

Том 8. № 3. Май 2007

www.ecsoc.msses.ru



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

Интервью с Николаем Лапиным:
“Для России новая экономическая
социология вдвойне нова”

Овчинникова Ю.В., Радаев В.В. Фор-
мирование структуры продовольственных
рынков в России в процессе ее интеграции
в мировое хозяйство

Уцци Б. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей

Обзор книжных новинок: экономическая социология на английском — 2006

Мониторинг сектора интеллектуальных услуг



Журнал выходит пять раз в год:

- № 1 – январь,
- № 2 – март,
- № 3 – май,
- № 4 – сентябрь,
- № 5 – ноябрь.

Издается при поддержке Инновационной образовательной программы Государственного университета – Высшей школы экономики «Формирование системы аналитических компетенций для инноваций в бизнесе и государственном управлении».

Учредители:

- ГУ ВШЭ
- В.В. Радаев



Редакция



Главный редактор – **Радаев Вадим Валерьевич**, д. э. н., профессор, первый проректор, зав. кафедрой экономической социологии, руководитель Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ.

E-mail: radaev@hse.ru



Ответственный редактор – **Добрякова Мария Сергеевна**, к. соц. н., директор по порталам, заместитель руководителя Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ.

E-mail: mdobryakova@hse.ru

Редакционный совет

- | | |
|---|--|
| Богомолова Т.Ю. | Новосибирский государственный университет |
| Веселов Ю.В. | Санкт-Петербургский государственный университет |
| Волков В.В. | ГУ ВШЭ, Европейский университет в Санкт-Петербурге |
| Гимпельсон В.Е. | ГУ ВШЭ |
| Добрякова М.С.
(ответственный редактор) | ГУ ВШЭ |
| Заславская Т.И. | Московская Высшая школа социальных и экономических наук |
| Лапин Н.И. | Институт философии РАН |
| Малева Т.М. | Независимый институт социальной политики |
| Овчарова Л.Н. | Независимый институт социальной политики |
| Радаев В.В.
(главный редактор) | ГУ ВШЭ |
| Рывкина Р.В. | Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН |
| Хахулина Л.А. | Аналитический центр Юрия Левады |
| Чепуренко А.Ю. | ГУ ВШЭ |
| Шанин Т. | Московская Высшая школа социальных и экономических наук |
| Шкаратан О.И. | ГУ ВШЭ |

Содержание

Вступительное слово главного редактора	4
Интервью	
<i>Николай Лапин</i>	
«Для России новая экономическая социология вдвойне нова»	6
Новые тексты	
<i>Ю.В. Овчинникова, В.В. Радаев</i>	
Формирование структуры продовольственных рынков в России в процессе ее интеграции в мировое хозяйство	19
Новые переводы	
<i>Б. Уцци</i>	
Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей (<i>Начало</i>)	44
Взгляд из регионов	
<i>Б.С. Гладарев, Ж.М. Цинман</i>	
Потребительские стили петербургского среднего класса: из экономики дефицита к новому быту	61
Дебютные работы	
<i>Е.И. Пашинина</i>	
Региональные аспекты стратификационного пространства занятости	82
Профессиональные обзоры	
<i>А.А. Куракин</i>	
Сельское хозяйство России глазами современников (1992—1995 гг.)	93
Новые книги	
<i>З.В. Котельникова</i>	
Обзор книжных новинок: экономическая социология на английском — 2006	120
Исследовательские проекты	
Мониторинг сектора интеллектуальных услуг: разработка и пилотная апробация методики и инструментария, проведение аналитических исследований	128
Учебные программы	
<i>И.Б. Олимбиева</i>	
Социология предпринимательства	134
Конференции	
Летние школы ГУ ВШЭ — 2007	147

VR Вступительное слово главного редактора



Обещанная новая книга: «**Экономическая социология: автопортреты**» (отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова) вышла! И вы можете убедиться в том, что она действительно необычна. Наибольшей популярностью, как и ожидалось, пользуется серия интервью с ведущими мировыми экономсоциологами. И дизайн книги тоже, кажется, коллегам пришелся по вкусу. Что приятно.

А тем временем подоспел и третий номер информационного и исследовательского **бюллетеня «ЭСФорум»**, подготовленный в Лаборатории экономико-социологических исследований. В нем вновь шестнадцать полос. А вот тема уже другая – номер посвящен проблеме пограничности, нахождению между разными мирами (или одновременно в двух мирах. Электронный вариант как обычно размещен на сайте Лаборатории (<http://ecsoclab.hse.ru>).

О новом майском номере.

В рубрике «**Интервью**» мы начинаем новый проект. Об этом следует сказать особо. Публикуя интервью с ведущими мировыми экономсоциологами на страницах журнала «Экономическая социология», а затем собрав их в книге «Экономическая социология: автопортреты», мы ощутили искренний интерес наших коллег к этому жанру, который всегда находился на обочине и расценивался как «не вполне серьезный» по сравнению с обычными академическими статьями. Между тем жанр интервью имеет свои несомненные преимущества, позволяя относительно свободно говорить о том, что считаешь самым важным. А разговорная манера интервью, пусть и снижая уровень формальной строгости утверждений, придает изложению более живой и, я бы сказал, человеческий характер.

Словом, вдохновившись предшествующим опытом, мы решили провести новую серию интервью, о чем и было торжественно заявлено на презентации книги «Экономическая социология: автопортреты». На этот раз это будут беседы с российскими социологами, из которых в опубликованной серии интервью была представлена только Т.И. Заславская. Но речь пойдет не просто о ведущих ученых, а о тех, кого мы по праву относим к отцам (или матерям)-основателям социологии (и прежде всего, областей, релевантных для позднее оформившейся экономической социологии).

Мы назовем эту серию «**Поколение учителей**». Мы хотим обратиться к старшему поколению и попросить рассказать, *как это было* – в те годы, в которые многих из нас еще не было на свете, а автор данных строк «ходил пешком под стол». Спросить о том периоде, о котором мы знаем, увы, слишком мало, чтобы затем перекинуть мостик в настоящее и понять, что изменилось, а что послужило частицами фундамента для сегодняшней экономической социологии. Работ на эту тему слишком мало и не ясно, появятся ли они вообще. Между тем рядом с нами находятся не только непосредственные очевидцы, но и активные участники становления российской социологии. А некоторые, к сожалению, уже ушли из жизни.

Мы начинаем эту серию интервью беседой с членом-корреспондентом РАН *Николаем Ивановичем Лапиным*, который не только внес заметный вклад сразу в несколько предметных областей, чрезвычайно важных для экономической социологии – социологию управления и организаций, изучение ценностей и др., – но также (о чем знают уже немногие)

приложил руку к утверждению экономической социологии в официальных рубриках социологических специальностей. В следующих номерах появятся другие интервью данной серии.

В рубрике «**Новые тексты**» публикуется только что законченная статья *Ю.В. Овчинниковой* и *В.В. Радаева*. В ней описывается складывающаяся в России модель двухканальной интеграции в мировое хозяйство, где наряду с нарастающим экспортом капитала в «стратегических» отраслях, происходит активное освоение внутренних потребительских рынков иностранным капиталом. Опираясь на собственную базу данных о 68 сегментах рынков продовольственных товаров, авторы пытаются ответить на вопрос, в какие сегменты рынка идут ведущие иностранные компании, и как это влияет на структуру потребительских рынков и темпы экономического роста.

В рубрике «**Новые переводы**» мы публикуем одну из наиболее известных статей *Брайана Уцци* (профессор Школы бизнеса Келлог, Северозападный университет, США), принадлежащего к числу лидеров современного сетевого подхода в экономической социологии. Это первая работа Уцци, выходящая на русском языке.

В рубрике «**Взгляд из регионов**» мы завершаем публикацию работ победителей проведенного нашим журналом третьего общероссийского конкурса исследовательских работ по экономической социологии. Речь идет о статье *Б.С. Гладарева* (научного сотрудника Центра независимых социологических исследований) и *Ж.М. Цинман* (научного сотрудника Европейского университета в Санкт-Петербурге) «Потребительские стили петербургского среднего класса: из экономики дефицита к новому быту», которая заняла в этом конкурсе почетное 2-е место.

А в рубрике «**Дебюты**» публикуется работа другого победителя нашего конкурса, занявшего 2-е место – *Е.И. Пашиной* (Саратов). Тема работы: «Региональные аспекты стратификационного пространства занятости».

В разделе «**Профессиональные обзоры**» мы размещаем очередную часть развернутого обзора *А.А. Куракина* об исследованиях сельского хозяйства. На этот раз речь идет о работах 1992–1995 гг.

В рубрике «**Новые книги**» *З.В. Котельникова* знакомит нас с новыми книгами по экономической социологии, вышедшими на английском языке за последний год. Не пропустите!

В 2006 г. в рамках Инновационной образовательной программы ГУ–ВШЭ, выигранной по конкурсу национального проекта «Образование», начато несколько интересных **исследовательских проектов**. Мы познакомим вас с одним из таких проектов. Он посвящен изучению сектора интеллектуальных услуг. Руководитель проекта – *Л.М. Гохберг*.

В рубрике «**Учебные программы**» размещается программа *И.Б. Олимпиевой* «Социология предпринимательства». Курс читается на факультете социологии в Санкт-Петербургском филиале ГУ–ВШЭ.

Наконец, в рубрике «**Конференции**» мы анонсируем серию Летних школ и выездных семинаров, которые организуются лабораториями Высшей школы экономики предстоящим летом.

* * *

Наши дизайнерские изыскания еще не завершены. Готовьтесь к новым изменениям в журнале!

ИНТЕРВЬЮ

НИКОЛАЙ ЛАПИН: «ДЛЯ РОССИИ НОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ ВДВОЙНЕ НОВА»

Апрель 2007



ЛАПИН

Николай Иванович –

д. филос. н,
чл.-корр. Российской академии наук, лауреат Государственной премии СССР, заведующий отделом, руководитель Центра изучения социокультурных изменений Института философии РАН, профессор кафедры социально-экономических систем и социальной политики Государственного университета - Высшей школы экономики.

– Николай Иванович, Вы много лет назад, еще в советское время, были одним из первых, кто начал заниматься социологией управления. Позднее Вы стали руководителем крупнейшего проекта по исследованию ценностей советского, а потом и российского общества. Все это, на мой взгляд, очень интересно для экономсоциологов. Но Вы сами в какой степени относите Ваши исследования к экономической социологии? И как Вы определяете то, чем Вы занимаетесь?

– Спасибо за непростой вопрос. В первые двадцать лет работы в социологии я был тесно связан с проблематикой, которая только впоследствии получила название «экономическая социология» (то, чем я занимался, не тождественно нынешнему пониманию экономической социологии, естественно). Потом мне пришлось уйти в другую область, а затем – некоторым образом возвращаться к исходным проблемам, но уже под другим углом зрения.

– Вы имеете в виду социологию управления?

– Не только. Нередко появление экономической социологии связывают с появлением в 1983 г. известного доклада, своего рода новосибирского манифеста Татьяны Заславской. Это была важная, завершающая веха процесса становления новой области знания в качестве относительно самостоятельного направления. Можно сказать, что на этой конференции при обсуждении доклада родился ребенок. Но первому крику всегда предшествует внутриутробное развитие. И мне кажется, появление на белый свет экономической социологии имело серьезные предпосылки. Среди них нужно выделить внешние – это ситуация в советском обществе после XX Съезда КПСС, ситуация последующей «оттепели», ситуация косыгинской реформы, давшая мощную волну социологических исследований экономики, промышленности, трудовых отношений и т.д. Но потом все выродилось.

– Когда и почему выродилось?

– Потому что обнаружилось, что эмпирические исследования не нужны власть имущим.

– Вы говорите о времени Брежнева?

– Да, именно с Брежнева началось давление на косыгинскую реформу. Ведь Запад воспринял ее как движение советской экономики к рынку. Но на очередном съезде (а до того на пленуме), Брежнев дал понять, что такого движения нет и не может быть. И началось движение вспять.

Однако трудовые коллективы уже успели почувствовать вкус к самостоятельности, началось движение за выборность бригадиров, мастеров, директоров на предприятиях. Обнаружилась их направленность на развитие процессов самоуправления. В этом была внутренняя опасность для существующего строя, хотя инициаторы самоуправления не ставили под сомнение основы этого строя. Кроме того, у правительства снизилась острота интереса к повышению эффективности производства, т.к. появились средства от экспорта нефти, стало возможным закупать зерно за рубежом...

– *Вы имеете в виду, что это влияло на социологию?*

– Это влияло на социальную атмосферу, на социальные процессы в советском обществе, что не могло не отразиться и на социологической науке. Например, в Ленинграде осуществлялся жесткий контроль над социологами, многие ученые не выезжали за рубеж. В Москве было свободнее, давление осуществлялось выборочно. Поэтому некая часть сообщества имела возможность выезда за границу. Я, к примеру, имел.

– *Социологи и Вы лично начали выезжать за границу в 1960-х?*

– Да, в середине 1960-х, в связи с Эвианским конгрессом¹. Точнее, это было в 1966-м. Официальная делегация на том конгрессе была небольшой, человек пятнадцать. Но вторая ее часть, туристическая группа составляла порядка 70–80 человек. Ее выезд стал неслыханным делом и полной неожиданностью для Запада. Доклады В.А. Ядова, И.С. Кона, Ю.А. Замошкина по содержанию и исполнению оказались на высоком уровне. Западные коллеги были потрясены. Успеху помогли наши хорошие контакты с польскими социологами (с Я. Щепаньским, А. Сарапатой и др., с которыми впоследствии был подготовлено совместное советско-польское исследование²). Мы относились к коллегам-полякам с большим пиететом, потому что они были не на один, а на два шага впереди: и по контактам с Западом, и по уровню профессиональных знаний.

На одной из секций конгресса у меня было сообщение минут на десять по проблемам трудовых коллективов, с эмпирическими данными. Но этому предшествовала моя поездка в Германскую Демократическую Республику за полгода до конгресса: по правилам того времени, чтобы гарантированно иметь право на поездку в капиталистическую страну, желательно было сначала поехать в социалистическую. Кстати, симпозиум в ГДР был посвящен социологическим проблемам текучести рабочей силы. Вот, собственно, первая экономсоциологическая проблематика, с которой я столкнулся.

– *На Ваш взгляд, какие яркие события 1960-х – начала 1970-х годов можно сегодня назвать значимыми для экономической социологии?*

– В первую очередь, это две книги Д.М. Гвишиани. Первая – «Социология бизнеса»³. Само словосочетание для 1962 года (а книга вышла именно тогда) звучало впечатляюще! Важно отметить, что само слово «бизнес» в положительном смысле до этого вообще не употреблялось. Добавлю, что в книге был сделан не только управленческий, менеджеральный, но и социологический анализ экономических проблем.

¹ VI Всемирный социологический конгресс (1966 г., г. Эвиан, Франция).

² Подробнее см. книгу: Социальные проблемы труда и производства. Советско-польское сравнительное исследование / Под ред. Г.В. Осипова, Я. Щепаньского. М.: Мысль, 1969 – Варшава: Książka i wiedza, 1969.

³ Гвишиани Д.М. Социология бизнеса. М.: Соцэкгиз, 1962.

– *Иными словами, он стал фактически основателем нового направления?*

– Основателем? Трудно сказать. Гвишиани сам не думал об экономической социологии, пока это слово не было произнесено в 1983 г. Думаю, что ее основателем, «матерью» была все же Татьяна Ивановна Заславская...

– *Я имею в виду социологию управления.*

– Да, он стал зачинателем этого направления.

Вторая книга Гвишиани (уже на основе докторской диссертации)⁴ была более проработанным, глубоко осмысленным продолжением того, о чем он писал в «Социологии бизнеса». Ведь автор уже имел опыт работы в качестве зампреда Государственного комитета по науке и технике, а до того возглавлял там одно из структурных подразделений. Эти работы заложили серьезные предпосылки для дальнейших исследований социологии управления в СССР. Они знакомили с ключевыми фигурами западного, в первую очередь американского, менеджмента (Тейлором, Файолем, Фолетт, Мэйо и др.).

– *Так возникло направление, связанное с социологией управления. Немного перепрыгивая, хотел спросить о том, что меня давно интересует: а что стало с этим направлением впоследствии? У меня такое впечатление, что где-то к 1980-м годам от него мало что осталось, и социология организации, в частности, как-то развивалась не очень активно. Сначала вроде двигалась, а потом стала сходить на нет. Или у меня неправильное представление?*

– К этому привела некая совокупность причин. Направление не сошло на нет, но было отодвинуто на второй план. А вот почему и как – это отдельный вопрос, и к нему мы еще вернемся.

Если продолжать разговор о предпосылках, то второй труд, близкий к экономической социологии, – это «Человек и его работа» А.Г. Здравомыслова, В.А. Ядова, всей ленинградской школы социологии труда⁵. Труд – это и экономическая категория, по отношению к которой они применяли именно социологические методы.

Еще одной из предпосылок экономической социологии стали работы В.Г. Подмаркова: «Социальные проблемы организации труда» и «Промышленная социология», вышедшие в конце 1960-х – начале 1970-х годов⁶. Его книги сыграли выдающуюся роль на этом, скажем так, «предпосылочном» этапе. Их все знали, читали.

Мне кажется, экономическая социология – это широкое направление, в котором соприкасаются многие аспекты социологии труда, социологии управления и других течений. Экономическая социология – это мейнстрим или основная парадигма некоего мейнстрима. А рядом с ней, выходя из нее, ответвляясь и пересекаясь, идут разные течения...

– *Отрасли.*

– Да, отрасли, подотрасли. Что-то поднимается, что-то уходит на второй план. Словом, то, что называется социологией труда, является мощной предпосылкой современной экономической социологии. Другая предпосылка связана с исследованием социальных проблем промышленных предприятий, шире – деловых организаций. Это направление получило название «социология организаций».

⁴ Гвишиани Д.М. Организация и управление. М.: Наука, 1970.

⁵ Человек и его работа / Под ред. А.Г. Здравомыслова, В.П. Рожина, В.А. Ядова. М.: Мысль, 1967.

⁶ Подмарков В.Г. Социальные проблемы организации труда. М.: Мысль, 1969; Подмарков В.Г. Введение в промышленную социологию. М.: Мысль, 1973.

