю, это будет очень непросто сделать, так как аргументы у экономистов действительно сильные.

Другие связи фирм (с поставщиками, банками, правительством и т.д.) экономисты долгое время НЕ АНАЛИЗИРОВАЛИ вообще (отчасти потому, что все их инструменты были малопригодны для этой цели) и, следовательно, ничего не утверждали об их желательности или нежелательности. С развитием теории контрактов экономисты стали изучать вертикальные связи (между поставщиками и потребителями) а также пытаться объяснить экономический смысл таких явлений, как холдинги, конгломераты, деловые союзы. И будучи знакомым с этим анализом, нельзя сказать, что экономисты продолжают считать идеалом отсутствие каких-либо связей. Другое дело, что экономисты продолжают концентрировать свое внимание на экономико-правовых переменных и традиционно не учитывают роль *культуры* или *сетей* в этих ситуациях. А без учета этих факторов

невозможно объяснить, почему в одной стране приживаются деловые союзы фирм, а в другой стране – нет.

3. Если логически продолжить критику рыночного идеала, которую предлагает Биггарт, то напрашиваются странные выводы. Если в каждой стране развивается своя модель рынка, то неужели это отменяет необходимость присматривания за ее развитием и, при необходимости, регулирования? Вряд ли Биггарт считает, что все действительно эффективно и все всегда идет к лучшему³⁴. Скорее всего, она согласится с тем, что как-то оценивать и при необходимости регулировать развитие отраслей все-таки нужно, но тогда возникает вопрос – на КАКИХ принципах? Нужны некоторые критерии для регулирования, и здесь не стоит наотмашь отказываться от идеалов конкуренции. Откуда мы знаем, что в некоей стране *X* промышленные кланы повышают эффективность рынка, а не пожинают монополистическую ренту от своего доминирующего положения? Откуда мы знаем, что в той же Японии или Германии отсутствие имеющихся там связей не привело бы к повышению эффективности?

4. Утверждения Биггарт о том, что модель совершенной конкуренции бесполезна, так как противоречит наблюдаемому опыту³⁵, является методологически наивным. Эта модель выполняет роль исходной точки, как модель идеального газа в термодинамике или полет снаряда в безвоздушном пространстве в баллистике. Предложение отказаться от этих моделей как от исходных точек анализа на том основании, что нет ни идеального газа, ни безвоздушного пространства, вызовет у физиков и артиллеристов улыбку. Правильное сказать, что нужно учесть все возможные факторы, которые влияют на действие этой базовой модели и тогда мы приблизимся к реальности.

Преодоление этих некорректностей позволит применить к аргументам Биггарт прилагательное *perfect* в том смысле, который ей так нравится. Но это только наведение глянца, чтобы не дразнить вездыхловых экономистов. По сути, статья Биггарт заставляет задуматься о многих важных для экономической теории проблемах, которые незаслуженно игнорируются на протяжении многих лет.

Да, чуть не забыл. Есть еще одна нестыковка. Почему Казуо Иномари преуспел именно в американской системе, если она не имеет никаких преимуществ перед японской?..

³⁴ Это бы означало принятие позиции о том, что все существующие институты оптимальны, так как минимизируют транзакционные затраты. Даже в экономической науке уже многие осознали, что это не так, что могут существовать неэффективные институты, что есть *path dependency* и т.д. Социологи это утверждали намного раньше. На этом фоне интонации Биггарт в оправдании аргюги различных национальных институтов выглядят несколько двусмысленно (и слегка напоминают незаслуженный гимн гетерархии в статье Д. Старка).

³⁵ «Тем не менее, я бы сказала, что это противоречащая реальной жизни модель — плохая основа для построения теории» (с. 258), «Если мы хотим знать, как осуществляется экономическое действие, мы должны начать с наблюдения за реальными акторами...» [с. 259].

* * *

Несмотря на большое количество критики в этой рецензии, ее автор был далек от желания упрекнуть или осудить какого-то исследователя или целую дисциплину (и тем более героических создателей этого сборника). Наоборот, автор старался быть конструктивным и продемонстрировать, что социологическим и экономическим институционализмам нужно активнее преодолевать свою автаркию, смелее выходить из зарослей и внимательно смотреть друг на друга. При этом неизбежны смущение, «ломки» и компромиссы, но в этом нет ничего страшного. «Быть таким, каков ты есть, в этом мужество и честь, вот что песнею такой хотел Вам сказать я»³⁶.

³⁶ А. Градский. «Южная прощальная». 1986.

Исследовательские проекты

СПЕЦИАЛЬНЫЕ РЕЖИМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА. ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ И ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА В РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ.

Концепции, рекомендации и предложения

Идея проекта: *В.В. Буев*, генеральный директор Национального института системных исследований проблем предпринимательства (НИСИП), президент АНО «ИКЦ «Бизнес-Тезаурус»

Научный руководитель проекта: *О.М. Шестоперов*, директор по проектам НИСИП, генеральный директор АНО «ИКЦ «Бизнес-Тезаурус»

Участник разработки концепции и инструментария исследования: *А.О. Шеховцов*, первый заместитель Генерального директора НИСИП

Автономной некоммерческой организацией «Информационно-консультационный центр «Бизнес-Тезаурус» на средства гранта Московского общественного научного фонда реализован прикладной исследовательский проект «Специальные режимы налогообложения для малого предпринимательства. Законодательная и правоприменительная практика в России и зарубежных странах. Концепции, рекомендации и предложения».

В ходе реализации данного проекта был подготовлен обзор арбитражной практики по спорам предпринимателей с налоговыми органами. На основе опросов около 1000 представителей предпринимательской среды в пяти регионах РФ была проанализирована ситуация в сфере налогообложения и выявлены пожелания для предпринимателей по специальной системе налогообложения для малого бизнеса (льготы по общеустановленной системе, специальная система налогообложения), проанализирована также теневая деятельность малых предприятий и т.д. Итогом проекта стали первичные предложения по налогообложению малого бизнеса. Данная работа проводилась с целью аналитического сопровождения усилий Президента России, Правительства РФ и Федерального Собрания РФ при разработке и принятии отдельной главы Налогового Кодекса в 2002 г., регулирующей специальные режимы налогообложения для малого предпринимательства. Ситуация, изложенная в книге, характеризует состояние дел до принятия и вступления в действие указанной главы Налогового Кодекса.

Полная версия данной работы размещена по адресу: <http://www.nisse.ru> (раздел «Исследования и аналитика»).

Авторы проекта планируют продолжать работу по мониторингу влияния специальных налоговых режимов на деятельность малого предпринимательства в целом и его отдельных групп с возможным расширением круга изучаемых регионов и заинтересованы в получении отзывов, комментариев и предложений.

Просьба направлять отзывы по адресу:

103918, Москва, Газетный пер., д. 3-5, оф. 154, 156.

Email: olshest@nisse.ru; sme@mit8.ru; business@nisse.ru; office@nisse.ru.

ВЫСШЕЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ НА РУБЕЖЕ ВЕКОВ: ТРУДНОСТИ ОСВОЕНИЯ НОВОГО СОДЕРЖАНИЯ

Проект поддерживается [Министерством образования РФ](#) и [Фондом Форда](#).

Руководители проекта: [Иванов М.А.](#) (Институт «Экономическая школа», Санкт-Петербург)

Магун В.С. (Институт социологии РАН, Москва).

Срок реализации проекта – 2001–2003 гг.

На протяжении прошедшего десятилетия российское высшее экономическое образование (ВЭО) в целом переориентировалось на следование рыночной доктрине, однако на сегодня не оценены содержательные результаты этого процесса. В какой мере рост числа студентов, обучающихся «новой» экономике, появление новых вузов и факультетов, издание учебных пособий ведут к конечному результату – подлинному усвоению учащимися современных экономических знаний? Насколько качественна издаваемая учебная литература? Каков профессиональный уровень преподавателей, действующих в настоящее время в вузах?

Проект посвящен решению следующей проблемы: определению содержательных квалификационных результатов ВЭО и анализу непосредственных условий их формирования.

Основные задачи проекта

1. Оценка общей структуры ВЭО и разработка методических инструментов анализа.
2. Оценка знаний студентов.
3. Анализ учебно-методического обеспечения ВЭО.
4. Оценка квалификационного потенциала преподавателей основных экономических дисциплин.
5. Оценка перспективы использования потенциала выпускников, получивших экономические специальности.

Принципиальная установка исследования – изучение сильных, передовых высших учебных заведений. При этом ожидается, что даже в этих учебных заведениях будут выявлены серьезные проблемы, касающиеся качества подготовки студентов.

Для обследования отбираются несколько вузов (факультетов), реализующих формально однотипные программы, но различающихся репутацией и географическим положением. Для каждой из этих учебных организаций оцениваются квалификационные результаты ВЭО и анализируются конкретные условия, их определяющие.

Используются следующие методические процедуры: тестирование знаний; экспертные опросы специалистов о качестве учебников, учебных пособий и учебно-методических материалов; углубленные интервью с преподавателями и студентами вузов; анкетные опросы; анализ статистической информации и документов; анализ библиотечных фондов высших учебных заведений и режима их использования; анализ ассортимента литературы в торговой сети.

Предварительные результаты показали, что картина российской высшей школы за прошедшее десятилетие оказалась слоеной. Бросается в глаза – общее число студентов-экономистов приближается к миллиону, а их удельный вес – примерно 25%. В то же время, ожидания некоей внутренней перестройки структуры обучения по специальностям не оправдались. Все специальности примерно сохраняют свои позиции, правда, с возрастанием числа обучающихся по ним. Скорее всего, это связано с тем, что структура специальностей не соответствует структуре реальной занятости.

Вторая тенденция заключается в том, что в общем контингенте студентов происходит рост удельного веса экономистов. Так, в начале 1950-х гг. он составлял 6%, а сейчас приближается к 25%. Причем значимый рост замечен еще в 1980-е гг. Шло накопление бюрократизации России, т.е. рост экономических должностей. За истекшее десятилетие доля «отраслевых экономик» снизилась с 34 до 30%, доля менеджмента осталась неизменной (14%), доля финансов выросла с 12 до 16%: Доля бухгалтерского учета несколько уменьшилась – с 26 до 24%.

Еще одной важнейшей тенденцией для судьбы экономического образования является тенденция старения преподавательских кадров. Это связано с тем, что фактически новый общественный строй потряс почву под ногами у огромного количества людей, и, кроме того, экономисты оказались востребованы на рынке труда бизнесом. Произошли резкие изменения в характере и мотивах занятости. Получила распространение двойная, тройная и т.д. занятость. Отсюда результаты – молодежь перестала идти на работу в вуз из-за небольшой оплаты труда, а также потому, что это считалось уже непрестижным. Общих данных о среднем возрасте ППС по Министерству образования найти не удалось. Тем не менее, по отдельным университетам этот процесс достаточно явно выражен.