Собственно, я начинал с социологии труда. Мое первое исследование называлось «Роль поощрений и наказаний в первичном производственном коллективе» и проводилось на заводе швейных машин в Подольске. Это исследование ориентировалось на изучение того, как поощрения и наказания воспринимаются рабочими и их руководителями. Вначале мы изучали набор тех мер, которые реально применяются на предприятии. Затем – как оценивают эти санкции рабочие, бригадиры, мастера, начальники цехов. Другой аспект – их реальное значение, применение этих мер, их эффект (положительный или отрицательный). И вновь: как оценивают это применение разные группы работников. Каков совокупный эффект? Иными словами, был реализован рефлексивный подход: как одно и то же явление отражается в сознании разных групп работников, и к чему это приводит.

Мы обследовали 27 участков. Втроем опросили около 500 работников этих участков – всех, кто не был в отпуске или не был болен, т.е. до 90% персонала. Попутно провели почти полную социометрию (по каждому участку, где трудились от 20 человек в две смены). Напомню, это был 1966 год. Именно эти результаты я и повез в ГДР (в исследовании мы наблюдали также и текучесть кадров, поэтому мне было что сказать на симпозиуме).

В Институте конкретных социальных исследований Осипов сначала возглавил, а затем передал мне руководство генеральным проектом «Социальная организация промышленного предприятия: соотношение планируемых и спонтанных процессов»⁷. В результате я переключился с весьма конкретной проблемы поощрений и наказаний на исследование широкого круга проблем – социальной организации промышленных предприятий. Но рефлексивный подход сохранился: в определенный момент стало ясно, что косыгинскую реформу глушат, но исходные ее ориентации на развитие процессов и отношений самоуправления в производстве подспудно сохраняются.

– *Что позволяло работать в данном направлении...*

– Да, на макроуровне экономика оставалась централизованно-планируемой, а на микроуровне, на предприятиях трудовые коллективы стремились расширить свои права – от участия в планировании своего социального развития до самоуправления (вначале в бригадах, а затем и на предприятии в целом, вплоть до выборности директоров). Некоторые директора не возражали, они видели в этом предпосылку своей самостоятельности, укрепления своих позиций. Они поддерживали социальное планирование, выступали за развитие прав трудовых коллективов, но тем самым отстаивали и собственные интересы. Как ни неожиданно, даже в начавшемся развитии автоматизированных систем управления (АСУ) они видели некий элемент своей самостоятельности, потому что АСУ на предприятиях в то время не были подконтрольны министерствам.

Словом, то, что противодействовало официальной линии, вызывало живой исследовательский интерес. Поэтому и была выдвинута в центр проблема: соотношение планируемых и спонтанных процессов. Она лежала в русле структурно-функционального подхода: это ведь те же явные и латентные функции Мертона. Мы уже тогда знали труды Парсонса – были внутриинститутские их переводы. Это все делалось именно тогда, в секторе Левады – он давал задания аспирантам, а мы пользовались их переводами. Тогда же эти переводы издавались по линии Советской социологической ассоциации, в серии «переводы и

⁷ Спустя много лет его результаты были опубликованы в книге: Социальная организация промышленного предприятия: соотношение планируемых и спонтанных процессов. Генеральный проект ИКСИ АН СССР (1968—1973). Первая публикация / Сост. и общ. ред. Н.И. Лапина. М.: Academia, 2005.

рефераты». Здравомыслов, например, внес свой вклад в их издание⁸. Лишь через десятилетия тексты Парсонса были опубликованы в виде толстой книги⁹.

– Вы упомянули имя Левады. Он ведь как раз в тот период (начало 1970-х) писал что-то и про экономическую социологию.

– Я говорю о конце 1960-х годов, до погрома «Лекций» Левады. Он руководил Отделом теории и истории социологии ИКСИ. По его инициативе с 1968 г. в институте широко пошел процесс самообразования: Левада читал лекции по истории социологии, Кон – по социологии личности, Грушин – по организации эмпирического исследования. Кстати, этот уже подзабытый курс был очень практичным, я полностью прослушал его и использовал при организации генерального проекта «Социальная организация предприятия». Были лекции Ядова по методологии социологического исследования. Читали краткие курсы польские социологи, которые часто приезжали к нам. Словом, в конце 1960-х годов все худо-бедно занимались самообразованием.

В это время И.В. Блауберг, В.Н. Садовский, Э.Г. Юдин заявили о системном подходе в социологии. В двухтомнике «Социология в СССР» (1965)¹⁰ была опубликована большая статья Садовского¹¹. Осипов тогда проводил очень полезную работу. Как президент ССА он получал массу литературы, и мы иногда пользовались его библиотекой.

На Эвианском конгрессе многие наши участники безбожно «зачитывали» выставленные книги, и тамошние наблюдатели попустительствовали этому, закрывали глаза... У них, наверное, была негласная установка: пусть берут, потому что другого-то способа достать зарубежную литературу и не существовало. Купить? Такой вопрос вообще не стоял: денег на книги не было совсем.

Но вернемся к проекту о социальной организации предприятия. Мы предполагали охватить порядка 70 отраслей, для этого собрали данные статистики, проработали 6 программ по проекту, по каждому проекту провели от 5 до 15 микроисследований. Но перед началом широкого эмпирического исследования рухнула исходная стратегия всего ИКСИ.

Сначала был совершен погром «Лекций» Ю.А. Левады. Я сменил его в качестве секретаря партбюро, по его же рекомендации. Удалось предотвратить исключение Левады из партии, хотя в МГУ его лишили звания профессора.

Затем директор ИКСИ, вице-президент АН СССР по общественным наукам академик А.М. Румянцев был снят с этих постов. Мне пришлось временно исполнять обязанности директора, стремясь спасти Институт от полного разгрома. Все было подготовлено для того, чтобы директором ИКСИ стал Г.Л. Смирнов: он был зам. зав. Отделом пропаганды ЦК, активно помогал Таганрогскому проекту (Б.А. Грушин и др.) и в целом позитивно относился к развитию эмпирической социологии в стране. Но консервативные работники Отдела науки ЦК сумели изменить подготовленное решение – директором Института был утвержден М.Н. Руткевич.

Он заявил, что «социология организаций» – не марксистский термин, а буржуазный (как, по его мнению, «мобильность» и ряд других терминов западной социологии). На

⁸ См., например: Структурно-функциональный анализ в современной социологии. В 2-х т. Вып. 1. Отв. ред. А.Г. Здравомыслов; Вып. 2. Отв. ред. Ю.А. Левада, Л.А. Седов. М.: ССА, 1968.

⁹ Парсонс Т. О структуре социального действия / Под ред. В.Ф. Чесноковой, С.А. Белановского. М.: Академический проект, 2000.

¹⁰ Социология в СССР. В 2-х т. / Ред. –сост. Г.В. Осипов. М.: Мысль, 1965.

¹¹ Садовский В.Н. Методологические принципы исследования объектов, представляющих собой системы // Социология в СССР / Ред.-сост. Г.В. Осипов. Т. 1. М.: Мысль, 1965.

«обновленном» ученом совете ИКСИ в марте 1973 г. забаллотировали по конкурсу трех руководителей программ проекта «Социальная организация»: А.И. Пригожина, Н.Ф. Наумову, Э.М. Коржеву. Фактически их уволили из института. В знак протеста я сам подал заявление об уходе из ИКСИ. Вчетвером мы оказались в Институте проблем управления (автоматики и телемеханики) ГКНТ и АН СССР.

В силу этих обстоятельств не состоялась эмпирическая часть проекта. И в целом по идеологическим соображениям проблематика социальной организации была отодвинута на периферию внимания научной общественности. Сам термин «социальная организация» стал употребляться редко. Однако многие участники проекта продолжали работать в прежнем направлении. Сначала в ИПУ, затем во ВНИИ системных исследований мы развернули проект «Нововведения в организациях». Всего за последующие три десятилетия появилось более 600 публикаций на соответствующую тематику, из них около 30 книг.

– В том числе Вы имеете в виду книгу Пригожина, которая так и называлась – «Социология организаций»¹²?

– Да, Пригожин работал в моей лаборатории, и мы делали совместные проекты. Он человек целеустремленный: поставил задачу и сделал книгу.

Другой пример продолжавшихся публикаций. Я участвовал в подготовке методических рекомендаций «Планирование социального развития отрасли промышленности»: подготовил два параграфа в заключительный раздел о социальных задачах при проектировании новых предприятий¹³; в этом разделе также принял участие Ж.Т. Тощенко. Издание отраслевых рекомендаций требовало многих согласований и затягивалось. Я показал свой текст В.Г. Подмаркову, который вел в журнале «Социологические исследования» раздел «Промышленная социология». Он тут же опубликовал этот текст¹⁴. После выхода «Методических рекомендаций» Ж.Т. Тощенко и Н.А. Аитов задумали подготовить книгу и пригласили меня участвовать в ней – так появилась книга «Социальное проектирование»¹⁵.

Теперь я постараюсь акцентировать институциональную составляющую социологии организаций того времени. В 1970 г., на VII Всемирном социологическом конгрессе в Варне, благодаря рекомендации А.А.Зворыкина¹⁶, я стал одним из основателей Международного исследовательского комитета (ИК-17) по социологии организаций. Он располагался в Париже, инициатором создания Комитета был известный французский социолог Мишель Крозье [Michel Crozier], который затем приезжал в Москву, в ИКСИ, где выступил с докладом.

Участие в Международном исследовательском комитете помогло мне создать в 1971 г. исследовательскую секцию ССА «Социология организаций», в ИКСИ. Она стала организационным центром развития этой новой области социологического знания в стране: на ее базе мы проводили ежегодные конференции, к нам приезжали ученые из

¹² Пригожин А.И. Социология организаций. М.: Наука, 1980.

¹³ Планирование социального развития отрасли промышленности. Методические рекомендации / Отв. ред. Д.А. Керимов. М.: Профиздат, 1979. Раздел VIII. Г. 1, 3.

¹⁴ См.: Латын Н.И. Социальные проблемы проектирования новых производств // Социологические исследования. 1977. № 11.

¹⁵ Тощенко Ж.Т., Аитов Н.А., Латын Н.И. Социальное проектирование. М.: Мысль, 1982.

¹⁶ А.А. Зворыкин (1901–1988) – известный советский ученый, д.э.н., вице-президент Международной комиссии ЮНЕСКО по истории научного и культурного развития человечества, зав. сектором ИКСИ, автор многих публикаций по социальным проблемам труда, научно-технической революции, личности, образования, науки.

Новосибирска, Ленинграда, стран Балтии, отовсюду. Секция успешно функционировала до конца 1980-х годов.

– После 1980-х она прекратила свое существование?

– В 1984 г. я перешел в Институт философии, руководителем секции стал А.И. Пригожин; впоследствии он трансформировал ее в Ассоциацию консультантов по организационному развитию, которую до сих пор благополучно возглавляет. Однако секция «Социология организаций» перестала существовать; я надеюсь, что кто-то возьмется ее воссоздать, она необходима.

– Итак, понятно, что экономическая социология возникла не в 1990-е годы, и масса всего интересного было до того. Какие наиболее значимые изменения, на ваш взгляд, произошли в постсоветское время?

– Этот вопрос хорошо бы рассмотреть в широком контексте. Российская экономическая социология, под которой я подразумеваю постсоветскую (но к которой относится и советская), все еще остается в противоречивом состоянии. Советская экономическая социология, самоопределившаяся после новосибирского манифеста и учебника Т.И. Заславской и Р.В. Рывкиной¹⁷, утратила свой объект, коим была централизованная плановая экономика. И, конечно, потеря объекта привела к некоторой растерянности. Тем не менее российской (постсоветской) экономической социологии очень повезло, что в советское время она успела возникнуть.

– Да, новая экономическая социология в России возникла не на пустом месте.

– Если бы в советское время не возникла экономическая социология, растерянность исследователей была бы тотальной. А потерю объекта, с другой стороны, можно расценивать не только как минус, но и как плюс российской постсоветской социологии. Ведь в результате появилась «полная свобода» выбора тематики, предмета, объекта исследований. И эта свобода была полной потому, что ей предшествовало освобождение от идеологического диктата, которое во времена Горбачева, перестройки стало фактом. В постсоветское время все области знания, в том числе и экономическая социология, освободились от этого диктата, появилась свобода идеологической и научной ориентации. Исчезновение прежнего объекта и возникновение нового объекта создало уникальную ситуацию свободы выбора. Каждый мог изучать то, что его интересовало.

Правда, и в условиях такой свободы существовали серьезные ограничения – финансовые, организационные. Например, появлялись новые экономические структуры, которые на первых порах не позволяли проводить внутри них независимые исследования. Если постепенно они и стали допускать проведение исследований, то все еще ограничивали возможность публикации результатов. Тем не менее, сознательно или вынужденно, исследователи стали обращаться к глубинным пластам хозяйственной жизни и деятельности социально-экономических акторов, чего не делали до того. Ведь в советский период ученые, занятые нормальными научными исследованиями, не имели возможности (и по своей ценностной ориентации, и по факту) проникнуть во многие латентные структуры и процессы. Далеко не своевременно был осознан сам факт системного кризиса, в который вошел Советский Союз.

– А в стол никто не писал, без надежды опубликовать?

– Кто-то, наверное, писал, но пока они не очень выявились.

¹⁷ Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни. Новосибирск. М.: Наука, 1991. Текст доклада 1983 г. приводится в книге: Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества: Деятельностно-структурная концепция. М.: Дело, 2002.

– В Санкт-Петербурге, например, Алексеев¹⁸.

– Конечно, А.Н. Алексеев писал до поры в стол, но он был ограничен локальной областью своего включенного наблюдения. Наверное, что-то еще было. Хотя, мне кажется, к настоящему моменту все, что лежало в столах, уже появилось. И появившиеся работы по удельному весу все-таки не внесли радикальных изменений в характеристику социологии того времени. И только теперь, наверное, рассуждая об обратимости-необратимости, реформируемости-нереформируемости прежней системы, мы понимаем, что даже если и были возможности для реформирования, например, в сторону социализма с человеческим лицом, они были ограничены временными рамками, заданными созреванием, закреплением, окостенением какой-то структуры. Иными словами, фатальной необратимости не существует, но возможность для преобразований ограничена конкретными фазами жизненного цикла объекта.

Я ненадолго вернусь к примерам из советского прошлого. Во второй половине 1950-х годов вполне возможна была крупная аграрная реформа в сторону частичной, так скажем, приватизации земельных отношений, особенно в европейской части России (я ее лучше знаю), т.е. ее исторически коренной ее части. Потому что тогда в деревне еще были люди, способные самостоятельно вести частное товарное хозяйство (при наличии потребительских кооперативов) за пределами колхозов. Я помню, например, выступление Д.Т. Шепилова¹⁹ (примкнувшего к известной «антипартийной», точнее - антихрущевской группировке) на партхозактиве МГУ в огромном зале. Эта группировка тогда еще не была осуждена, и внутри Политбюро ЦК шла борьба между «целиной» и «не целиной». Шепилов предлагал следующее: «Одна за другой у нас возникают проблемы в сельском хозяйстве, но есть простое решение. Давайте мы дадим больше свободы крестьянам, предоставим им возможность иметь собственную лошадь...» (Ведь в центральной части России – не представляю, как это было возможно в азиатской или кавказской части, – нельзя было иметь лошадь в частной собственности. Единоличники, которые имели лошадей до войны, потеряли их, потому что лошадей забрали в армию.) Для этого нужно создать соответствующую юридическую возможность, т.е. не считать имеющих собственность крестьян «кулаками» и наладить производство сруби, телег, плугов. Ведь ничего этого тоже не осталось в собственности. Победил в то время Хрущев со своей идеей поднятия целины для решения зерновой проблемы. На деле целина означала двойную катастрофу в сельском хозяйстве. Сначала стал погибать аграрный европейский центр страны, потому что еще остававшаяся здесь рабочая сила, вместо того, чтобы использоваться по месту жительства, была направлена на целину. А целинные земли, которые просто нельзя глубоко обрабатывать, через два-три года стали засоляться и опустыниваться.

Эта ситуация – пример того, что в 50-е годы еще можно было что-то исправить, а теперь уже нельзя, даже при всех свободах и вольностях. Похожий случай имеется и в истории промышленности. Речь идет о реформах Косыгина, точнее о попытке проведения таких реформ на базе экономических концепций А.М.Бирмана, шедших из Украины. Реформа носила управленческий характер и должна была предоставить дополнительную свободу одновременно директорам и трудовым коллективам, работникам. Тогда, в первой половине

¹⁸ А.Н.Алексеев – известный ленинградский социолог-экспериментатор и аналитик. В 1980-х годах, работая на заводе, провел натурный эксперимент с помощью метода «наблюдающего участия» и описал его как опыт экспериментальной социологии.

¹⁹ Д.Т. Шепилов – кандидат в члены Президиума ЦК КПСС с февраля 1956 г. по июнь 1957 г. На июньском (1957 г.) Пленуме ЦК КПСС освобожден от должности секретаря ЦК, выведен из состава кандидатов в члены Президиума ЦК и из состава ЦК КПСС, как «примкнувший к антипартийной группе». В 1957–1960 гг. работал директором Института экономики АН Киргизской ССР. В 1960 г. был исключен из рядов КПСС и лишен звания члена-корреспондента АН СССР.

1960-х годов это можно было сделать. А вот после событий 1968 г. пришло разочарование в возможности социализма с человеческим лицом, затем и в самом социализме в целом. Вектор повернулся в другую сторону. Кульминацией стали события в Польше, падение Берлинской стены... В 60-х годах реформы были возможны, после – нет.

Сегодня ведутся дискуссии о том, возможен ли был другой вариант развития событий, можно ли было избежать шоковой терапии. На мой взгляд – да, другие способы действия были возможны, но раньше, а не в 1990-е годы, когда все окостенело и стало не реформируемо. Важным симптомом в этом контексте были действия Андропова. Он попытался закрепить то, что уже сильно шаталось. И его последователи продолжали действовать в том же направлении. Когда же Горбачев стал расшатывать систему, оказалось, что либо нужно снова жестко ее закреплять, хотя бы на какое-то время, либо все развалится. Когда из этой системы вынули стержень – сначала идеологический, а затем и организационно-партийный, все составляющие, нанизанные на этот стержень, рассыпались и система рухнула. Так что, повторю, преобразования возможны, но не всегда, не в любой фазе жизненного цикла объекта.