Важнейшая, ключевая проблема заключается в том, что нет вложений в человеческий капитал – в преподавателя.

Государство сейчас пытается регулировать качество и содержание образования при помощи стандартизации. Но вряд ли это серьезным образом влияет на уровень квалификации преподавателей – а данный вопрос является главным. Диапазон «свободы изложения» обязательных по стандарту знаний очень велик.

Интересны процессы стихийной доквалификации студентов. В основном это происходит на работе: как на работе во время учебы, так и на работе после окончания вуза. Возникает понимание студентом того, что требуется. Происходит компенсация – того, что или дается излишне, или же не дается вообще. В то же время стоит подчеркнуть, что в 1990-е годы рынок труда не предъявлял спроса на знания. На название диплома, название специальности – да. Студент, четко ощущая это, зачастую стремится не к получению знания, а к получению диплома. И сейчас, возможно, это будет меняться, так как рынок уже начал менять характер своих потребностей. Способы же добывания квалификации весьма разнообразны. В дальнейшем необходимо уделить процессам приспособления спроса и предложения на квалификацию пристальное внимание.

Подробнее см.: <http://ise.openlab.spb.ru>

Подготовлено участником проекта И.Б. Назаровой

Учебные программы

ИСТОРИЯ ДЕЛОВОГО МИРА В РОССИИ

Кузьмичев Андрей Дмитриевич

д.и.н, проф. кафедры менеджмента и предпринимательства
факультета экономических и социальных наук Академии народного хозяйства при
правительстве РФ

Email: kuzmitchev@au.ru

Курс читается с 1993 г.

Пояснительная записка к курсу

История делового мира России – новая учебная дисциплина, позволяющая проследить эволюцию становления и развития особого социального явления, особой социальной общности – бизнес-слоя.

За последние 10 лет в России прошло много научно-практических конференций и семинаров по указанной теме, появились первые учебники и учебные пособия, издано огромное количество литературы по различным аспектам истории предпринимательства: это и общие работы, отражающие, как правило, отдельные исторические эпохи; «портреты» крупнейших династий, таких, как Строгановы, Демидовы, Морозовы, Мамонтовы и другие; монографии, сборники документов и статьи по проблемам частной благотворительности и меценатства.

Особое внимание исследователей вызывают вопросы конфессиональных и национальных особенностей делового мира России, взаимоотношения деловых людей и государства, а также определения места и роли предпринимателей в социальной структуре российского общества. Практически не изучены вопросы представительства бизнеса. Мало изучены вопросы взаимоотношения различных этноконфессиональных общностей как субъектов хозяйствования. Вне поля зрения исследователей остаются вопросы собственности: в их числе проблемы владения, регулирования и управления собственностью различными хозяйствующими субъектами; действия субъектов на локальном и национальном рынках.

Лишь в последние годы проблемы лидерства, делового успеха, разрабатываемые в менеджменте, стали предметом изучения при исследовании вопросов российского предпринимательства. Сопоставление таких феноменов, как Генри Форд и Иван Сытин, Ли Якокка и Сергей Королев, а также других выдающихся предпринимателей и менеджеров, позволяет глубже рассмотреть вопросы соотношения национального и интернационального; конфессионального и идеологического в поведении хозяйствующих субъектов.

Тема 1. История предпринимательства в России как предмет изучения

История предпринимательства в России как наука и как учебная дисциплина. Роль и место курса в системе научных знаний. Цели и задачи курса. Источники и литература. «Белые пятна» в изучении истории предпринимательства. Периодизация курса. Соотношение понятий «предприниматели» и «буржуазия». Неполнота и социально-политический акцент в понятии «буржуазия». Роль благотворительности, меценатства и филантропического предпринимательства в истории России. Предпринимательство и общество. Особенности

курса: междисциплинарный подход, сравнительный историко-экономический характер. Зарубежные и отечественные оценки развития делового мира России.

Тема 2. Древняя Русь

Становление и развитие древнерусского государства. Прimitивные торговые государства. Соседи Древней Руси: Византия, Арабский халифат, Волжская Булгария, Хазарский Каганат. «Русь Днепровская» и торговый путь «из варяг в греки». Киев и Новгород – крупнейшие торговые центры Древней Руси. Влияние православия на предпринимательство Древней Руси. «Русская правда» и развитие делового мира. Военно-торговые караваны. Транзитная, караванная, ярмарочная, базарная торговля. «Немая» торговля. Торговые города и торговые дворы. Складничество. Артели. Деловые люди Днепровской Руси. «Лучшие» люди в купечестве. Ремесла и промыслы. Причины распада Днепровской Руси.

«Господин Великий Новгород». Восточное и западное влияние. Новгородская республика. «Князев торг». Новгородское купечество. Торговля «без рубежа». Великий Новгород и Ганзейский союз, колонизация Севера страны. «Петров двор» ганзейских купцов в Новгороде. Зарождение монастырского предпринимательства. Профессиональные объединения купцов, «братчины». Рядовичи. Афанасий Никитин. Образование Золотой Орды. Баскачество. Золотая Орда и перенятие хозяйственного опыта русскими княжествами. Деловые люди в X–XIII вв. Общественные представления о собственности и «торге». «Героический» период и фактор «удали».

Тема 3. Московская Русь

Причины возвышения Москвы. Собираание земель вокруг Первопрестольной. Роль «гостей-сурожан». Иван Калита и ликвидация баскачества. Флорентийская уния и независимость русской православной церкви. Развитие Московской Руси: от сословной монархии к абсолютизму. Наследие Византии: «Москва – Третий Рим». Военно-торговая колонизация новых земель. Феномен Строгановых и освоение Урала и Сибири. Опричина и земство. Разгром Новгорода. «Открытие» англичанами Московской Руси. «Московская компания». Ярославль – «окно в Европу». Появление Немецкого двора в Москве. «Обучать заморским хитростям». Кризис в годы Смутного времени.

Борьба против польской и шведской интервенций. Земский собор 1613 г. и восстановление государственности. «Соборное Уложение» 1747 г. Таможенный устав. Новоторговый устав. Медный бунт. Церковная реформа и Раскол русской православной церкви. Монастырское предпринимательство: городские и пустынные монастыри. Торговые корпорации: гости, гостиная и суконная сотни. Откупщики. «Служилая» экономика и формирование внутреннего рынка. «Божьи» управители. Утверждение христианской морали, осуждение «сребролюбия», «лихоимания» и стяжательства.

Тема 4. Петровская Россия

Причины «западного» влияния на экономику России. Голландия – «магазин» мира. Цели и методы петровских преобразований. Империя и имперские приоритеты. Ограничение роли православия и закат монастырского предпринимательства. «Ручная педагогика». Создание коллегий: берг, мануфактур и коммерц. Фискальная политика. Экономическая политика государства и становление новых типов предпринимателей. Казенные предприниматели – содержатели и партикулярные люди. «Посессионные» крестьяне. Бурмистерская палата. Магистраты и развитие предпринимательских начал. Купечество и гильдейская реформа. «Парадиз» Петра I. Табель о рангах.

Преемники Петра I и развитие предпринимательства. «Немецкое» влияние. Развитие внутреннего рынка и принятие нового Таможенного устава. Причины создания «Медного» банка. Дворцовые крестьяне, старообрядческая община и деловая активность. Биржа и банки петровской эпохи. Проявление дворянского предпринимательства. Понятие об «общественной пользе». Зарождение национальной идеи и патриотизм купечества. Посошков и его идейное наследие. «Идеальный купец» в России.

Тема 5. «Экономический либерализм» Екатерины Великой

«Просвещенный абсолютизм». «Западное» влияние: Англия – фабрика мира и Великая французская революция. Русско-турецкие войны, разделы Речи Посполитой. Вхождение Грузии, Нахичеванского и Эриванского ханств в состав России. Освоение Дальнего Востока и русской Америки. Секуляризация церковного землевладения.

Манифест о вольности дворянской. Дворянское предпринимательство. Наказ и Жалованные грамоты дворянам и городам. «Дворянские» банки. Гильдейская реформа. Денежный оброк и отходничество. Развитие кустарной промышленности и формирование рынка вольнонаемной рабочей силы. Война 1812 г. и появление новых экономических районов. «Капиталисты» мужики и создание хлопчатобумажной промышленности.

Проявление предпринимателями политических и социальных предпочтений. Купцы и декабристы. «Биржа ропщет». Общественная деятельность предпринимателей. Возникновение тенденции к представительным организациям: думы и комитеты. Национальная идея в мировоззрении и практике предпринимателей различной социально-сословной принадлежности. Купечество и славянофилы.

Влияние старообрядчества на развитие делового мира на рубеже XVIII–XIX вв. Зарождение и развитие предпринимательства староверов. Трудовая этика старообрядцев: духовная концепция «труда благого». Староверческая община и принцип соборности. Духовная концепция «Дела».

Придворные банкиры. Развитие кредитно-финансовых учреждений в начале XIX в. Государственный коммерческий банк. Биржевое дело. Колонизация Аляски. Первые акционерные общества. Страховое дело. Мануфактурный и коммерческий Совет. Крымская война и государственное банкротство.

Тема 6. «Великая» реформа

6.1. Капиталистская Россия

Причины и ход «Великой» реформы. Судебная, земская, городская реформы. Военная и образовательная реформы. Колонизация Средней Азии. Создание государственного банка. Манифест 19 февраля 1861 г. Гильдейская реформа 1863 г. Свидетельства «для звания». Черта оседлости. Первые акционерные банки. Учредители первых банков. Железнодорожный фонд. Кризис уральской промышленности. «Пролетаризация» рабочей силы.

Упадок дворянского предпринимательства и формирование новых экономических районов. Банковское учредительство. «Концессионная горячка». «Магнаты» железных дорог. Русификация. Специализация иностранных предпринимателей. «Короли» тяжелой индустрии. Всероссийские торгово-промышленные съезды. Купеческие общества. Отраслевые организации делового мира.

6.2. Предпринимательство на рубеже веков

«Биржевая горячка». Специализация биржевой торговли. Монополизация биржевой торговли. Роль и значение биржевых комитетов. Биржевой комитет Московской биржи. «Золотая» таможенная пошлина. Денежная реформа 1897 г.

Мировой экономический кризис начала XX в. и Первая русская революция 1905–1907 гг. Манифест 17 октября 1905 г. Государственная Дума. Создание министерства торговли и промышленности. Банковские синдикаты. «Большая пятерка». Появление финансово-промышленных групп.