Я это говорю потому, что в последнее время меня очень волнует вопрос: «А не находимся ли мы сейчас в похожей ситуации?». Нечто начало закрепляться с перспективой (пусть и относительной) стать необратимым на достаточно продолжительный срок. Мои размышления не абстрактны, они опираются на реальные эмпирические данные. Сейчас мы интенсивно ведем анализ результатов пятой волны мониторинга «Наши ценности и интересы сегодня», который идет с 1990 г. (данные всех волн сопоставимы)²⁰. Пятая волна была проведена в 2006 г. И есть такие наблюдения.

В 1990 г. в анкету мониторинга был заложен вопрос: «как вы представляете ближайшую перспективу Советского Союза?». Варианты ответа: «Продолжение того, что было раньше, т.е. до реформ»; «Продолжение реформ»; «Откат назад»; «Распад страны, кризис, коллапс». Результаты опроса в 1990 г. показали, что 31% респондентов наиболее вероятной видели перспективу распада страны. Мы тогда же опубликовали эти результаты. В декабре 1990 г. я заявил в докладе на заседании Отделения философии и права АН СССР, что страна находится в состоянии общего кризиса, - в мой адрес посыпались скептические вопросы. Скепсис заключался в том, что я-де применяю аналогию с общим кризисом капитализма, а к плановой экономике это не может относиться по определению. Затем я опубликовал свои результаты в «Вестнике Академии наук СССР»²¹, охарактеризовав сложившуюся ситуацию как общий кризис раннего социализма, по аналогии с ранним капитализмом. В общем, «обнародование» таких результатов оказалось несвоевременным. Тогда нам не поверили.

В 2002 г. мы сделали другой четкий вывод: кризис-хаос миновал, страна вступила на путь стабилизации во всех отношениях. Я об этом докладывал, в том числе, на ежегодном симпозиуме «Пути России», который Т.И. Заславская вела в МВШСЭН, и на прочих мероприятиях. (Так совпало, что моя книга 2000 г. тоже называлась «Пути России»²²). Так вот вывод о том, что кризис-хаос миновал, опять был встречен очень скептически:

²⁰ Всероссийский мониторинг «Наши ценности и интересы сегодня» проводится с 1990 г. под руководством Н.И. Лапина. Проведено пять волн: в 1990, 1994, 1998, 2002, 2006 гг. Результаты опубликованы в коллективных трудах «Ценности социальных групп и кризис общества» (М.: Институт философии АН, 1991), «Кризисный социум: наше общество в трех измерениях» (М., 1994), «Динамика ценностей населения реформируемой России» (М.: Эдиториал УРСС, 1996), а также в монографиях и статьях Л.А.Беляевой и Н.И.Лапина.

²¹ Лапин Н.И. Тотальное отчуждение и общий кризис раннего социализма // Вестник АН СССР. 1990. № 5. С. 15–23.

²² Лапин Н.И. Пути России: социокультурные трансформации. М., 2000.

«Слишком оптимистично; люди хорошо помнят 1998-й год; это еще бабушка надвое сказала, что происходит». Сегодня стабилизация – это банальный факт.

И вот в 2006 г. мы находим все новые подтверждения тому, что энергичная стабилизация продолжается. И на наш взгляд (хотя я пока нахожусь в некоторых сомнениях относительно правильности диагноза), такая тенденция означает закрепление практически всех легитимных институтов: они обретают жесткость, устойчивость, консервируются. И главный вопрос в том, что именно консервируется.

С социологической, социально-экономической или социокультурной точек зрения (я не вторгаюсь ни в собственно экономическую, ни в политическую области), получается, что консервируются социальные контрасты. Откуда такой вывод? Есть два эмпирических факта. Первый состоит в том, что сегодня в России довольно комфортно чувствует себя высший слой, вместе с семьями составляющий 11% населения. (Сюда не входят сверх-богатые, олигархи, которые у нас в выборку не попадают. Да там и так все ясно. Специалистом по этим категориям является О.В. Крыштановская.) Значит, высшее общество чувствует себя хорошо, уверенно. А что происходит с низшими слоями, под которыми мы подразумеваем бедных и нищих, т.е. тех, кому не хватает средств на жизнь от зарплаты до зарплаты, и тех кто, хотя и укладываются в этот минимум, все же считают себя бедными (мы исключаем бомжей, так как анкетирование проводится на дому; наркоманами и прочими подобными группами, как и олигархами, специалисты занимаются отдельно)? В 2002 г. россиян с такими характеристиками было 36%, а в 2006 г. стало 33% (учитывая специфику самооценок, эти проценты выше, чем дает официальная статистика). Иными словами, слой бедных и нищих, – куда попадают люди, которые себя так ощущают, – сохраняется, консервируется. Между низшими и высшими стратами находятся несколько средних слоев (по оценкам Л.А. Беляевой, необеспеченные и обеспеченные; их неверно отождествлять со средним классом); здесь, в отличие от крайних групп, наблюдается вертикальная (вверх и вниз) и горизонтальная мобильность (между регионами). Средние слои постепенно растут, они уже составляют около половины населения и в целом настроены оптимистично – это весьма позитивный факт.

Тем не менее получается, что по краям имущественной дифференциации происходит закрепление, или консервация социальных контрастов. Следовательно, если и дальше будет продолжаться та социально-экономическая стратегия, которой реализовалась с 2002 по 2006 годы, то это состояние еще жестче закрепится. А это опасное состояние, потому что 33% бедных и нищих (пусть и по самоидентификации) – слишком много для современного цивилизованного общества. Это один вывод.

Второй вывод, который можно сделать по данным о социальном самочувствии, состоит в том, что наблюдаемый рост во многих направлениях, по многим параметрам асимметричен. Одни составляющие довольно быстро растут, а другие, не менее важные, – стагнируют. В экономике указанные тенденции тоже несложно проследить. В их пользу свидетельствует отсутствие структурных изменений, сохраняющаяся сырьевая ориентация и т.д. В политике – то же самое.

Что можно сказать о социальном настроении населения? Уровень оптимизма («сейчас мы живем лучше, чем вчера») и уверенность в том, что «завтра будет еще лучше», за 4 года выросли в полтора раза. Оптимистов уже больше, чем пессимистов. Показатели указывают и на позитивную динамику удовлетворенности населения своей жизнью в целом. В результате, социологи, которые судят о социальном самочувствии по этим двум параметрам – уровню оптимизма и удовлетворенности жизнью, – находятся в некоторой растерянности. Почему население чувствует себя так хорошо? На самом же деле весь вопрос в том, какие измеряются параметры самочувствия.

Мы с 1990 г. замеряем еще два аспекта социального самочувствия. Во-первых, учитываем уровень социальных рисков или социальных опасностей, которые ощущают люди. Речь идет

об угрозах жизни от преступности, об опасности бедности, об экологических опасностях и, что особенно важно и редко подчеркивается, об опасности злоупотребления властью со стороны чиновников (рядовых, массовых чиновников, занятых в региональных и муниципальных органах власти, в правоохранительных органах, МВД, ГИБДД и прочих структурах такого рода, а также в судебных органах). Если судить по уровню опасностей, то к 1994 г., по сравнению с 1990 г., этот уровень резко возрос. Сейчас он снижается, но очень медленно и остаются значительно выше, чем в 1990 г. В целом сохраняется очень высокий уровень социальных опасностей.

Во-вторых, мы меряем степень самостоятельности людей при решении своих жизненных проблем (касающихся дохода, жилья, образования, медицины). И вот в тренде уровня самостоятельности появилась неожиданность, которую трудно интерпретировать: по понятным причинам самостоятельность резко выросла с 1990 по 1994 г., затем продолжала медленно расти до 2002 г., а к 2006 г. вдруг стала снижаться. Почему? Могли ли сыграть свою роль, например, серьезные инвестиции в форме национальных проектов? Финансирование в такой форме может способствовать возрождению настроений государственного патернализма и снижению уверенности населения в собственных силах. Безусловно, сегодня эта уверенность гораздо выше, чем в 1990 г., и, тем не менее, она впервые снизилась. Может быть, такой результат случаен (хотя он получен при минимальной статистической погрешности в 3%). Но есть основания подозревать, что это не случайность. Мы не знаем, что будет дальше, и пока воспринимаем этот результат как тревожный факт. Возможно, здесь скрыты какие-то латентные факторы, которым пока не уделяется достаточного внимания.

– Николай Иванович, есть один сюжет, который мне очень хотелось бы обсудить. В постсоветский период довольно успешно произошла формальная институционализация экономической социологии. А ведь, в общем-то, этого могло и не случиться. Тем не менее она закрепилась в качестве официальной, «ВАКовской» дисциплины. Как это произошло, мало кто знает. Насколько мне известно, Вы причастны к этому делу. Не могли бы Вы рассказать, когда и как это произошло? Как экономическая социология попала в официальные списки (что, естественно, потом ей сильно помогло)?

– Шел 1987-й год. Для меня закончился полугодовой испытательный период как «и.о. директора», и меня утвердили директором Института философии АН. В это же время решением ЦК КПСС была создана комиссия по совершенствованию списка специальностей ВАК (Высшей аттестационной комиссии). Председателем этой комиссии был назначен академик А.А. Ишлинский. Прежде я не был знаком с ним, но быстро убедился, что это очень порядочный и ответственный человек. Человек слова и дела. В комиссии мне, естественно, поручили присмотреться к философским специальностям. Сказали, что от меня, как и от других, ожидаются косметические изменения – «что-то добавить, что-то убавить, уточнить». В ответ я промолчал, хотя с самого начала был ориентирован на другое. Я сообщил Ишлинскому (в узком кругу) о своей идее ввести не просто новые специальности, а две области знания – социологические науки и политические науки. Мое заявление вызвало волнение. Ишлинский сказал, что вряд ли это пройдет, и посоветовал обсудить предложение в партийных инстанциях. Я пообещал.

У меня был четкий план действий. В первую очередь я обратился к Т.И. Заславской, которая в тот момент возглавляла Советскую социологическую ассоциацию, да и вообще была в фаворе, «вхожа», с идеей о развитии социологии. Татьяна Ивановна двумя руками поддержала мою идею, и было подготовлено письмо с расшифровкой предлагаемых в ВАК специальностей по социологическим наукам. В их числе была и экономическая социология.

– Письмо направлялось в ЦК?

– Нет, оно было направлено в комиссию по модификации специальностей ВАК и было написано от имени Советской социологической ассоциации.

Второй мой шаг (в отношении политических наук) был аналогичен первому. На этот раз я обратился к Г.Х. Шахназарову, который был президентом Ассоциации политических наук и одновременно помощником М.С. Горбачева. Он тоже поддержал мою идею и сказал: «Поможем». Было подготовлено аналогичное письмо от имени Ассоциации политических наук. Предполагаю, что близость Шахназарова к первому лицу оказалась решающей.

Я был в постоянных контактах с Георгием Хосроевичем и с Татьяной Ивановной. Когда «ситуация созрела», я пошел в Отдел пропаганды ЦК, где работали прогрессивно ориентированные люди, и получил там поддержку. Затем отправился в Отдел науки. Там возникло сопротивление: были высказаны сомнения, сквозил скепсис... И на этой стадии (уже пошел 1988 г., – не быстро все двигалось тогда) я был освобожден от должности директора, «по собственному желанию», после месячного давления. В общем, я оказался отрезан от прежних контактов. Правда, по линии комиссии ВАК за мной оставалась прежняя функция, и я наводил справки через Ишлинского. Он говорил, что отказа нет, но и решения тоже нет. А осенью 1988 г. все-таки вышло Постановление, где были указаны обе заявленные нами новые области знания.

Главным были, конечно, не наши локальные действия (хотя без них ничего бы не было). Главным фактором было изменение общей ситуации в стране. Ситуация идеологического плюрализма, подъема социологического знания, реанимации интереса к политическим наукам. Момент был исключительно подходящим для подобного решения. За пять лет до того вряд ли удалось бы, а этот момент был просто самый точный. В общем, в ВАК были утверждены две новые области знания, и после этого сразу стали создаваться социологические факультеты. Сначала в Московском и Санкт-Петербургском университетах, а затем и вовсе пошло быстрое их размножение. Несколько позднее пошел и процесс создания факультетов политологии.

– *А были ли какие-то споры по поводу внутренней структуры социологических наук?*

– Вопрос решался узким составом единомышленников. Всего несколько человек участвовали в составлении этого перечня: помимо Т.И. Заславской и меня, в этом деле участвовали: В.А. Ядов, О.И. Шкаратан, А.Г. Здравомыслов и еще, может быть, один-два человека (кто именно, сейчас я точно не припомню). В общем, это буквально пять-шесть человек. Такие решения вообще принимаются тем эффективнее, чем менее о них известно до того, пока все не решено. Поэтому нельзя было расширять этот круг.

– *А внутри группы были какие-то споры?*

– В этом составе не было. Через несколько лет был частичный пересмотр, но это уже без меня. Там вмешались другие силы, были некоторые изменения, и не во всем к лучшему.

– *А экономическая социология?*

– Экономическая социология как была, так и осталась. На втором этапе были поползновения поставить ее под сомнение, задаться вопросом, что это такое, зачем это нужно.

– *Не пытались социологию труда вернуть?*

– Я тогда впрямую уже не участвовал в этом вопросе, но помнится, что такие попытки как раз и были, попытки дать обратный ход. Но и Татьяна Ивановна, и Владимир Александрович постарались им воспрепятствовать, и в целом все осталось по-прежнему, лишь косметические изменения внесли.

Первоначально все было достаточно прогрессивно. В общем, действительно, это был очень важный момент. Я слегка горжусь тем, что участвовал в этом событии.

– *Сначала экономическая социология в списках была отдельно, без демографии, как сейчас. Демографию к ней присоединили позже.*

– Это результат косметических правок, о которых я говорил.

– *Кто придумал такую странную вещь?*

– Здесь интересен следующий факт. Во второй половине 1990-х годов в Президиуме Академии наук было предложено объединить Институт социологии с Институтом социально-экономических проблем народонаселения РАН. И было получено согласие обоих директоров.

– *То есть и Ядова, и Римашевской.*

– Лично меня всегда волновала дисциплинарная институционализация социальных наук. Было обидно, что на наших прежних усилиях по созданию самостоятельного Института социологии хотят поставить крест. Я также знал, что в коллективе Института социологии намерение соединить два института встретило сильное противодействие. Поэтому я предпринял определенный демарш: написал письмо на имя президента Российской академии наук, и был принят с этим письмом вице-президентом А.А. Гончаром. После обстоятельной беседы он поддержал меня устно, а потом и по факту идея объединения была похоронена. И институты удалось сохранить как самостоятельные.

Как удалось убедить вице-президента и заручиться его поддержкой? Основным аргументом касался обеих наук. Я говорил о том, что в 1960-х гг. мы энергично добивались создания самостоятельных структур в виде институтов Академии наук по социологии и по демографии. Отдельных структур для каждой из наук, пусть и связанных между собой, но все-таки самостоятельных областей знания. Тогда эти институты были созданы, и, решая вновь объединить их, мы двигаемся назад, рискуя сделать нечто необратимое. Это был весомый аргумент. И сейчас ясно, что такой шаг был бы действительно необратим.

Сохраняется ли сейчас Институт проблем народонаселения как самостоятельная единица?

– *Пока да.*

– Это очень хорошо, потому что демография является одной из ключевых областей знания, что особенно важно в нынешней демографической ситуации в России. Демографию нельзя лишать академической структуры. В проекте устава Академии наук говорится: институт – основное структурное звено в Академии.

– *Ну и в самом деле, экономическая социология и демография – очень разные дисциплины. Кто умудрился засунуть их в одну специальность, неизвестно?*

– У меня есть гипотеза на этот счет. В определенное время в Институте социально-политических исследований появилась ассоциация социологии и демографии. Откуда-то оттуда это, возможно, и тянется.

– *Да, может быть, они и предложили.*

– Но это лишь гипотеза, я точной информации не имею, хотя параллель такая выстраивается.

– *Звучит очень правдоподобно.*

– Что же касается экономической социологии, которая сейчас развивается, то это, по сути, – новая экономическая социология. Когда я впервые услышал этот термин, то, признаюсь, не сразу понял его смысл. Но, прочитав Вашу книгу «Экономическая социология: автопортреты»²³, где этот момент хорошо прописан Вашими собеседниками, я понял, в чем суть. И сейчас мне кажется, что для России новая экономическая социология вдвойне нова, потому что возник не только новый подход, но и новый объект. Совершенно иной, чем тот, что был в советское время.

Беседовал Вадим Радаев

²³ Экономическая социология: Автопортреты / Отв. ред. В.В. Радаев, М.С. Добрякова. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ, 2006.

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

Ю.В. Овчинникова, В.В. Радаев

ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ РЫНКОВ В РОССИИ В ПРОЦЕССЕ ЕЕ ИНТЕГРАЦИИ В МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО¹



РАДАЕВ Вадим Валерьевич – д. э. н., профессор, первый проректор, заведующий кафедрой экономической социологии Государственного университета – Высшей школы экономики.



ОВЧИННИКОВА Юлия Владимировна – студентка магистратуры факультета экономики ГУ–ВШЭ

В России складывается модель двухканальной интеграции в мировое хозяйство. Наряду с нарастанием экспорта капитала в «стратегических» отраслях внутренние потребительские рынки активно осваиваются иностранным капиталом. Опираясь на собственную базу данных о 68 сегментах рынков продовольственных товаров, авторы в данной работе прослеживают зависимости между степенью доминирования иностранных компаний, типом рынка, уровнем его концентрации и темпами экономического роста.

Как происходит интеграция. В настоящее время разворачивается процесс интеграции России в мировое хозяйство, который может быть ускорен ее предстоящим вступлением в ВТО. Перспективы российской экономики во многом зависят от того, как ведущие компании будут встраиваться в глобальные цепи поставок. И, видимо, здесь происходит оформление того, что мы назвали бы *двухканальной моделью интеграции*. Ее суть заключается в том, что трансграничные ресурсные потоки движутся в двух направлениях, которые различаются, во-первых, по отраслевому признаку, а во-вторых, по вектору движения основной массы ресурсов.

Функционирование **первого канала** касается так называемых «стратегических» отраслей, имеющих непосредственное отношение к решению проблем национальной безопасности. Речь идет прежде всего о сырьевых отраслях топливно-энергетического комплекса и о металлургии, а также об

¹ Авторы выражают благодарность Е.В. Балацкому, В.В. Дребенцову и В.Е. Гимпельсону за ценные замечания, высказанные при обсуждении первого варианта работы, а также Н.Л. Капраловой и Л.Н. Овчаровой за консультации по отдельным вопросам сбора статистической информации.