Столыпинские преобразования: причины и результаты. Кооперативное предпринимательство и развитие аграрного сектора экономики. Совет Съездов торговли и промышленности – общероссийская организация предпринимателей. Областные организации предпринимателей. Союзы работодателей. «Идейные» центры предпринимательства. Торгово-промышленные палаты. Народно-промышленные (Военно-промышленные) комитеты. Земгор и Земсоюз. Политические организации предпринимателей. Предприниматели в Государственной думе. Февральская буржуазная революция. Экономическое совещание.

Тема 7. Меценатство и благотворительность

Причины меценатства и благотворительности в России. «Патрональные» церкви и благотворительность Древней Руси. Монастырское предпринимательство и благотворительность. Петр I и «казенная» благотворительность. Дворяне – меценаты и благотворители. Старообрядческая община и вопросы благотворительности. «Семейное» дело. «Фабрично-заводская» благотворительность: больницы, приюты, богадельни и т.д. Земская благотворительность. Меценаты и русская культура. Национальные памятники меценатства и благотворительности. Благотворительные организации: государственные, общественные. Филантропы и развитие науки и образования в России. Филантропическое предпринимательство в России и Северной Америке.

Тема 8. Представительские организации предпринимателей

Общественные организации предпринимателей: становление и развитие. Торговая община. Роль конфессиональных общин в Древней Руси. Боярская Дума и купечество. Гильдейские реформы: причины и результаты. Коммерции и мануфактур советники.

«Великая» реформа и рост самосознания предпринимателей. Тарифный вопрос. Купеческие общества. Именитые граждане. Отраслевые организации предпринимателей. Роль и значение биржевого комитета Московской биржи. Всероссийские представительские организации делового мира. Всероссийские и национальные политические партии делового мира. Периодические издания делового мира России.

Тема 9. Советская Россия

9.1. От «Великого» Октября до «Великого перелома»

«Военный коммунизм» и белогвардейское движение: все для фронта, все для победы. Создание Высшего Совета Народного Хозяйства РСФСР. Декрет о «социализации» земли и продовольственные отряды. Политика «главкизма». Национализация промышленности. Образцовые заводы и трудовые армии. Тред и мешочничество. Продразверстка. План ГОЭЛРО.

Новая экономическая политика: частник и государство. «Красные» купцы и нэпманы. «Малая» приватизация. Арендное предприятие. Денежная реформа 1924 г. Тресты и синдикаты. Банки и биржи. Иностранные концессионеры. Кооперативное предпринимательство в годы нэпа. «Шахтинское» дело.

9.2. От первых пятилеток к «Перестройке»

Год «великого перелома» и «великой депрессии». «Красные директора» первых пятилеток. Ударничество. Появление торговой мафии (розовая, серая и черная торговля). Предпринимательство в ГУЛАГе. Первые «шарашки».

Денежная реформа 1947 г. Могущество ВПК и предпринимательство. СЭВ и «лагерь» социализма. Хрущевская экономическая реформа. Создание системы совнархозов и появление «цеховиков». Иностранная «помощь» стране Советов. Косыгинская экономическая реформа и номенклатурное предпринимательство. Мировой экономический кризис 1973 г. и реорганизация управления экономикой. «Хозрасчетные» фирмы «Факел» и «Новатор». Студенческие стройотряды и «шабашки». Совбуры-теневики.

9.3. Перестройка и новая Россия

Причины «радикальной» экономической реформы. «Перестройка» и появление частного предпринимательства. Законы 1987 г. о кооперации и о государственном предприятии. Появление банков, бирж, акционерных обществ. Либерализация экономики в 1992 г. и формирование новых типов предпринимателей. Приватизация. Современный деловой мир России.

Литература

Ко всему курсу

Барышников М.Н. История делового мира России. М., 1994.

Бессолицын А.А., Кузьмичев А.Д. Экономическая история России: очерки развития предпринимательства. Волгоград, 2001.

Галаган А.А. История предпринимательства российского. От купца до банкира. М., 1997.

Зарубина Н.Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства. М., 1998.

Заславская Т.И. Социоструктурный аспект трансформации российского общества // Социологические исследования. 2001. № 8. С. 3–11.

Кузьмичев А.Д., Петров Р.Р. Русские миллионщики: семейные хроники. М., 1993.

Кузьмичев А.Д., Шапкин И.Н. Отечественное предпринимательство: очерки истории. М., 1995.

Лященко П.И. История народного хозяйства. Т. 1–2. М., 1956.

Пайнс Ричард. Россия при старом режиме. М., 1993.

Предпринимательство и предприниматели России. От истоков до начала XX века. М., 1998.

Радаев В.В. Этническое предпринимательство : Россия и мировой опыт // Полис. 1993. № 5. С. 79–87.

Радаев В.В. Два корня российского предпринимательства: фрагменты истории // Мир России. 1995. Том 4. № 1. С. 159–179.

Сущенко В.А. История российского предпринимательства. Ростов-на-Дону, 1997.

Тысяча лет российского предпринимательства. Из истории купеческих родов. М., 1995.

Хорькова Е.П. История предпринимательства и меценатства в России. М., 1998.

К отдельным темам

К теме 2

Греков Б.Д. Киевская Русь. М., 1953.

Ловмянский М. Норманны и Русь. М., 1985.