отрасли телекоммуникаций, о банковской сфере и части оборонного машиностроения. Здесь осуществляется все более активный экспорт капитала, в значительной степени следующий за экспортом товаров, который на девять десятых обеспечивается сырьевыми отраслями. Внешняя экспансия крупных российских компаний идет полным ходом, и за последние пять лет объем накопленных ими зарубежных инвестиций вырос почти в семь раз. Если говорить о крупных приобретениях (на сумму свыше 100 млн. долларов), то только в 2006 г. их совершили «Газпром», «Лукойл», «Норильский никель», «Русал» (самостоятельно и вместе с СУАЛом), Новолипецкий металлургический комбинат, концерн «Ситроникс» (дочерняя структура АФК «Система»), «Вымпелком», Сбербанк, Внешторгбанк². При этом было и немало провалов (срыв сделки по слиянию «Северстали» и компании «Arcelor» не является исключением), но планы лидирующих российских компаний становятся все более амбициозными.

Реализация этих планов не только допускается, но и отчасти поощряется государством через систему межправительственных соглашений (эта практика широко распространена в мире). Однако в отношении внутренних рынков в указанных отраслях тщательно соблюдается принцип *национального суверенитета*. Он проявляется в том числе во всяческом сдерживании проникновения иностранного капитала в «стратегические отрасли» (так, например, корпорации «Сименс» не дают завладеть корпорацией «Силловые машины»). Иностранные компании оттесняются от контроля при разработке сырьевых месторождений (чего стоит один только скандальный случай с проектом «Сахалин-2»). Seriously ограничивается экспансия западных финансовых институтов. Но одним лишь сдерживанием иностранных инвесторов дело не заканчивается. Контроль над национальными лидерами рынка передается из «ненадежных» частных рук подконтрольным государству компаниям: «Сибнефть» куплена «Газпромом», «Юганскнефтегаз» (наследство «Юкоса») – «Роснефтью», контроль за корпорацией «Силловые машины» достался РАО «ЕЭС России», а «Рособоронэкспорт» выкупил 66% корпорации «ВСМПО-Ависма» – единственного в России производителя титана, и т.д. В финансовой сфере сохраняется господство крупнейших банков, фактически контролируемых государством и располагающих до 40% совокупных активов всего сектора. Таким образом, на пути иностранного капитала выстраивается второй защитный рубеж в виде прямого государственного контроля над «стратегическими» отраслями.

Параллельно работающий **второй канал** включения российской экономики в глобальное хозяйство выглядит совершенно иначе. Он связан с развитием «нестратегических» отраслей, к которым относятся в первую очередь отрасли, работающие на *потребительские рынки*. Здесь по всем статьям ситуация обратная. Экспорт капитала минимален ввиду отсутствия в этих отраслях сильных национальных лидеров. В том же 2006 г. был зафиксирован ряд покупок иностранных активов (к примеру, приобретены активы «Глории Джинс»), но они оказались единичными, а крупные приобретения вовсе отсутствовали.

При этом государство никак не препятствует импорту капитала в нестратегические отрасли. Защитные редуты здесь сводятся к хотя и утомительным, но вполне обычным бюрократическим препонам и вымогательствам. Активная *экспансия иностранного капитала* (причем действительно иностранного, а не российского офшорного, как это было в прежние годы) осуществляется в форме прямых иностранных инвестиций главным образом в пищевую промышленность и розничную торговлю. Если в последней треть объектов контролируется иностранным капиталом, то в пищевой промышленности доля иностранного сектора в капиталовложениях перевалила за половину их общего объема³. Глобальные

² См.: Хейфец Б. Пасынки глобализации // Эксперт. 2007. № 4.

³ См.: Балацкий Е.В. «Нераспознанный бум» в динамике иностранных инвестиций в России // Международные процессы. 2005. № 3. С. 107.

производители начали переносить свои производства на российскую территорию. Вот наиболее яркие примеры локализации производства продуктов питания: к началу 2007 г. «Unilever» имела на российской территории четыре предприятия, «Danone» – два и располагала акциями фабрики «Большевик», а корпорация «Nestlé» – уже двенадцать местных предприятий.

В результате происходит процесс активного *импортозамещения* потребительских товаров, что само по себе должно оцениваться позитивно, ибо ведет к насыщению рынка качественными и относительно дешевеющими товарами. Однако обратим внимание на тот факт, что отечественные товаропроизводители, о судьбе которых принято заботиться, в этом процессе участвуют не столь активно, оказываясь не готовыми к освоению новых рынков. Создается впечатление, что многие лидеры национальной экономики ориентированы в большей степени на продажу своего бизнеса и только ждут подходящих предложений. А учащающиеся выходы на IPO (в том числе на международных биржах) предпринимаются скорее для оценки бизнеса, нежели как шаг к завоеванию международных рынков и привлечению дополнительных инвестиций. Не случайно этот процесс получил название «несуверенного импортозамещения»⁴.

Характерно, что вокруг покупки иностранными компаниями российских заводов в потребительском секторе (в отличие от «стратегических» отраслей) нет никакого ажиотажа. Мало кого взволновала продажа пивоваренных заводов О. Тинькова компании «InBev». А когда, скажем, компания «Wrigley» приобретает легенду отечественной шоколадной индустрии – Одинцовскую кондитерскую фабрику А. Коркунова, – все только радуются, что за нее удалось получить такую высокую цену.

В чем заключается проблема. Мы видим, как на наших глазах в российской экономике стремительно складывается модель двухканальной интеграции страны в глобальное хозяйство. Она воплощается в экспорте капитала при соблюдении внутреннего суверенитета в сырьевых отраслях и импорте капитала в отраслях потребительского сектора. Россия отчаянно борется за зарубежные сырьевые ресурсы и легко отдает свои внутренние потребительские рынки.

Мы не даем этой модели какой-либо однозначной и тем более сугубо негативной оценки. Просто обращаем внимание на то, что ее функционирование будет иметь серьезные и весьма долгосрочные последствия, касающиеся структуры российских рынков. В данной работе мы рассмотрим лишь часть этого общего процесса, связанную с функционированием второго канала. Заметим, что если первый канал, связанный с экспортными достижениями в наших стратегических отраслях, привлекает повышенный интерес, то импорт капитала в потребительском секторе остается вне зоны пристального внимания (исключение составляет, пожалуй, лишь сфера автомобилестроения). Между тем импорт иностранного капитала, опосредованный постепенным перемещением части мощностей глобальных производителей в Россию, приводит к формированию новой *структуры российских потребительских рынков*.

Совокупность этих рынков в России даже на первый взгляд весьма неоднородна с точки зрения уровня концентрации, состава участников и темпов роста. Проникновение на них иностранного капитала тоже происходит неравномерно. Это порождает массу непростых вопросов: почему в одной и той же макроэкономической ситуации смежные рынки приобретают столь разный облик, откуда возникает разнообразие рыночных структур? почему глобальные производители легко завоевывают одни рыночные сегменты и не могут потеснить отечественных производителей в других? действием каких факторов объясняется быстрое достижение высокого уровня концентрации одними рынками, в то время как на

⁴ См.: Рубанов И., Сиваков Д. Эффект бумеранга // Эксперт. 2006. № 1–2.

других по-прежнему действуют десятки и сотни относительно мелких производителей? почему на некоторых рынках в течение всего периода после финансового кризиса 1998 г. наблюдается устойчивый рост, а другие после нескольких лет бурного развития переходят в состояние стагнации? какую роль в этих процессах играют иностранные компании?

Мы рассмотрим эти вопросы на примере российских продовольственных рынков – самой крупной части потребительского сектора, которая обеспечивает 45% оборота розничной торговли. Но для начала определим исходные аналитические переменные.

Как измерить структуру рынка. Чтобы сравнивать разные потребительские рынки, мы должны располагать инструментами для измерения их структуры. Нами предложено три рода показателей, классифицирующих рынки с точки зрения:

- типа товарных категорий;
- типа участников рынка;
- уровня концентрации рынка.

В отличие от традиционного отраслевого подхода к группировке *товарных категорий*, предполагающего деление этих категорий по физико-химическому составу и технологиям производства продуктов (например, мясные, молочные, кондитерские и прочие товары), мы пошли нетрадиционным путем. Также используя отраслевой признак для выделения рынков и отдельных рыночных сегментов, при их группировке, мы, однако, предлагаем подойти к делу не с технической, а с экономико-социологической стороны, – опираясь, вместо различий в предметных характеристиках продуктов, на историю формирования *потребительских практик* в нашей стране и на степень их укорененности. Согласно этому критерию мы разделим все продовольственные товары (и соответствующие рыночные сегменты) на «советские» и «постсоветские», имея в виду период, когда те или иные товары вошли в рацион массового городского отечественного потребителя.

В самом деле, многие продукты питания, которые мы назовем «*советскими*», появились десятилетия назад и оставались в рационе советских городских семей даже в годы самого сурового дефицита. Это означает, во-первых, что потребители привыкли к этим традиционным продуктам и в какой-то степени не мыслят без них своего существования. А во-вторых, сложились целые отрасли производства, обеспечивавшие данными товарами (пусть и не высокого качества) значительную массу советских граждан. Таким образом, рынки «советских» продуктов как минимум *дважды укоренены* – в ранее созданных мощностях по их производству и в устойчивых потребительских привычках населения.

Наряду с этим мы обнаруживаем все больше и больше «*постсоветских*» продуктов, которые не имеют подобной предыстории и вошли в жизнь массового потребителя после начала экономических реформ, имея относительно короткий период освоения. К какой бы отрасли они ни принадлежали, их структурные позиции в секторе продовольственных рынков и степень укорененности оказываются иными: они относительно новы для отечественных и производителей, и потребителей.

При использовании дихотомической переменной – деления товарных категорий на «советские» и «постсоветские» – мы предлагаем отвлечься от качества продукции, прекрасно понимая, что его уровень по традиционным товарным категориям за последние полтора десятилетия существенно вырос. Например, качество потребляемого сегодня пива несопоставимо с советским временем. Столь же несомненно, что с точки зрения технологий и организационных форм мы имеем дело с «другими рынками». Но хотя сегодняшнее пиво разительно отличается от «советского», в прежние времена оно производилось в массовом масштабе и, главное, существовала укорененная привычка – «пить пиво», которая стала неотъемлемой частью советской потребительской культуры. Поэтому пиво мы относим к «советским» продуктам. В то же время, скажем, привычка использовать бутилированную

питьевую воду в период, когда многие люди спокойно пили воду «из-под крана», полностью отсутствовала. Ее продажа в советское время была бы воспринята как «буржуазная роскошь» и «торговля воздухом». И несмотря на то, что продаваемая ныне бутилированная вода по своему составу вряд ли сильно изменилась, в соответствии с нашим критерием она относится к «постсоветским» продуктам.

Отметим еще один важный момент. В качестве основной единицы исследования нами будет использоваться рынок (или рыночный сегмент), а не объем продаж, хотя, разумеется, по своему масштабу анализируемые рынки находятся в разных «весовых категориях» и могут различаться на два-три порядка. Иными словами, мы сконцентрируем внимание на структуре рынков как таковой, а не на стоимостных показателях, что не вполне обычно для экономического анализа.

Итак, общий критерий разделения продовольственных товаров на «советские» и «постсоветские» – период, когда тот или иной продукт появился на столе массового отечественного потребителя (до или после начала экономических реформ). К сожалению, советская статистика содержала данные лишь по крупным товарным группам, не позволяя измерить точные объемы потребления отдельных продуктов. Однако в большинстве случаев здесь оказывается достаточно нашего обыденного опыта, и такого рода операционализация не встречает трудностей. Мы прекрасно помним без всяких цифр, что молочные продукты существовали всегда, а разнообразные йогурты вошли в наш рацион уже в реформенное время; что майонез издавна использовался советскими домохозяйками, а горячие соусы появились в продаже совсем недавно; что бананы и мандарины в советское время можно было купить (пусть и отстояв очередь), а киви и манго видели немногие, да и то, скорее, на картинках. Определенные виды минеральной воды («Боржоми», «Ессентуки» и пр.) были знакомы всем и каждому – в отличие от энергетических напитков, о существовании которых мы узнали совсем недавно.

Конечно, существуют товарные категории, происхождение которых идентифицируется не столь однозначно, особенно если они, хотя и существовали в СССР, но были на третьих ролях. Например, шоколадные батончики продавались и в советское время, но их ассортимент был ничтожен, ибо основную долю изделий из шоколада представляли развесные конфеты и шоколадные плитки. Сколь-либо заметное место батончики заняли с появлением «Марсов» и «Сникерсов», заполонивших прилавки уже в 1990-е годы (сегодня их доля превышает 10% всего рынка шоколадных изделий). Потому мы вправе, с определенной степенью условности, считать их «постсоветским» продуктом.

С точки зрения происхождения товарной категории в ряде случаев приходится делить один рынок на более мелкие сегменты. Возьмем, например, рынки растительного масла и кофе: подсолнечное масло для советских семей было общеупотребительным продуктом, в то время как оливковое пришло к нам в постсоветский период; натуральный кофе был достаточно популярен, а о существовании сублимированного многие не подозревали. Когда же в силу отсутствия информации мы не могли разделить какой-то смешанный рынок на отдельные сегменты, то были вынуждены отказаться от его классификации, как это произошло, например, с рынками безалкогольных газированных напитков или замороженной рыбы и морепродуктов.

Как измерить другой структурный параметр – *уровень концентрации рынка*? Здесь мы решили отказаться от стандартных индексов концентрации отрасли, и это было сделано по разным причинам. Так, например, индекс Херфиндаля–Хиршмана (НИ) – сумма квадратов долей рынка всех игроков⁵ – не мог быть использован в силу отсутствия достаточного количества данных. А стандартный индекс концентрации четырех фирм (доли рынка,

⁵ См.: Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. М.: ИНФРА-М, 1997. С. 174–175.

занимаемой четырьмя крупнейшими компаниями) кажется нам не совсем удачным. Дело в том, что число ведущих участников рынка, которые по масштабам своей деятельности заметно отличаются от остальных участников, варьируется от рынка к рынку. В одном случае на рынке доминируют две-три крупнейшие фирмы, в другом – шесть-семь. Применение формального показателя с одним числом ведущих игроков, на наш взгляд, значительно искажает значение уровня отраслевой концентрации⁶. Поэтому при его измерении мы опираемся на другой относительный показатель – *долю рынка, приходящуюся на одного ведущего игрока*. Число таких ведущих игроков определяется не произвольно, а на основе оценок экспертов, представляющих соответствующий сегмент рынка. В нашем случае оно колеблется от 2 до 10 компаний: в 60% случаев это 3–5 участников, среднее же значение фиксируется на уровне 4,7.

Доли рынка, приходящиеся на одного ведущего участника, в свою очередь подверглись группировке, в результате которой были определены разные уровни отраслевой концентрации, а именно:

- низкий (менее 10%);
- средний (11–20%);
- высокий (более 20%).

Это означает, что если на рынке действуют, например, четыре доминирующих игрока, то в зависимости от уровня концентрации они удерживают соответственно менее 40%, от 40 до 80% или свыше 80% общего оборота⁷.

Что касается *типов игроков*, то на нынешнем этапе включения России в глобальный рынок, безусловно, актуально их разделение на основе странового происхождения – на российские и зарубежные (транснациональные) компании. Это разделение проводится не по месту производства товаров (глобальные компании, как правило, и импортируют товары, и производят их на российской территории), а по первоначальному происхождению компании. С этой точки зрения, перенос компанией «Nestlé» значительной части производства в Россию не превращает ее в отечественного производителя.

Различие между российскими и зарубежными компаниями только на первый взгляд кажется формальным. В действительности они существенно различаются и по масштабам, и по характеру используемых технологий и организационных форм. Поскольку во многих случаях именно активность иностранных компаний приводит к значимым изменениям на российских продуктовых рынках, в работе мы делаем некоторый акцент на роли этих компаний.

При классификации рынков по типу ведущих игроков нами также применяется не вполне обычный подход. Мы подразделяем рынки не по доле продукции, произведенной иностранными и отечественными участниками, а на основе количественного преобладания тех или иных компаний среди ведущих игроков (т.е. за единицу анализа вновь берется не объем продаж, а число фирм определенного типа). С целью установления тех, кто доминирует на рынках, мы рассчитали *долю иностранных компаний среди ведущих участников данного рынка*. В результате ключевая переменная имеет три значения:

- отечественные компании численно преобладают;

⁶ Если в определенном сегменте доминируют две компании (например, «Coca-Cola» и «PepsiCo») с большим отрывом от других игроков, считать уровень концентрации рынка по четырем игрокам не вполне разумно.

⁷ Заметим, что наличие трех-четырех фирм, осуществляющих контроль над примерно 70% рынков, является принятым критерием для выделения развитых рынков [см.: Шевченко М. Время поглощать пищу наступило на продовольственном рынке // Коммерсантъ-СПб. 2006. №15/П].

- наблюдается относительное численное равенство отечественных и иностранных компаний;
- иностранные компании численно преобладают.

Сформировав основные показатели структуры рынков, необходимо определиться с измерением *динамики рынков*. Сделать это намного проще: она измеряется показателем среднегодовых темпов роста оборота в данном рыночном сегменте по оценкам за последние два-три года. Далее мы выделили типы экономического роста, соотнеся их с общими темпами роста российского розничного рынка (который, напомним, в начале 2000-х годов составлял 10–12% в год). Соответственно рассматриваемые рынки были разделены на четыре категории:

- стагнирующие – до 4%;
- медленно растущие – 5–9%;
- растущие вместе с рынком – 10–12%;
- быстро растущие – 13% и более.

Теперь осталось определиться с источниками данных.

Как получить данные. Чтобы произвести необходимые измерения, нужны статистические данные. Однако интересующая нас информация в готовом виде не содержится ни в официальных источниках, ни в результатах маркетинговых исследований. Это побудило нас к созданию собственной базы количественных данных, собираемых из разрозненной информации о конкретных рынках. Такие данные «вылавливались» из отраслевых обзоров, составляемых на основе исследований российских и иностранных маркетинговых агентств, а также экспертных оценок участников рынка за 2003–2006 гг. Их исходным источником стал журнал «Новости торговли», регулярно помещающий аналитические обзоры примерно в одном и том же формате, что позволяет надеяться на сопоставимость публикуемой информации. В качестве дополнительных источников привлекались аналитические материалы, публикуемые в других российских журналах – «Компания», «Эксперт», «Мое дело. Магазин», «Russian Food & Drinks Market Magazine» (<http://www.foodmarket.spb.ru>), а также материалы специализированных сайтов в сети Интернет – <http://www.yarmarka.net>, <http://www.torgrus.com>. Использование разных открытых источников позволяло сопоставлять и перепроверять публикуемую информацию.

В зависимости от детализированности имеющейся в нашем распоряжении информации в ходе исследования нами рассматривались как рынки товаров в целом (например, рынок чая), так и их отдельные сегменты (например, рынок сыра представлен сегментом плавленых, желтых и белых сыров). При наличии достаточной информации о том или ином сегменте и его отличиях от других сегментов, мы считали сегмент отдельным рынком.

В результате нам удалось собрать данные по 68 сегментам продовольственных рынков, которые в целом обеспечивали в России в 2005 г. около 70% объема продаж продуктов питания⁸. Эти данные не всегда полны, тем не менее они позволяют подойти к анализу

⁸ Часть информации об объемах продаж по отдельным сегментам рынка получена из данных Росстата. Но, к сожалению, она касается лишь «советских» продуктов, по «постсоветским» продуктам официальные данные пока не собираются. Другая часть искомой информации была получена из данных агентства «Euromonitor». Все использованные нами данные относятся к 2005 г. В силу их неполноты в ряде случаев приходилось прибегать к опубликованным экспертным оценкам. Впрочем, нам требовались не точные цифры, а оценка примерного объема анализируемых рынков, чтобы определить, в какой степени полученные данные могут быть распространены на всю совокупность продовольственных рынков.

структуры представленных рынков с особой позиции. Посмотрим, какова эта структура с точки зрения выделенных нами параметров

Как выглядит структура рынков. Разделить рынки по *типу товарных категорий* на «советские» и «постсоветские» удалось в 62 случаях (из 68). Причем в обе категории попало равное число рыночных сегментов – по 31. В качестве «советских» нами были классифицированы, в частности, рынки молочных продуктов (в сегменте пастеризованного молока), хлебобулочных и макаронных изделий, соусов (в сегментах майонеза и кетчупа), а в числе «постсоветских» оказались, например, рынок молочных продуктов (в сегменте вязкого йогурта), замороженных овощей, рынок соусов (в сегментах горячих соусов и заправок для салата).

Относительно *доли иностранных компаний* в числе ведущих участников рынка были собраны наиболее полные данные. Оказалось, что на 30 из 68 рынков среди ведущих участников российские компании численно преобладают над иностранными (например, на рынках соков и мясной гастрономии). Доля иностранных компаний среди лидеров рынка здесь не превышает 44% общего числа участников (средняя доля равна 16%), а на 13 рынках среди ведущих игроков они отсутствуют вовсе (например, на рынках хлебобулочных изделий или пастеризованного молока).

В четырех рыночных сегментах среди ведущих игроков наблюдается относительное равенство числа иностранных и отечественных производителей. Средняя доля иностранных компаний здесь повышается до 50% (в качестве примера приведем рынок замороженной рыбы и морепродуктов, рынок чая и др.).

Наконец, в 34 сегментах рынков господствуют иностранные компании (например, рынки продуктов быстрого приготовления, рынки плодоовощных консервов и пива). Здесь их доля в числе ведущих игроков составляет не менее 60% (средняя доля – 84%), а в 15 сегментах все ведущие участники представлены иностранными компаниями (например, рынок жевательной резинки или рынок сублимированного кофе). Таким образом, доминирование иностранных компаний наблюдается на половине рынков, включенных в анализ.

В отношении уровня *отраслевой концентрации* была собрана информация о 65 рынках. На 18 рынках обнаружен относительно низкий уровень концентрации – здесь на одного ведущего игрока приходится менее 10% совокупных продаж (при среднем значении 7%). В их число попали, например, рынок мучных кондитерских изделий (печенье, вафли и т.д.) и рынок мясной гастрономии. Средний уровень концентрации (11–20% на одного ведущего игрока при среднем значении 15%) был зафиксирован на 29 рынках, где среди прочих оказались рынок макаронных изделий и рынок желтых жиров. Наиболее высокая отраслевая концентрация (более 20% на ведущую компанию при среднем значении 31%) характерна для 18 рынков, среди них – рынки натурального кофе, бананов и др. Исходные данные по структуре рынков сведены в табл. 1.

Определив и описав исходные структурные параметры продовольственных рынков, перейдем к формулированию основных гипотез, способных объяснить связи между этими параметрами.

Как сформулировать гипотезы. Итак, мы хотим понять, подчиняются ли вариации в структуре продовольственных рынков каким-то закономерностям, а также влияют ли эти структурные закономерности на темпы экономического роста соответствующих рынков или, наоборот, сказываются ли демонстрируемые ими темпы роста на рыночной структуре.

Таблица 1. Структура потребительских рынков по типу товарных категорий, доле иностранных компаний и уровню концентрации

Типы товарных категорий	Число рынков	
«Советские»	31	
«Постсоветские»	31	
Всего	62	
Структура ведущих участников рынка	Число рынков	Доля иностранных компаний среди лидеров в среднем, %
Больше российских компаний	30	16
Равное число российских и иностранных компаний	4	50
Больше иностранных компаний	34	84
Всего	68	52
Уровень концентрации рынка	Число рынков	Доля рынка одной ведущей компании в среднем, %
Низкий	18	7
Средний	29	15
Высокий	18	31
Всего	65	18

Начнем с гипотез, эксплицирующих связи между самими **структурными параметрами**.

Г1: Доминирование иностранных компаний на рынках «постсоветских» товаров наблюдается чаще, чем на рынках «советских».

Данное обстоятельство может быть связано с тем, что не освоенные отечественными производителями в советское время товары в реформенный период чаще всего поставляются иностранными компаниями, которые с относительной легкостью захватывают незаполненные продуктовые ниши, пока отечественные производители не успели приспособиться к новым рыночным условиям и выйти на конкурентоспособный уровень производства новых товаров.

Г2: Уровень концентрации на рынках «постсоветских» товаров выше, чем на рынках «советских».

Это может объясняться особенностями предшествующего развития – существованием в секторе «советских» товаров предприятий, созданных еще в годы советской власти, когда уровень концентрации в пищевой промышленности был относительно невысок, а впоследствии эти предприятия приватизировались множеством вновь возникших компаний; все это и определило невысокий ныне уровень концентрации

Г3: Уровень концентрации на рынках, где доминируют иностранные компании, выше, чем на рынках с доминированием отечественных.

Данное положение может быть связано с экспансией крупных зарубежных производителей, которые сразу же пытаются захватить заметные доли рынка и занять на нем доминирующие позиции, узурпируя власть в организационном поле. При этом обратная связь (стремление иностранных компаний к выходу на высоко концентрированные рынки) не имеет, на наш взгляд, содержательного объяснения.

Теперь сформулируем гипотезы, фиксирующие связь **темпов роста** того или иного рынка с его структурными показателями.

Г4: Темпы роста на рынках «постсоветских» товаров выше, чем на рынках «советских».

Предположительно, это связано с тем, что новые рынки развиваются более динамично, не будучи отягощены морально и физически устаревшими производственными мощностями и организационными формами. К тому же развитие с нулевого уровня часто сопряжено с более высокими темпами роста по сравнению с относительно развитыми сегментами рынка.

Г5: Темпы роста положительно связаны с уровнем концентрации рынка.

Эта гипотеза может подтвердиться при условии, что крупные компании, используя эффект масштаба, развиваются быстрее, чем множество относительно мелких фирм.

Г6: Темпы роста на рынках, где доминируют иностранные компании, выше, чем на рынках с доминированием отечественных.

Это может объясняться тем, что иностранные компании владеют более современными производственными, организационными и логистическими технологиями, позволяющими им добиваться более высоких экономических результатов.

Попробуем проверить перечисленные гипотезы, используя собранные нами фактические данные.

Куда идет иностранный капитал. С какими товарными категориями в большей степени работают ведущие иностранные компании? И соответственно какие потребительские рынки оказываются для них более привлекательными и более доступными для экспансии? Согласно гипотезе 1, иностранные компании должны, скорее всего, доминировать на рынках «постсоветских» товаров. По крайней мере, их присутствие на этих рынках должно быть более ощутимым, чем на рынках «советских» товаров.

Для проверки гипотезы о равенстве средних долей иностранных компаний среди лидеров на «советских» и «постсоветских» рынках был использован однофакторный дисперсионный анализ. В качестве зависимой переменной выступил показатель доли иностранных игроков среди ведущих участников рынка, который принимает значения от нуля до единицы, в качестве фактора – дихотомическая переменная, характеризующая тип товарных категорий. Результаты дисперсионного анализа с использованием статистики Фишера позволяют не отвергнуть выдвинутую нами гипотезу на высоком уровне значимости ($p < 0,001$): средняя доля иностранных компаний среди ведущих участников рынка в постсоветских сегментах заметно выше, чем в советских (см. табл. 2).

Таблица 2. Средняя доля иностранных компаний среди ведущих участников на рынках «советских» и «постсоветских» товаров

Тип товарных категорий	Число рынков	Средняя доля иностранных компаний, %
«Советский»	30	35
«Постсоветский»	30	67
Всего	60	51

В результате на 21 рынке, относящемся к «советскому» типу, доминируют отечественные компании (например, на рынке замороженных мясных полуфабрикатов, рынке водки), что составляет около двух третей всех советских рынков. В то же время на 22 «постсоветских» рынках господствуют иностранные операторы, что также составляет более двух третей данного типа рынков; среди них, например, рынки замороженных овощей, энергетических напитков, шоколадных батончиков (см. табл. 3).

Таблица 3. Структура ведущих участников рынков «советских» и «постсоветских» товаров (число рыночных сегментов)

Структура ведущих участников рынка	Тип товарных категорий		Всего
	«Советский»	«Постсоветский»	
Больше российских компаний	21	7	28
Равное число российских и иностранных компаний	1	2	3
Больше иностранных компаний	9	22	31

$p=0,002$

Таким образом, в соответствии с нашими предположениями, зарубежные производители более активны на новых рынках и менее активны в традиционных сегментах. Чем это объясняется? Какие факторы способствуют или препятствуют проникновению иностранного капитала на российские рынки потребительских товаров? Мы выделим три таких фактора:

- наличие или отсутствие потребительских привычек населения;
- высокий или низкий уровень рентабельности производства;
- степень зависимости от импортного сырья.

Первый фактор связан с необходимостью завоевания *лояльности потребителей*. Результаты международных маркетинговых исследований свидетельствуют, что преимущества с точки зрения завоевания доли рынка получают те его участники, что вошли на него первыми⁹. Они не просто успевают занять определенную рыночную нишу, но и укореняются в ней – утверждают определенные потребительские стандарты, которые со временем перерастают в покупательские привычки и становятся барьерами на пути входа на данный рынок новых игроков. «Советские» рынки отличаются тем, что отечественные предприятия имеют здесь

⁹ См.: Kalyanaram, G., Wittink, D.R. Heterogeneity in Entry Effects Between Nondurable Consumer Product Categories // International Journal of Research in Marketing. 1994. Vol. 11. P. 219–231.

солидные преимущества во времени, на их стороне также устоявшиеся привычки покупателей. Поэтому помимо времени, необходимого для разворачивания сколь-либо масштабной деятельности, иностранным игрокам, претендующим на завоевание этих рынков, требуются усилия по преодолению *потребительской инерции*. В этом отношении важно понимание специфики продовольственных рынков, где у российских потребителей фиксируется некая исходная антипатия к иностранным продуктам питания (как «искусственным», «чужим») в отличие, скажем, от рынков бытовой техники и электроники или рынка одежды, где, наоборот, давно укоренился пиетет в отношении иностранных товаров и пренебрежительное отношение к отечественным.

Соответственно, в «постсоветских» сегментах, где еще только утверждаются новые потребительские вкусы, вполне естественно, стандарты диктуются прежде всего иностранными производителями, которые вместе с новыми продуктами, пока не совсем привычными для российского потребителя, приносят и новые элементы потребительской культуры¹⁰.

Другой фактор, обуславливающий доминирование иностранных компаний на «постсоветском» продуктовом пространстве, связан с экономическими причинами – относительным *уровнем рентабельности производства*. Речь идет о том, что «постсоветские» продукты питания, отвечающие потребностям более узких целевых групп, являются товарами с большей добавленной стоимостью, а потому их производство оказывается более рентабельным. Учитывая, что одним из решающих факторов направления иностранных инвестиций в ту или иную отрасль выступает как раз ожидаемый размер прибыли, превалирование на новых рынках иностранных компаний, владеющих к тому же соответствующими технологиями, становится вполне очевидным.

Отечественным компаниям, работающим в традиционных продуктовых сегментах, угнаться на старом оборудовании за разнообразием предпочтений потребителей значительно тяжелее. Их козырем выступает объем обслуживаемого рынка, выражающийся в степени охвата населения и доле расходов домохозяйств на данный тип продукта. Поскольку уже укорененные «советские» продукты образуют основу повседневного рациона большинства россиян, объем соответствующих рынков оказывается значительно больше объема «постсоветских» (в нашем случае эта разница достигает в среднем девяти раз). Как следствие, привлекательность «советских» рынков определяется не столько уровнем рентабельности производства, сколько общими масштабами выпуска товаров.

Конечно, и ведущие иностранные компании не равнодушны к объемам того или иного рынка. Достаточно сказать, что средний объем продаж на рынках, где доминируют иностранные участники, лишь в два с половиной раза меньше, чем на традиционных рынках с преобладанием отечественных производителей. И нет сомнений в том, что этот разрыв будет сокращаться. Но все же иностранные компании чаще всего концентрируются в рыночных сегментах с более высокой добавленной стоимостью. На традиционные рынки они выходят преимущественно «сверху», т.е. в их премиальные и средние сегменты, оставляя отечественным компаниям более массовые экономические сегменты. Таким образом, несмотря на явный выигрыш во времени, в наиболее

¹⁰ Необходимо учитывать, что включение новых товаров в массовое потребление может натолкнуться на препятствие в виде национальной специфики потребительских схем. Такая судьба постигла, например, рынок снеков – чипсов, сухариков и т.д. За границей эти продукты предназначены для того, чтобы «перекусить» между приемами пищи. В России же потребление снеков «мутировалось», превратившись в возможность «закусить», что обусловило смену стратегии продвижения этих товаров на рынке: они рассматриваются как, например, закуски к пиву [см.: Рябова А. На скорую руку // Новости торговли. 2006. № 4. С. 44–48].

перспективных и прибыльных сегментах рынка российские производители, увы, играют роль опоздавших.

Как мы уже отметили, иностранный капитал не ограничивается новыми, «постсоветскими», рынками. Он проникает также и на рынки, где производятся традиционные для российского потребителя продукты. В нашем случае они доминируют среди ведущих игроков на одной трети таких рынков, в том числе на рынках шоколадных кондитерских изделий (в сегменте шоколадных плиток), сыра, плодоовощных консервов, пива и др. Выбор именно этих рынков также не случаен. Здесь обнаруживается связь с таким фактором, как *зависимость от импортного сырья*. Она может быть вызвана и простым отсутствием производства этого сырья на российской территории (например, какао-бобов для изготовления шоколада), и его недопроизводством (в случае с изготовлением сыра речь идет о недостаточном производстве сырого молока; применительно к изготовлению плодоовощных консервов – это холодный российский климат, ограничивающий возможности выращивания овощей в России круглый год, и технологическая неразвитость отрасли, обуславливающая необходимость импортировать 85% этой продукции¹¹). Следовательно, экспансия иностранного капитала разворачивается прежде всего там, где производственный процесс требует выхода за национальные границы и включения в глобальные цепи товародвижения. Здесь глобальные производители, осуществляющие масштабные оптовые закупки сырьевых ресурсов по всему миру, получают очевидные конкурентные преимущества.

Как иностранными компаниями преодолеваются барьеры входа на традиционные рынки? Основных инструментов здесь два – инновации и реклама. Вписаться в жизнь массового потребителя на локальных рынках глобальные операторы пытаются прежде всего с помощью *продуктовых инноваций* и более высокого *качества продукции*. Стоимость инноваций в свою очередь должна быть покрыта ценовой премией. Именно поэтому иностранным компаниям проще всего входить на традиционные рынки «сверху» – из среднего и премиального сегментов, где потребитель более чувствителен к инновациям и готов за них заплатить. Что же касается массовых сегментов «советских» рынков, то новые игроки способны одержать относительно быструю победу там, где может быть серьезно и весьма ощутимым для потребителя образом улучшено качество массового продукта. А там, где различия в качестве улавливаются потребителем с трудом (даже если они действительно есть), проникнуть на рынок оказывается труднее. Этим, в частности, объясняется, почему пивная индустрия так быстро переходит в руки иностранцев, а водочное производство может оставаться в руках локальных производителей – отличить высококачественную водку от обычной, что бы ни говорили, не так просто.

Процесс «приживания» нетрадиционных, «постсоветских» потребительских вкусов тоже не происходит стихийно. Он ускоряется в немалой степени за счет активной *рекламной деятельности*. Чтобы убедиться в этом, мы взяли 50 товарных категорий, наиболее активно, по данным компании «Видео Интернешнл», рекламировавшихся на телевидении в начале 2000-х годов, и выделили из них 19, относящихся к продуктам питания. Выяснилось, что из числа последних в 11 товарных категориях господствуют иностранные производители, лишь в четырех случаях приоритет принадлежит отечественным предприятиям, а еще четыре рыночных сегмента являются смешанными. Причем и в смешанных сегментах (например, рынок кофе и рынок соусов) основная часть рекламного времени, как правило, отводится продукции иностранного происхождения. Не случайно, именно глобальные производители доминируют и в числе ведущих рекламодателей. Так, в список топ-10 по объему телерекламы в 2006 г. входили семь производителей продуктов питания. Из них, вполне закономерно, шесть компаний –

¹¹ См.: Колтунова О. Сеньор Помидор // Компания. 2006. № 22.

западные. Исключение составляет лишь российская компания «Вимм-Билль-Данн» (которую тоже некоторое время назад чуть было не продали компании «Danone»). Так что массированная атака на отечественного потребителя ведется, и она не проходит бесследно.

Российские компании тоже пытаются выйти на новые рынки. Но здесь они реже добиваются численного превосходства – это удалось лишь на 23% рынков «постсоветских» товаров, например, на рынках слабоалкогольных коктейлей, замороженной пиццы, кукурузного масла, а также на рынке снеков (в сегменте сухариков, попкорна и морепродуктов). Можно предположить, что российские предприниматели стремятся осваивать в первую очередь те рыночные сегменты, где возможна диверсификация ранее существовавших производств при использовании местного сырья, в противовес завоеванию совершенно новых рыночных ниш. В качестве примера можно привести производство полуфабрикатной пиццы, которое освоили специалисты хлебобулочных и мясоперерабатывающих заводов, или развитие производства кукурузного масла в добавление к подсолнечному.