Рыбаков Б.А. Начальные века русской истории. 2-е изд. М., 1984.

Тихомиров М.Н. Древняя Русь. М., 1975.

К теме 3

Забелин П.Е. История города Москвы. Ч.1. М., 1905.

Сахаров А.Н. Образование и развитие Российского государства в XIV–XVII вв. М., 1969.

Скрынников Р.Г. Россия накануне «Смутного времени». М., 1973.

Сыроечковский В.Е. Гости-сурожане. М. –Л., 1934.

Тверская Д.И. Москва второй половины XVII века – центр складывающегося всероссийского рынка. М., 1959.

Тихомиров М.Н. Российское государство XV–XVIII веков. М., 1980.

Черепнин Л.В. Образование Русского централизованного государства в XIV–XV вв. Очерки социально-экономической и политической истории Руси. М., 1960.

К теме 4

Буганов В.И. Петр Великий и его время. М., 1989.

Кафенгауз Б.В. Очерки истории внутреннего рынка первой половины XVII в. М., 1958.

Павленко Н.М. Петр Великий. М., 1990.

Промышленность и торговля в России XVII–XVIII вв. М., 1983.

Шейнин Л.Б. Петербург и российский меркантилизм. М., 1997.

Яцунский В.К. Социально-экономическое развитие России XVIII–XIX вв. М., 1973.

К теме 5

Анисимов Е.В. Россия в середине XVII века. М., 1986.

Буганов В.И., Преображенский А.А., Тихонов Ю.А. Эволюция феодализма в России. М., 1980.

Кафенгаузен Б.В. Очерки истории внутреннего рынка первой половины XVIII в. М., 1958.

Шмидт С.О. Становление российского самодержавия. М., 1973.

К теме 6

- Аврех А.Я.* П.А. Столыпин и судьба реформ в России. М., 1991.
- Ананич Б.В.* Банкирские дома в России. 1860-1914. Л., 1991.
- Бовыкин В.И.* Зарождение финансового капитала в России. М., 1967.
- Дружинин Н.М.* Генезис капитализма в России. М., 1955.
- Лаверычев В.Я.* Государство и монополии в дореволюционной России. М., 1982.
- Погребинский А.П.* Очерки истории финансов дореволюционной России. М., 1954.
- Рындзюнский П.Г.* Утверждение капитализма в России. М., 1978.
- Самодержавие и крупный капитал в России в конце XIX – начале XX в. М., 1982.
- Соловьева А.М.* Промышленная революция в России в XIX в. М., 1990.
- Струмилин С.Г.* Очерки экономической истории России и СССР. М., 1996.

К теме 7

- Аронов А.А.* Золотой век русского меценатства. М., 1995.
- Балкина А.И. Додонова Л.А.* Аристократы капитала. Очерки истории российского предпринимательства и благотворительности. X–XX. Томск, 1994.
- Боханов А.Н.* Коллекционеры и меценаты в России. М., 1989.
- Власов П.В.* Обитель милосердия. М., 1995.
- Думова Н.Г.* Московские меценаты. М., 1992.
- Хорькова Е.П.* История предпринимательства и меценатства в России. М., 1997.

К теме 8

- Беспятова Е.Б.* Политическое движение российской торгово-промышленной буржуазии в начале XX века // Вторая московская студенческая конференция «Российское предпринимательство: истоки, традиции и современность». М., 1997.
- Боханов А.Н.* Крупная буржуазия России: конец XIX – 1914 г. М., 1992.
- Петров Ю.А.* «Третье сословие»: вхождение в политику // Полис. 1993. № 3.
- Спирин Л.М.* Крушение помещичьих и буржуазных партий в России (начало XX в. – 1917 г.). М., 1997.
- Черменский Е.Д.* Буржуазия и царизм в первой русской революции. 2-е изд. М., 1970.
- Шепелев Л.Е.* Царизм и буржуазия в 1904 – 1914 гг.: Проблема торгово-промышленной политики. Л., 1987.
- Шепелев Л.Е.* Промышленная буржуазия и Государственная дума // Проблемы социально-экономической истории России: к 100-летию Б.А. Романова. СПб., 1991.

К теме 9

- Банкиры умирают первыми. Документальный детектив. Нижний Новгород, 1996.
- Бокарев Ю.* Власть и преступность в период становления советской системы // Россия XXI. 1993. № 9–10.

- Бокарев Ю.* Власть и преступность в России // Россия XXI. 1993. № 11–12.
- Белоусов Р.А.* Исторический опыт планового управления экономикой СССР. 2-е изд. М., 1987.
- Бизнесмены России. 40 историй успеха. М., 1994.
- Иванова Е.А., Шапков С.А.* Кооперативный уклад в экономике. М., 1991.
- Карр Э.* История Советской России. Кн. 1: Том 1, 2. М., 1990.
- Лепехин В.* Лоббизм. М., 1995.
- Мау В.* Реформы и догмы. М., 1993.
- Нэп. Взгляд со стороны. М., 1991.
- Паникин А.С.* Шестое доказательство. Признания русского фабриканта. М. 1998.
- Попов В., Шмелев Н.* На переломе: перестройка экономики в СССР. М., 1989.
- Система представительства российского бизнеса: формы коллективного действия. М.: Центр политических технологий, 1997.