Отметим еще один любопытный факт: взаимное проникновение иностранных компаний на «советские» рынки и отечественных компаний на «постсоветские» асимметрично и по масштабам этих рынков. В обследованной нами совокупности рыночных сегментов средний размер «советского» рынка, на котором доминируют иностранные участники, почти в одиннадцать раз превышает средний размер «постсоветского» рынка, где преобладают отечественные предприятия. Так что встречное движение отечественных производителей по завоеванию новых рынков и в этом отношении оказывается менее активным.

Итак, конечный успех тех или иных организационных форм в значительной степени зависит от времени их вывода на рынок. Помимо этого его определяют масштабы производства и относительный уровень издержек, широта дистрибуции и полнота продуктовой линейки, эффективность доступа к ресурсам и затраты на продвижение продукта¹². По всем этим параметрам преимущества часто оказываются на стороне глобальных производителей. Складывается впечатление, что отечественные производители по своему технологическому и организационному уровню не вполне готовы к конкурентной борьбе. Там, где речь не идет о прямом вхождении иностранного капитала, инновации распространяются не слишком быстро.

К чему приводит доминирование иностранного капитала. Как присутствие крупного иностранного капитала преобразует структуру рынка? Чтобы ответить на этот вопрос, рассмотрим взаимосвязь между соотношением иностранных и отечественных компаний среди ведущих игроков на том или ином рынке и его концентрацией.

Ранее (см. гипотезу 2) мы предположили, что уровень концентрации на рынках, где доминируют иностранные компании, должен быть выше, чем на рынках с преобладанием отечественных компаний. И наше предположение оказалось не беспочвенным. Для исследования значимости дифференциации разных типов рынков по показателю концентрации вновь был применен однофакторный дисперсионный анализ с использованием статистики Фишера, который позволяет говорить о различии между средними значениями концентрации на высоком уровне значимости ($p=0,003$). Причем средняя доля рынка, приходящаяся на одного ведущего участника в сегментах, где доминируют отечественные компании, оказалась значительно меньшей, т.е. уровень концентрации здесь заметно ниже (см. табл. 4).

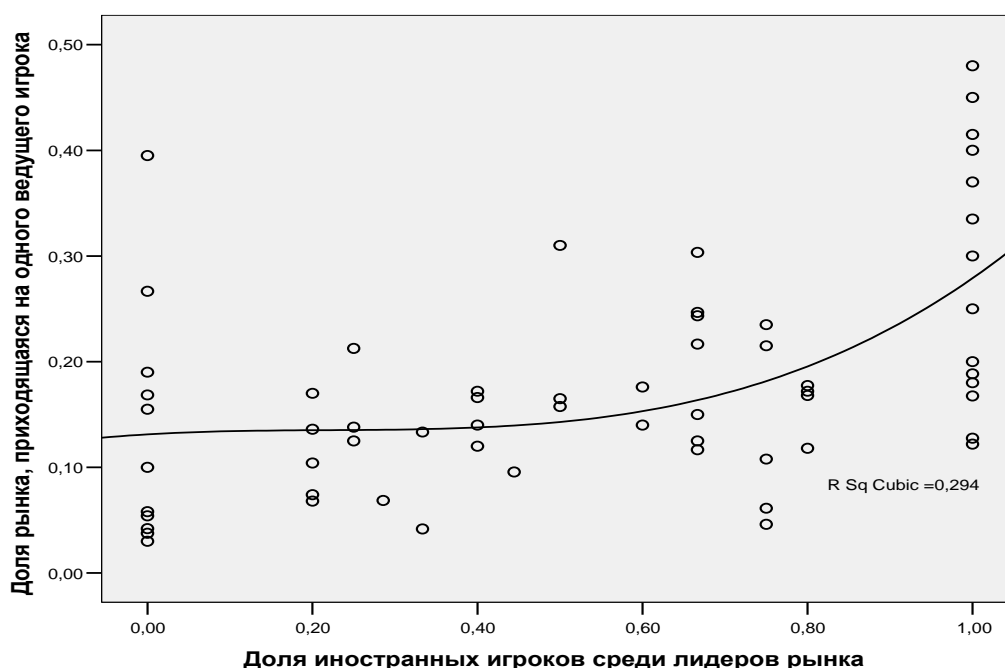
¹² См.: Lambkin, M. Pioneering New Markets: A Comparison of Market Share Winners and Losers // International Journal of Research in Marketing. 1992. Vol. 9. P. 5–22.

Таблица 4. Средний объем продаж одного ведущего игрока в зависимости от структуры участников рынка

Структура ведущих участников рынка	Число рынков	Объем продаж по группе в среднем, %
Больше российских компаний	27	13
Равное число российских и иностранных компаний	3	21
Больше иностранных компаний	32	22
Всего	62	18

На рисунке 1 представлена взаимозависимость доли иностранных игроков среди лидеров, доли рынка, приходящейся на одного ведущего игрока. Наилучшей формой кривой, описывающей эту зависимость, является кубическая парабола. В дальнейших эконометрических расчетах этот факт будет учтен введением дополнительных степенных переменных.

Рисунок 1. Распределение рынков по доле иностранных компаний среди ведущих игроков в зависимости от уровня концентрации



Мы видим, что в группу с низким уровнем концентрации попадают 14 рынков с преобладанием отечественных производителей, или 78% этих рынков. Сюда вошли, например, рынки мяса птицы и мороженого. В группе с высоким уровнем концентрации также оказываются 14 рынков, где доминируют иностранные компании (78% таких рынков). В качестве примера (см. табл. 5) можно привести рынки безалкогольных газированных напитков и продуктов быстрого приготовления (в сегментах вермишели, супов, бульонов).

Чем объясняется подобная тенденция? Одно из предположений таково: крупные иностранные компании входят прежде всего в те рыночные сегменты, где они могут обеспечить себе лидирующие позиции и диктовать свои условия. В результате их стратегия заключается в том, чтобы сразу захватить весомую долю данного рынка за счет вытеснения других, более мелких участников. Это легче всего сделать на «постсоветских» рынках, где

рыночные ниши еще не заполнены, или на «советских» – путем покупки бизнеса крупного российского игрока, когда вместе с производственными мощностями приобретается и контролируемая доля рынка. Среди такого рода приобретений в 2005 г. можно отметить покупку производства соусов «Петросоюз» компанией «Heinz» и производства соков «Мултон» – компанией «Coca-Cola». В каждом из этих случаев глобальные компании приобрели от четверти до трети соответствующего российского рынка и «автоматически» вошли в число его лидеров.

Таблица 5. Уровень концентрации рынков в зависимости от структуры их ведущих участников (число рыночных сегментов)

Структура ведущих участников рынка	Уровень концентрации			Всего
	Низкий	Средний	Высокий	
Больше российских компаний	14	12	3	29
Равное число российских и иностранных компаний	1	2	1	4
Больше иностранных компаний	3	15	14	32

$p=0,006$

Труднее осуществить быструю экспансию на традиционных рынках, где отсутствуют сильные лидеры и наблюдается физическое рассредоточение отрасли с тесной привязкой продукта к локальному потребителю, что затрудняет консолидацию всей отрасли несколькими компаниями. В связи с этим характерен пример рынка хлебобулочных изделий, где число игроков очень велико, поскольку производство хлеба ориентировано на определенный район проживания населения. Правда, это положение может быть несколько смягчено производством замороженных полуфабрикатов, что позволяет перевозить хлеб на большие расстояния, но данная технология еще только набирает обороты и общей картины не меняет. Это может касаться и других сегментов рынка в категории «фреш» (например, мясной гастрономии), где продукция должна оперативно доставляться от производителя на прилавки, и потому рынок не подвержен интенсивной концентрации. Захватить рыночные сегменты, где существует множество разбросанных локальных компаний, приближенных к конечному потребителю, иностранному (как, впрочем, и отечественному) капиталу не просто еще и в силу огромных территорий и неразвитости существующих логистических систем.

Можно сделать заключение, что концентрации противятся, во-первых, отрасли, в которых продукт должен быть приближен к потребителю в силу требований его свежести (например, рынки мясной гастрономии и хлебобулочных изделий в противовес рынкам жевательной резинки или продуктов быстрого приготовления). Во-вторых, отрасли с высокой долей затрат на хранение и транспортировку в конечной стоимости продукта (например, производящие замороженные мясные полуфабрикаты в противовес производителям шоколадных изделий, обладающих достаточно высокой стоимостью и компактным объемом). В-третьих, отечественные производители, удерживающие свои позиции в отраслях, где отсутствуют сложные технологии и существуют длительные традиции собственного производства (например, молока, круп или макаронных изделий).

Где выше концентрация рынка. Формулируя гипотезу 3, мы предполагали, что на рынках «постсоветских» товаров, по сравнению с «советскими», уровень концентрации окажется выше. Результаты однофакторного дисперсионного анализа с использованием статистики Фишера дают основание не отвергнуть данную гипотезу на высоком уровне значимости ($p=0,001$). Доля рынка, приходящаяся на одного его ведущего участника, на «постсоветских»

рынках действительно значимо выше. При этом средний уровень концентрации рынков «советских» товаров почти в два раза ниже аналогичного показателя рынков «постсоветских» товаров (см. табл. 6).

Таблица 6. Средний объем продаж одного ведущего участника рынка на рынках «советских» и «постсоветских» товаров

Тип товарных категорий	Размер подвыборки	Средний объем продаж, %
«Советский»	28	13
«Постсоветский»	29	22
Всего	57	18

Дополнительные сведения представлены в табл. 7. Мы видим, что низкий уровень концентрации характерен для 13 рынков «советских» товаров (43% всех таких рынков), например, для рынков мяса птицы или майонеза. Высокий уровень концентрации отмечается также на 13 «постсоветских» рынках (45% данной группы). В качестве примера можно привести рынки шоколадных батончиков и вязкого йогурта. Все это подтверждает сделанный вывод: на новых рынках уровень концентрации оказывается выше – просто потому, что изначально на нем присутствует меньшее число игроков, в то время как консолидация традиционных «советских» отраслей с большим числом игроков, как правило, требует значительного времени.

Таблица 7. Уровень концентрации на рынках «советских» и «постсоветских» товаров (число рыночных сегментов)

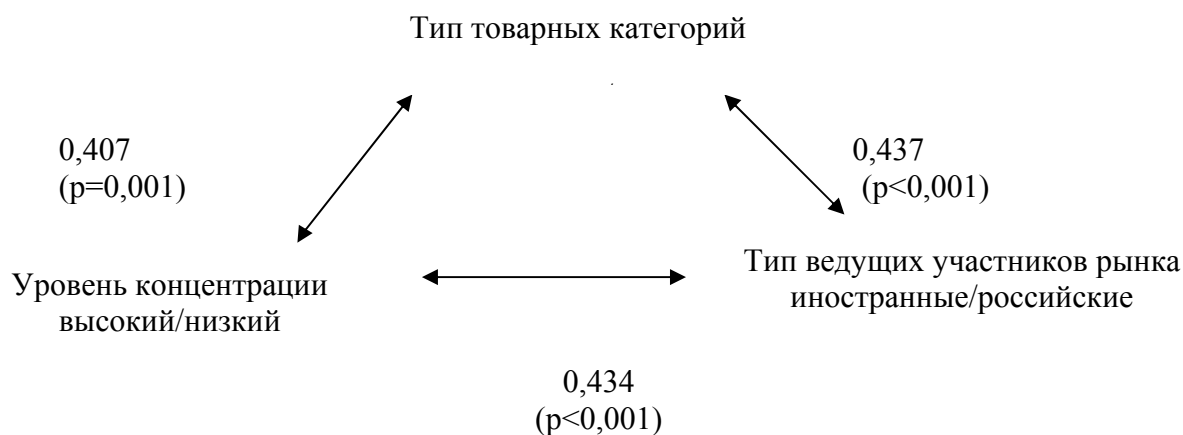
Уровень концентрации	Тип товарных категорий		Всего
	«Советский»	«Постсоветский»	
Низкий	13	3	16
Средний	13	13	26
Высокий	4	13	17

$p=0,004$

Высока ли структурная консистентность рынков. Итак, первые три из выдвинутых нами гипотез в ходе исследования не были отвергнуты: удалось зафиксировать эксплицитную связь между тремя выделенными структурными параметрами. Полученные эмпирические результаты позволяют положительно ответить на заявленный в данном разделе вопрос и говорить о высокой степени *структурной консистентности потребительских рынков*.

Статистически три структурных показателя – уровень концентрации, структура участников рынка (соотношение отечественных и иностранных лидеров) и тип товарных категорий (начало массового потребления товара в советское или постсоветское время) – демонстрируют структурную консистентность рынков, обнаруживая парные связи на высоком уровне значимости (см. схему 1). Для характеристики степени тесноты связи между каждой парой переменных, измеренных по порядковой шкале, были использованы ранговые коэффициенты корреляции Кендалла.

Схема 1. Взаимосвязь структурных показателей рынков



Общая логика интерпретации продемонстрированных связей такова: иностранные компании идут прежде всего на относительно малоосвоенные «постсоветские» рынки, где им удается захватить значимые доли продаж, и эти рынки характеризуются, соответственно, более высоким уровнем концентрации. Таким образом, мы наблюдаем определенную структурную поляризацию продовольственных рынков по заявленным трем признакам, хотя граница в данном случае не может быть жесткой: она будет сдвигаться по мере проникновения иностранного капитала на менее концентрированные традиционные отечественные рынки.

Возникает вопрос: в какой степени структурные параметры связаны с темпами роста того или иного рынка?

От чего зависят темпы роста рыночных сегментов и на что они влияют? Данные относительно темпов роста объемов продаж в стоимостном выражении были собраны нами лишь по 60 рынкам. Из них к стагнирующим были отнесены 16 (например, рынки чая и желтых жиров), к медленно растущим – 13 (например, мясных консервов и мясной гастрономии), к растущим вместе с рынком – 8 (например, мороженого, а также специй, пряностей и приправ), к быстро растущим – 23 рынка (например, натурального и сублимированного кофе, фасованных круп).

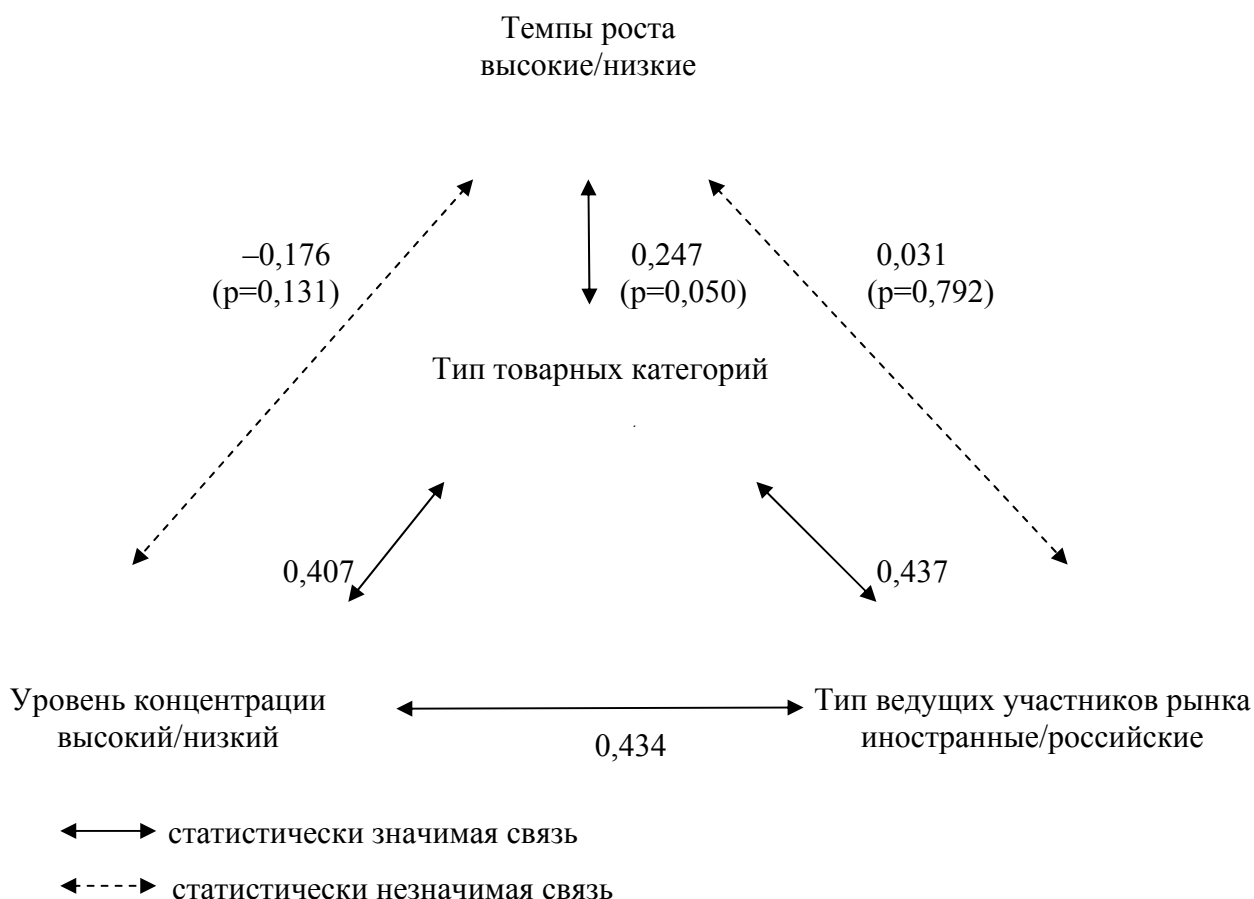
Расчет ранговых коэффициентов корреляции Кендалла между переменной динамики рынка и каждым из трех структурных параметров показал, что, в отличие от связей между самими структурными показателями, этот тип связи статистически выражен менее явно (см. схему 2): единственным значимым коэффициентом оказался коэффициент корреляции, связывающий темпы роста рынка и тип товарных категорий (начало потребления товара в советское или постсоветское время).

Обратимся к более детальному анализу связи структуры рынков и темпов их экономического роста. Учитывая, что структурные показатели тесно взаимосвязаны, при построении общей регрессионной модели, измеряющей их влияние на темпы роста, возникает проблема мультиколлинеарности. Поэтому при проверке гипотез, нацеленных на изучение парных связей, мы, напротив, попытаемся выделить максимально возможное «чистое» влияние на динамику развития каждого из параметров структуры рынка в отдельности. Учитывая характер связей между структурными параметрами, для процедуры статистической «очистки» мы воспользуемся методом анализа остатков, полученных при построении линейной регрессии¹³. Ограниченное количество структурных параметров задает

¹³ Напомним, что остатки в модели линейной регрессии содержат информацию о зависимой переменной, не объясненную построенной моделью – выбранными независимыми переменными. Именно этим – получением

спецификацию регрессионной модели: при проверке одной из трех гипотез зависимой переменной выступает тот показатель структуры, взаимосвязь которого с динамикой рынка исследуется. Соответственно два оставшихся показателя выступают независимыми переменными, от корреляции с которыми пытаемся таким образом избавиться¹⁴.

Схема 2. Взаимосвязь показателей структуры и динамики рынков



информации об одном структурном показателе, «очищенном» от взаимосвязи с двумя другими параметрами, – и обусловлено применение нами метода анализа остатков.

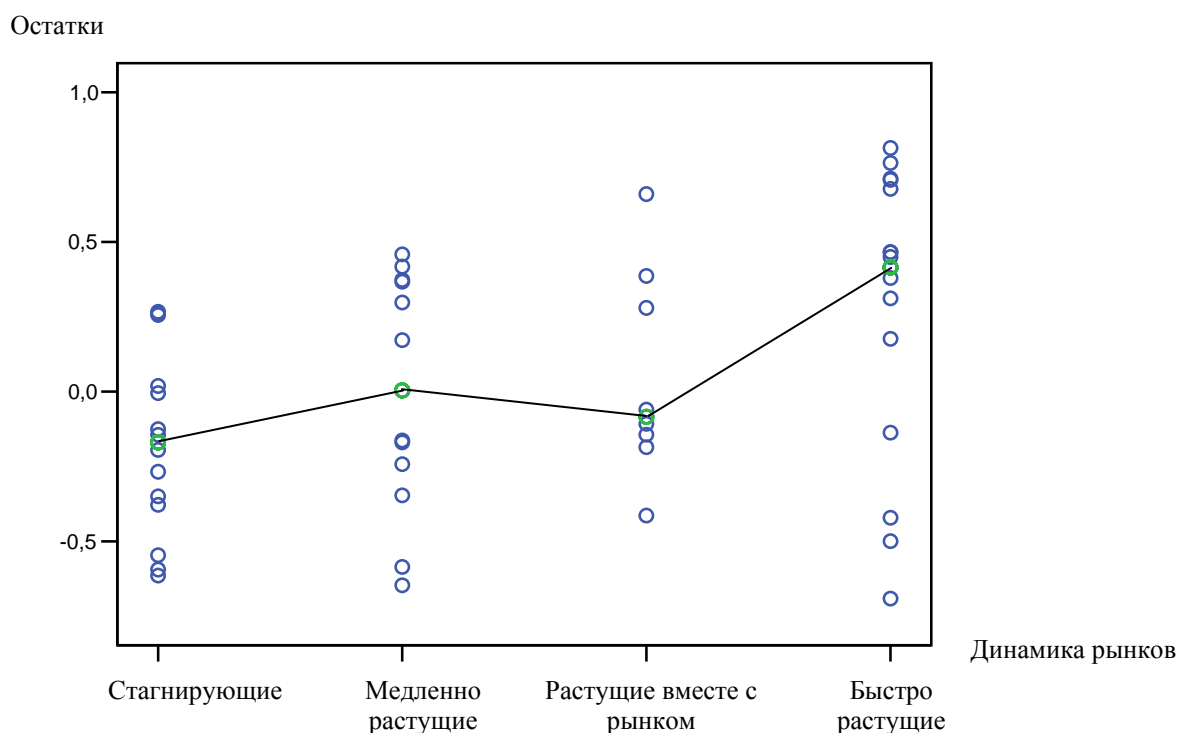
¹⁴ Необходимо отметить, что существуют два способа получения нужных нам остатков: при наличии или отсутствии связи между независимыми переменными. В данной работе использовался последний способ, позволяющий по ходу контролировать соответствие характера взаимосвязи между переменными полученному выше. В общем виде схема анализа выглядит следующим образом. На первом шаге оценивается регрессия одной «независимой» переменной на другую, для того чтобы в множественной регрессионной модели избежать мультиколлинеарности предикторов. На втором шаге оценивается общая регрессия с соответствующей гипотезе зависимой переменной. В качестве независимых переменных выступают остатки первой модели, которые представляют структурный показатель, бывший тогда зависимой переменной, а также оставшийся третий показатель структуры рынка, фигурирующий в первой модели в качестве независимой переменной. Остатки второй регрессионной модели и являются искомыми. Учитывая систему преобразований, эти остатки оказываются измеренными в неких условных единицах, верхние и нижние границы численных значений которых интерпретируются в соответствии с обозначением зависимой переменной.

Как следствие, помимо коэффициентов корреляции, дающих количественную оценку степени тесноты связи, для более полного описания мы имеем возможность представить результаты анализа данных в графическом виде в осях динамика рынка – остатки регрессионной модели.

Сравнивая *типы товарных категорий*, в гипотезе 4 мы высказали предположение, что темпы роста рынков «постсоветских» товаров должны быть выше темпов роста «советских» рынков в связи с тем, что новые рынки развиваются более динамично, ибо начинают с нулевого уровня и имеют возможность изначально применять самые передовые организационные формы и технологии.

По результатам корреляционного анализа более высокие темпы роста действительно соответствовали более позднему появлению товара в числе продуктов массового потребления: значимый ранговый коэффициент корреляции Кендалла составил 0,247. На рис. 2 представлена зависимость темпов роста рынка от выведенной с помощью метода анализа остатков принадлежности его к «советскому» или «постсоветскому» типу¹⁵. Коэффициент корреляции Кендалла в этом случае является значимым ($p=0,006$) и составляет 0,296, что подтверждает наше предположение. Таким образом, в отношении рынков «постсоветских» товаров можно говорить об относительно более быстром росте.

Рисунок 2. Взаимосвязь темпов роста рынков и их принадлежности к «советскому» или «постсоветскому» типу



В чем причина такого положения дел? Напомним, что оценка интенсивности экономического развития рынка производилась нами на основе стоимостных показателей, а не показателей изменения производства в физическом выражении. Это в свою очередь означает, что как минимум ненулевой рост обеспечивает фиксируемое по многим товарным

¹⁵ Здесь и далее на рисунках отрезками соединены точки, соответствующие медианному значению остатков линейной регрессии для каждой категории темпов роста.

категориям смещение потребительского спроса в сторону более дорогих сегментов премиум класса, которое наблюдается сегодня на многих потребительских рынках. При этом, если сопоставить товары «советского» и «постсоветского» происхождения, то последние, как мы уже говорили, в большинстве случаев обладают большей добавленной стоимостью, поскольку сами по себе еще являются относительной новинкой для потребителя – как по сути, так и по технологии изготовления – и предоставляют производителю и продавцу больше возможностей «нагрузить» продукт уникальными (физическими и символическими) свойствами, дающими право увеличить цену.

Рассмотрим в качестве примера рынок молочных продуктов, в который входят традиционный «советский» сегмент пастеризованного молока и новый «постсоветский» сегмент йогуртов. По данным агентства «Euromonitor», в 2005 г. в общем объеме рынка в стоимостном выражении доля молока составляла 30,0%, йогуртов – 12,5%. В физическом же выражении их доли составили соответственно 63,0 и 6,4%. Нетрудно заметить, что разница в соотношении долей физического и стоимостного объемов производства по каждому сегменту достигает двух раз, только это соотношение «советского» молока и «постсоветского» йогурта оказывается обратным¹⁶.

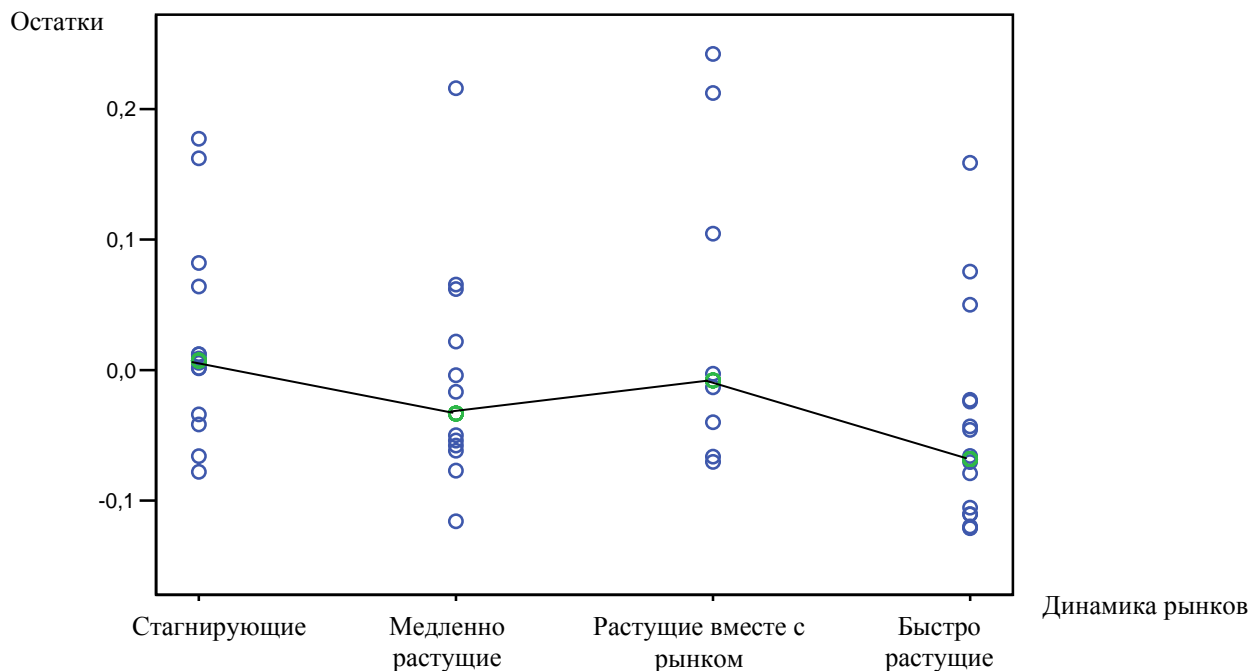
Иначе дело обстоит с гипотезой 5, в соответствии с которой темпы роста того или иного рынка положительно связаны с уровнем его *концентрации* – потому, например, что крупные компании, используя эффект масштаба, развиваются быстрее, чем множество относительно мелких фирм, в том числе за счет их поглощения. В соответствии с этим предположением объединение фирм способствует росту рынка: «чем крупнее фирма, тем больше у нее возможностей с помощью рекламы, стимулирования сбыта и т.п. способствовать росту спроса на свою продукцию»¹⁷.

Увы, полученные результаты в данном случае не соответствуют нашим предположениям (–0,176). На рис. 3 показана зависимость динамики рынка от уровня концентрации, представленного остатками регрессионной модели, «очищенными» от влияния принадлежности рынка к «советскому» или «постсоветскому» типу, а также соотношения российских и иностранных производителей. Степень тесноты связи, измеренная с помощью коэффициента корреляции Кендалла, в этом случае составила –0,251 и оказалась значимой ($p=0,021$).

¹⁶ Если исключить из числа составляющих рынок молочных продуктов сыры, которые мы выделили в отдельный сегмент, расчетные показатели окажутся следующими: в стоимостном выражении 44 и 18%, в физическом – 69 и 7%.

¹⁷ Юданов А. «Быстрые фирмы» и эволюция российской экономики // Вопросы экономики. 2007. № 2. С. 100.

Рисунок 3. Взаимосвязь темпов роста рынков и уровня их концентрации



Как видно на рис. 3, уплотнение структуры рынка действительно сопряжено со снижением темпов роста. Чем это объясняется? Возможно, растущая концентрация сопровождается относительным количественным насыщением рынка. В этом случае его дальнейшее развитие происходит не путем увеличения объемов производства и сбыта, а за счет расширения ассортиментной линейки и обновления продуктов. Одновременно удорожается «входной билет» для новых игроков, что также может сдерживать темпы роста.

Приведенные рассуждения характеризуют влияние структуры рынка на его динамику. Однако возможно и противоположное направление связи. Так, высокие темпы роста рынков служат сигналом для привлечения новых крупных игроков, свидетельствуя об относительной разреженности рыночных ниш. Особенно ярко это проявляется в движении иностранных инвестиций: высокая активность иностранных компаний на территории России в последние годы в немалой степени обусловлена более высокими темпами роста отечественного розничного рынка на фоне стагнации европейских рынков. Можно предположить, что после завоевания того или иного рынка темпы роста относительно снижаются.

Далее, до сих пор мы рассматривали всю обследованную совокупность рынков в целом. Если же разделить рынки на менее концентрированные «советские» и более концентрированные «постсоветские», то окажется, что по мере повышения темпов роста уровень концентрации «советских» рынков снижается относительно плавно, в то время как по «постсоветским» рынкам он подвержен некоторым колебаниям, но в целом демонстрирует ту же тенденцию к снижению (см. рис. 4).

Если же разделить рынки с разным количественным соотношением среди лидеров российских и иностранных компаний, то уровень концентрации двух полярных групп с изменением темпов роста окажется еще менее однозначным (см. рис. 5). На рынках с преобладанием отечественных производителей он относительно стабилен независимо от рыночной динамики. Ситуация же на рынках, где преобладают глобальные компании, более сложная: по мере увеличения темпов роста уровень концентрации обнаруживает здесь общую тенденцию к снижению, но с одним важным исключением – на растущих рынках он оказывается максимальным.

Рисунок 4. Взаимосвязь темпов роста и уровня концентрации рынков «советского» и «постсоветского» типа

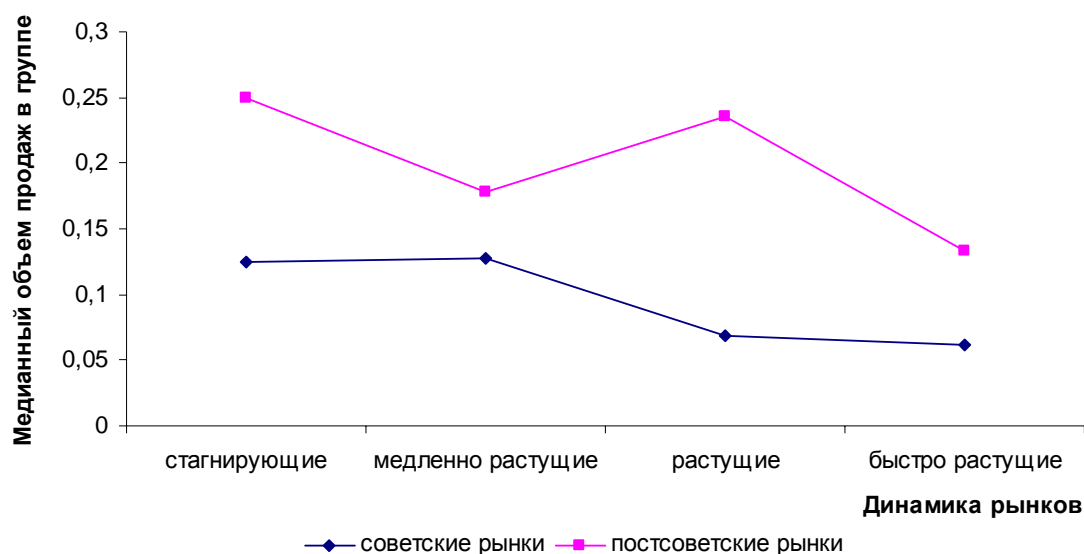
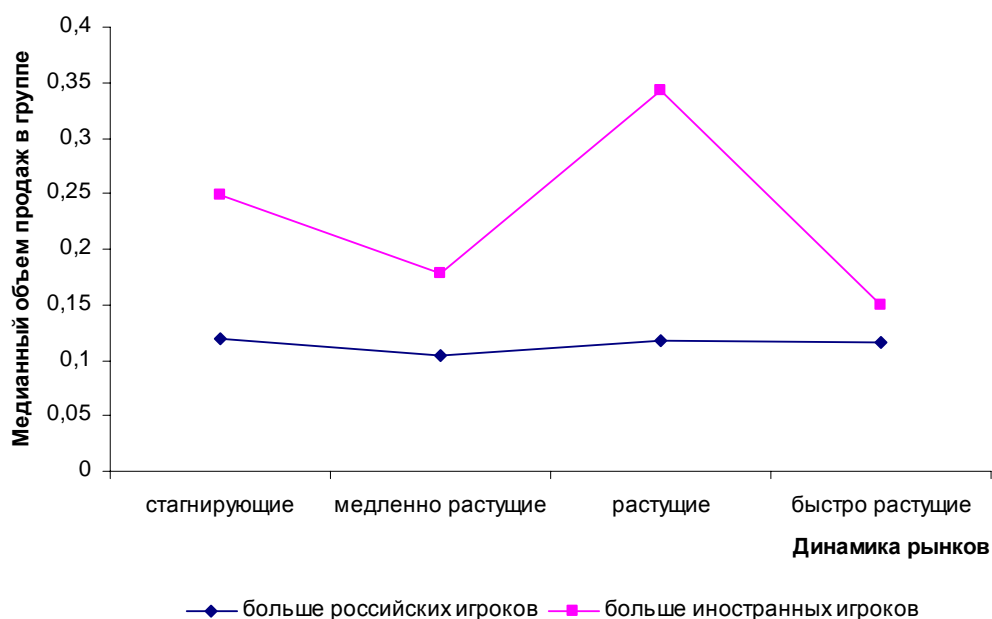


Рисунок 5. Взаимосвязь темпов роста и уровня концентрации рынков с преобладанием среди лидеров отечественных или иностранных производителей