Конференции

Конференция Независимого института социальной политики (НИСП) «СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА: ВЫЗОВЫ XXI ВЕКА»

Сурков Сергей

Независимый институт социальной политики

Email: sourkov@socpol.ru

20–21 февраля 2003 г. при финансовой поддержке Фонда Форда прошла первая научная конференция Независимого института социальной политики (НИСП) «Социальная политика: вызовы XXI века».

Первый день конференции был посвящен актуальным вопросам современной социальной политики, второй – становлению средних классов в России.

1 день

Открыла конференцию Директор НИСП **Татьяна Малева**, которая отметила, что определение границ возможностей и ответственности социальной политики и организация общественной и научной дискуссии вокруг этого вопроса составляют главную миссию НИСП. На *первой сессии* под ее председательством «Социальная политика глазами власти, бизнеса и гражданского общества» выступили:

- Е.Ш. Гонтмахер, начальник Департамента социального развития Аппарата Правительства РФ;
- А.А. Аузан, президент Института национального проекта «Общественный договор»;
- А.Г. Аганбегян, заведующий кафедрой экономической теории и политики Академии народного хозяйства, академик РАН;
- И.Е. Ясина, директор проекта РОО «Открытая Россия».

В своем докладе **Евгений Гонтмахер** затронул развитие социальной сферы в России на среднесрочную и долгосрочную перспективу. Выступивший за ним **Александр Аузан** затронул проблему потребности России в трудовых ресурсах и действующего миграционного законодательства. Академик **Абел Аганбегян** сделал доклад о возможностях экономического роста страны и перспективах экономической интеграции России в мировое сообщество. По мнению А. Аганбегяна, Россия имеет шанс стать полноправной частью мировой экономики в течение 25–30 лет только при условии качественного и быстрого экономического роста. Имеющийся же на сегодняшний день рост российской экономики, по мнению академика, крайне низкого качества и происходит за счет более интенсивного использования старых производственных мощностей. В конце сессии выступила **Ирина Ясина**, рассказавшая об информационной работе с региональными журналистами в свете освещения социальных реформ.

Вторую сессию, посвященную реформе здравоохранения, провела заместитель директора ВЦИОМ, председатель Научного совета НИСП **Людмила Хахулина**. На сессии «Проблемы реформирования отраслей социальной сферы: здравоохранение» выступили:

- Дж. Шапиро, профессор Российской экономической школы, советник академических программ;
- С.В. Шишкин, директор научных программ НИСП;
- В.О. Гурдус, генеральный директор «Росно-МС»;

- И.М. Шейман, директор «Здравконсалт».

Джудит Шапиро выступила с докладом о текущей ситуации в системе здравоохранения России. В своем выступлении она затронула проблему снижения ожидаемой продолжительности жизни, а также распространение ВИЧ-инфекции. Выступление **Сергея Шишкина** было посвящено проблеме теневых платежей в системе здравоохранения, причем как с точки зрения пациентов, так и с точки зрения медиков. Выступившие затем **Владимир Гурдус** и **Игорь Шейман** рассказали об истории развития систем обязательного и добровольного медицинского страхования и о перспективах развития этой сферы. Выступивший в прениях **Евгений Андреев**, заведующий Лабораторией анализа и прогноза смертности Центра демографии и экологии человека Института народнохозяйственного прогнозирования РАН, отметил, что система здравоохранения лишь отчасти способна решить проблему высокого уровня смертности в России. Однако довольно существенное влияние на уровень смертности, по мнению ученого, имеют традиции и образ жизни населения, на которые система здравоохранения повлиять не в силах.

Третья сессия под председательством Директора научных программ НИСП **Сергея Шишкина** была посвящена реформе системы образования. На сессии «Проблемы реформирования отраслей социальной сферы: образование» выступили:

- Д.Л. Константиновский, заместитель директора по научной работе Института социологии РАН;
- А.Г. Левинсон, руководитель Отдела качественных исследований ВЦИОМ;
- И.Д. Фрумин, координатор проектов по образованию Московского представительства Всемирного банка;
- Т.Л. Клячко, директор центра экономики образования ГУ–ВШЭ;
- А.Р. Марков, ведущий специалист, руководитель социальных программ Московского представительства Всемирного банка.

В своем докладе **Давид Константиновский** коснулся адаптационных стратегий образовательных учреждений в переходный период и кризиса системы образования. По мнению **Алексея Левинсона**, в России сформировалась еще одна официально не признанная, но фактически существующая ступень образования – выше общего среднего, но ниже специалиста. Как правило, это выпускники негосударственных вузов. Сейчас этот уровень образования востребован рынком, но через какое-то время потребность в таких «слабых» специалистах отпадет, и люди с таким образованием будут тормозить развитие экономики. Выступавшие на сессии представители Всемирного банка **Исаак Фрумин** и **Андрей Марков** отметили, что доступность высшего образования наиболее закрыта не столько для групп населения, традиционно считающихся ущемленными (такими, как инвалиды, дети из бедных семей), сколько для молодежи, проживающей в сельской местности. **Татьяна Клячко** в ходе своего выступления рассказала об экспериментальном опыте внедрения Единого государственного экзамена и переходе на систему Государственных именных финансовых обязательств (ГИФО) в Пермской области.

Четвертую сессию по проблемам рынка труда провела Директор научных программ **Лилия Овчарова**. На сессии выступили:

- М.Ю. Зурабов, председатель Пенсионного фонда Российской Федерации;
- Р.И. Капелюшников, заместитель директора Центра трудовых исследований ГУ–ВШЭ;
- И.А. Денисова, сотрудник ЦЭМИ, ЦЭФИР, РЭШ;

- В.Е. Гимпельсон, директор Центра трудовых исследований ГУ–ВШЭ;
- Н.В. Зубаревич, доцент Географического факультета МГУ.

Открыл сессию Председатель Пенсионного фонда Российской Федерации **Михаил Зурабов**. Тема его выступления перекликалась с сессией по здравоохранению и касалась участия Пенсионного фонда Российской Федерации в обязательном медицинском страховании пенсионеров. При этом схема финансирования платежей за медицинское обслуживание пенсионеров, по мнению Председателя Пенсионного фонда Российской Федерации, должна быть бюджетно-страховой. В настоящее время идет подготовка к реализации подобной схемы в нескольких регионах России. Кроме того, Михаил Зурабов сообщил, что начиная с 2005 г. работники получают право изымать страховые платежи из Фонда обязательного медицинского страхования в пользу добровольного медицинского страхования.

Выступивший далее **Ростислав Капелюшников** коснулся схем формирования реальной заработной платы на российских предприятиях. По его мнению, в подавляющем большинстве случаев оплата труда зависит от финансового положения предприятия в целом. Чем оно лучше – тем больше оплата труда, чем хуже финансовое положение – тем ниже заработная плата и тем дольше задержка в ее выплате. **Ирина Денисова** в своем докладе рассмотрела проблему репрофилирования безработных. В выступлении **Владимира Гимпельсона** были затронуты проблемы занятости в неформальном секторе и, прежде всего, оценки размера «серого» сектора экономики. Выступившая на сессии **Наталья Зубаревич** рассказала о возможных социальных последствиях вступления России во Всемирную торговую организацию. По ее оценкам, всплеск безработицы в России будет фрагментарным и коснется, прежде всего, регионов Приволжского Федерального округа, в которых находятся крупные предприятия машиностроения и самолетостроения.

2 день

Пятая сессия проходила под председательством Директора НИСП **Татьяны Малевой**. На сессии был представлен проект Московского Центра Карнеги «Экономические и социальные стратегии среднего класса».

На сессии выступили некоторые участники проекта:

- Т.М. Малева, руководитель проекта, Директор НИСП, член Научного совета Московского Центра Карнеги;
- Л.Н. Овчарова, директор научных программ НИСП;
- Е.М. Аврамова, заведующая Лабораторией хозяйственной деятельности населения ИСЭПН РАН;
- В.В. Радаев, первый проректор ГУ–ВШЭ;
- Я.М. Рощина, доцент кафедры экономической социологии ГУ–ВШЭ;
- С.В. Сурков, старший научный сотрудник НИСП.

Татьяна Малева представила проект в целом, его историю и замысел, дала описание эмпирической базы исследования и основных методологических подходов. В исследовании были использованы три критерия среднего класса: материально-имущественный, самоидентификационный и социально-профессиональный. К среднему классу относились только те, кто удовлетворял не менее чем двум из названных параметров. По оценкам

исследовательского коллектива, к среднему классу можно отнести 19,1% домохозяйств, из них 6,9% к ядру, т.е. к тем, кто обладает всеми тремя признаками.

В докладе **Лилии Овчаровой** было представлено определение среднего класса в материально-имущественных координатах. В том числе подробно рассмотрен уровень концентрации материальных активов домохозяйств. Отдельно рассмотрены имущественные характеристики городского и сельского среднего класса.

Выделение среднего класса по признаку самоидентификации было подробно рассмотрено в докладе **Елены Авраамовой**.

Вадим Радаев в ходе своего выступления рассказал о методике выделения среднего класса в свете социально-профессионального признака. Отдельное место в докладе было посвящено агрегации индивидуального социально-профессионального признака до уровня домохозяйства.

В выступлении **Яны Рошиной** рассматривался стиль жизни средних классов, и в частности, их финансовое, потребительское и досуговое поведение. Для среднего класса характерно более активное финансовое поведение. В то же время потребительское и досуговое поведение представителей среднего класса сильно варьируются: средний класс по досуговому и потребительскому поведению не имеет единой стратегии.

В докладе **Сергея Суркова** рассматривалось поведение средних классов на рынке труда, которое отличается более высокой, по сравнению с другими стратами, трудовой активностью.

После представления проекта сессия продолжилась под председательством академика РАН, Президента ВЦИОМ, Председателя Попечительского совета НИСП **Т.И. Заславской**.

На сессии выступили:

- Н.Е. Тихонова, Заместитель директора по научной работе Института комплексных социальных исследований РАН;
- Л.А. Хахулина, Заместитель директора ВЦИОМа;
- М.Ю. Урнов, Председатель Фонда аналитических программ «Экспертиза».

По мнению **Натальи Тихоновой**, проект, осуществленный Московским Центром Карнеги, является не только ценным источником эмпирической информации, но и представляет собой серьезный вклад в разработку методологии определения средних классов.

В докладе **Людмилы Хахулиной** были представлены результаты проектов ВЦИОМа по становлению средних классов в современной России.

Марк Урнов в своем докладе предположил, что вопрос существования среднего класса в западном понимании этого слова пока остается открытым.

С заключительным словом на конференции выступила академик **Татьяна Заславская**, которая отметила, что представленное исследование можно рассматривать как веху в исследовании среднего класса и стратификационных исследований в современной России в целом.