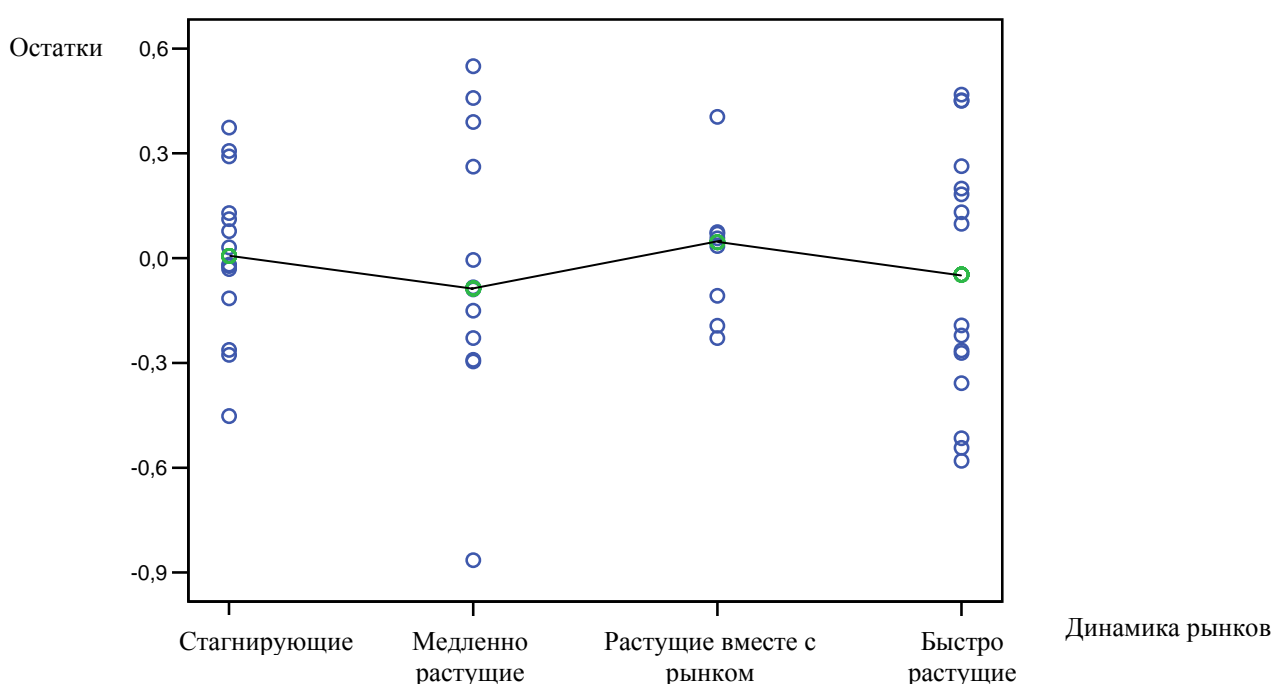
Рассмотрим, наконец, взаимосвязь между темпами роста и *структурой ведущих участников рынка*. Напомним, что, формулируя гипотезу 6, мы исходили из следующего предположения: темпы роста на рынках, где доминируют иностранные компании, должны быть выше, чем на рынках с преобладанием отечественных компаний. Возможное объяснение заключалось в том, что иностранные компании зачастую используют более эффективные технологии и потому должны добиваться более высоких экономических результатов. Можно также предположить, что иностранные компании вторгаются прежде всего в те рыночные сегменты, которые обещают или уже демонстрируют наиболее быстрый

рост. Последнее предположение вполне правомерно, учитывая объем ресурсов, расходуемых глобальными компаниями на маркетинговые исследования.

Какова же ситуация на самом деле? В данном случае корреляционный анализ не зафиксировал взаимосвязи между выбранными показателями. Коэффициент ранговой корреляции оказался статистически незначимым, а его значение слишком близким к нулю (0,031) для того, чтобы делать выводы о наличии положительной связи.

На рис. 6 представлена зависимость темпов роста от количественного соотношения среди лидеров рынка российских и иностранных игроков¹⁸, установленная с использованием метода анализа остатков линейной регрессии. Как видим, связь по-прежнему выражена весьма слабо: коэффициент корреляции Кендалла равен $-0,030$ и является незначимым ($p=0,781$).

Рисунок 6. Взаимосвязь темпов роста и структуры участников рынков



Таким образом, само по себе соотношение российских и иностранных игроков среди лидеров рынка с динамикой его развития не коррелирует.

Объединяя полученные результаты, можно сказать, что принадлежность к «постсоветским» рынкам подталкивает темпы роста вверх, а высокий уровень концентрации действует в сторону их снижения, в то время как структура участников рынков безразлична к их динамике. Однако в последнем случае, скорее всего, следует рассматривать опосредованную связь между темпами развития рынка и его участниками через другие структурные параметры. Впрочем, мы понимаем, что темпы роста являются сложным параметром, на который может влиять множество самых разных факторов. И в отношении динамики потребительских рынков в дальнейшем потребуются дополнительная проверка полученных результатов.

¹⁸ В качестве зависимой переменной взята доля иностранных компаний среди лидеров рынка – количественная переменная с диапазоном изменения от 0 до 1.

Общие выводы

1. В российской экономике стремительно складывается модель двухканальной интеграции России в глобальное хозяйство. Она воплощается в экспорте капитала при соблюдении внутреннего суверенитета в сырьевых и других «стратегических» отраслях и в импорте капитала в отраслях потребительского сектора. В данной работе мы рассмотрели часть этого процесса, связанную с влиянием иностранного капитала на развитие российских потребительских рынков, которое, на наш взгляд, сегодня явно недооценивается. На эмпирическом уровне мы оцениваем масштабы и роль этого влияния на примере продовольственных рынков – самого крупного сегмента потребительского сектора.
2. Согласно результатам нашего исследования, совокупность продовольственных рынков на постсоветском пространстве характеризуется высокой степенью структурной консистентности (упорядоченности процессов) с точки зрения связи между тремя показателями: удельным весом иностранных компаний среди ведущих участников рынка, типом товарных категорий и уровнем концентрации рыночных сегментов. Иностранные компании приходят прежде всего на относительно малоосвоенные постсоветские рынки, где им удается захватить значимые доли продаж. Кроме того, поскольку они ведут более агрессивную маркетинговую политику, повышая экономические барьеры входа на рынок для отечественных производителей, «постсоветские» рынки оказываются и более высоко концентрированными.
3. Кроме новых рынков, иностранные компании вторгаются в рыночные сегменты с более высокой добавленной стоимостью, а также туда, где сильнее выражена зависимость от импортного сырья и можно добиться более ощутимого роста качества товаров с точки зрения субъективного восприятия потребителей.
4. Экспансия иностранного капитала, помимо огромных территорий и неразвитости инфраструктуры, сдерживается потребительской инерцией и сохраняющейся антипатией населения к продуктам питания иностранного происхождения. Однако этот барьер постепенно преодолевается с помощью интенсивных инноваций и массивной рекламы.
5. Встречное продвижение отечественных производителей на новые рынки оказывается заметно менее активным. Российские компании не готовы к интенсивной конкурентной борьбе в силу их относительно низкого технологического и организационного уровня, отчасти связанного с систематическим недоинвестированием отраслей потребительского сектора еще в советское время. Отечественные производители пока удерживают позиции в традиционных отраслях, сформировавшихся еще в годы советской власти. Здесь на их стороне двойное преимущество: ранее созданные производственные мощности, территориально приближенные к потребителю, и укоренившиеся потребительские привычки населения. Однако и на этих традиционных рынках они постепенно уступают лучшие места глобальным производителям, привлеченным их большой емкостью.
6. Что касается влияния структурных показателей на темпы экономического роста, то новые, «постсоветские», рынки имеют тенденцию к более быстрому развитию, а уровень концентрации рынка приводит скорее к снижению темпов роста. Однако эти результаты нельзя назвать устойчивыми, они еще требуют дополнительной проверки.

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Б. Уцци

ИСТОЧНИКИ И ПОСЛЕДСТВИЯ УКОРЕНЕННОСТИ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ: ВЛИЯНИЕ СЕТЕЙ¹



Брайан УЦЦИ

[Brian UZZI] – профессор, руководитель совместной программы Ph.D. факультетов менеджмента и социологии Школы бизнеса Келлог в Северо-Западном университете, США.

В данной работе я пытаюсь вывести понятие укорененности за рамки общего программного утверждения и уточнить, каким образом укорененность и сетевая структура влияют на экономическое действие. На основе существующей теории и этнографического анализа деятельности 23 компаний-производителей одежды я разработал методологическую схему, которая более полно раскрывает уникальные черты, функции и источники укорененности. На основе этой схемы я сформулировал и проверил ряд гипотез, используя данные о сетевых связях всех компаний-производителей качественной женской одежды в нью-йоркской швейной промышленности. Выявлено, что укорененность является системой обмена, предоставляющей уникальные возможности по сравнению с рынком, а также то, что фирмы, организованные в сети, имеют более высокие шансы на выживание по сравнению с теми, кто поддерживает случайные рыночные связи. Однако позитивный эффект от укорененности на определенном уровне достигает своего пика, после которого он начинает снижаться.

Источник: Uzzi B. The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: the network effect // *American Sociological Review*. 1996. Vol. 61. No. 4. P. 674 – 698.

Перевод с англ. Ю.Р. Муратовой под науч. ред. М.С. Добряковой, В.В. Радаева.

Вопрос о том, каким образом социальная структура способствует или препятствует экономической эффективности, становится все более актуальным. В частности, успех теории организационных сетей породил множество новых гипотез о конкурентных преимуществах социальных форм организации по сравнению с системами обмена, основанными на рынке [market based exchange systems] [Powell 1990; Inzerilli 1991; Perrow 1992]. Ключевым для этих гипотез является понятие

¹ Я благодарю Дж. Дейвиса [Gerald Davis], Р. Фернандеса [Roberto Fernandez], М. Грановеттера [Mark Granovetter], Р. Гулати [Ranjay Gulati], М. Линдхолм [Marika Lindholm], Ш. Перроу [Chick Perrow], Ф. Ромо [Frank Romo], М. Шварца [Michael Schwartz], М. Вантреска [Marc Ventresca], Х. Уайта [Harrison White], Э. Заджака [Ed Zajac], а также редакторов и рецензентов журнала «American Sociological Review» за комментарии по поводу данной работы. Исследование было выполнено при поддержке Национального научного фонда (SES-9200960 и SES-934884), Научно-исследовательского общества «Sigma Xi Scientific», Института социального анализа в Университете Нью-Йорка в Стоуни-Брук. Фрагменты этой работы включают неопубликованные результаты исследований, удостоенных в 1991 г. награды им. Дж.Д. Томпсона Американской социологической ассоциации, в 1999 г. – награды за лучшую работу Общества развития социозкономики и в 1994 г. – награды за лучшую диссертацию им. Луи Попди от Академии менеджмента.

«укорененности» [embeddedness], благодаря которому можно связать социологические и экономические интерпретации делового поведения. Укорененность отражает процесс, в ходе которого социальные отношения формируют экономическое действие. Это влияние упускается из виду или некорректно трактуется экономическими моделями, поскольку последние исходят из того, что социальные связи влияют на экономическое поведение лишь минимально или, как считают некоторые авторы, просто снижают эффективность ценовой системы [Granovetter 1985; Crosby, Stephens 1987].

Хотя понятие укорененности продуктивно для понимания провалов стандартных неоклассических моделей с точки зрения социологии, оно не объясняет, как конкретно социальные связи влияют на экономическую эффективность. Собственно, главный тезис недостаточно концептуализирован: экономическое действие укоренено в социальных отношениях, которые иногда способствуют, а иногда препятствуют процессу обмена. В результате затруднено сопоставление между вполне проверенными положениями современных теорий и рассуждениями общего характера, описывающими то, как укорененность формирует индивидуальные мотивы и коллективный порядок [Williamson 1994].

Цель данной работы – вывести понятие укорененности за пределы программных утверждений на качественно иной уровень. Для этого я попытаюсь построить схему, позволяющую конкретизировать то, каким образом укорененность и сетевая структура влияют на экономическое поведение. Сначала мы выстроим схему на основе существующей теории и результатов моих собственных этнографических исследований, в ходе которых были выявлены основные черты, функции и источники укорененности. Из полученной схемы мы составим гипотезы, которые проверим на статистических данных о социальных связях между фирмами качественной одежды нью-йоркской швейной промышленности. Цель работы состоит не в том, чтобы предоставить позитивистские доказательства концептуальной схемы, а, скорее, в том, чтобы продемонстрировать ее правдоподобие и способность в понимании влияния социальной структуры на хозяйственную жизнь.

Я утверждаю, что организационные сети работают в укорененной логике обмена, которая стимулирует экономическую эффективность через межфирменные ресурсные пулы, сотрудничество и координированную адаптацию, но может, напротив, ухудшать экономические показатели, преграждая компаниям – членам сети доступ к новой информации и возможностям за пределами данной сети. Место организации в сети, структура этой сети и распределение укорененных отношений обмена влияют на эффективность таким образом, что она достигает своего пика экономических показателей по мере возрастания степени укорененности в сети. После прохождения этой точки укорененность оказывает уже обратный, негативный эффект.

В своем анализе я акцентирую внимание на двух моментах. Во-первых, рассматриваю понятие структурной укорененности [structural embeddedness], т.е. материального качества и структуры связей между акторами². Во-вторых, сравниваю эффективность компаний, функционирующих в организационных сетях и в рамках случайных рыночных связей [arm's-length markets]. Сравнение такого рода весьма удачно описывает нью-йоркскую швейную промышленность: вследствие низких барьеров входа на рынок, низких затрат на поиск информации, небольшого стартового капитала и существования множества сходных

² Ш. Зукин и П. Димаджо выделяют четыре формы укорененности: 1) структурная (та, что описана нами выше); 2) когнитивная – структурированные ментальные процессы, направляющие экономическую логику; 3) культурная – общие убеждения и ценности, формирующие экономические цели; 4) политическая – институциональные ограничения, накладываемые на хозяйственную власть и стимулы [Zukin, DiMaggio 1990]. В данной типологии последние три категории трактуют укорененность как социальный контекст, в то время как структурная укорененность описывает отношенческое качество обменов между акторами и архитектуру сетевых связей.

предприятий, эта сфера ближе к идеальной ситуации, в которой отношения атомистичного рыночного обмена должны быть наиболее эффективными по сравнению со всеми прочими формами организации [Roberts 1989; Wilson 1989; McLean, Padgett 1997].

Особое внимание стоит обратить на эмпирические данные. Исследования укорененности нередко критиковали за то, что их эмпирическим объектом выступали анклавов, в которых укорененные связи заведомо более развиты [Portes, Sensenbrenner 1993]. Наше же исследование опирается на данные о современной швейной промышленности – поликультурной и организуемой разнородной группе, включающей высококвалифицированных менеджеров и специалистов [Waldinger 1986]. В этой отрасли межфирменные транзакции также производятся между разными группами: производителями чаще всего являются итальянцы или евреи, поставщиками же – китайцы; низкие барьеры входа на рынок и множество сходных предприятий в свою очередь минимизируют возможности образования замкнутых анклавов [Portes, Sensenbrenner 1993]. Другим преимуществом наших данных является то, что мы попытались обезопасить себя и от вероятности получить точку зрения респондентов, представляющих узко специализированные отделы крупных фирм: опрошенные мною представители руководства и управленческий персонал так или иначе имели представление обо всех ключевых аспектах бизнеса. Наконец, наша работа сочетает сильные стороны этнографического описания и статистического анализа крупной базы сетевых данных, что позволяет проследить влияние содержания и структуры связей на экономическую эффективность.

Теория: построение концепции структурной укорененности

В предлагаемой здесь концепции структурной укорененности я пытаюсь совместить организационную теорию с теорией социальных сетей [Romo, Schwartz 1995] и утверждаю, что структура и качество социальных связей между фирмами определяют экономические действия, открывая уникальные возможности и обеспечивая доступ к этим возможностям. Тип сети, в которую включена организация, раскрывает имеющиеся в ее распоряжении потенциальные возможности, а позиция в структуре и поддерживаемые ею типы межфирменных связей определяют доступ к этим возможностям.

Существуют две полярные точки зрения. Согласно первой, межфирменные сети могут представлять собой неоформленное скопление фирм. Такого рода структуры напоминают идеальнотипичную модель рынков с безличным, распределенным и непостоянным членством [Vaker 1990]. Другая же точка зрения состоит в том, что сети сформированы четко ограниченными, тесно связанными группами фирм. Этот подход отражает типичный взгляд на организационную сеть как совокупность фирм, поддерживающих постоянные и закрытые для внешних агентов отношения друг с другом. Когда фирмы поддерживают случайные связи, модели обменов порождают структуру, подобную рыночной, когда же отношения между ними строятся на укорененных связях, логика их взаимодействий порождает сеть [Powell 1990].

Суть моего подхода заключается в том, что организационные сети следуют логике обмена, отличной рыночной от логики. Я описываю данную логику обмена в категориях «укорененности», поскольку воспроизводящиеся постоянные социальные связи формируют ожидания и определяют возможности акторов иначе, чем это вытекает из экономической логики рыночного поведения. «Укорененность подразумевает ситуацию, когда обмены внутри группы... подчинены воспроизводящейся социальной структуре, [которая]..., ограничивая возможный набор действий и изменяя сами намерения акторов относительно этих действий...» [Marsden 1981: 1210], влияет на экономическую эффективность такими способами, которые не ухватываются ортодоксальными неинституциональными экономическими моделями. Главный вывод из этого заключается в том, что степень

укорененности в системе обмена определяет возможности и ограничения, которые являются специфическими для сетевых форм организаций и порождают результаты, которые не могут быть предсказаны стандартными экономическими теориями.

Проблема укорененности в рынках и сетях

В экономических и социологических исследованиях в качестве исходной системы обмена, относительно которой оцениваются все остальные организационные формы, используется идеализированная модель атомистичного рынка, на котором акторы вступают между собой в случайные связи [Hirschman 1970; Roberts 1989; Wilson 1989; Williamson 1994]. Параметры такого обмена четко определены [North 1990], и, хотя их считают идеальными, на практике они воспринимаются уже как трюизмы: «Экономисты склонны рассматривать идеализированную модель в качестве фундаментально верной точки зрения... Их традиционная вера в эффективность рынков отчасти соответствует действительности; однако равным образом она отражает и полную неспособность внятно объяснить значение отклонений от совершенного рынка» [Krugman 1991: 78]. Согласно теории рынка, в случайных связях поведение эгоистично и ориентировано на извлечение выгоды. Собственно сама транзакция сводится к обмену данными о цене и качестве товаров, поскольку этой информации достаточно для принятия эффективных решений – в особенности в таких конкурентных сферах, как швейная промышленность, где дисперсная структура рынка и множество взаимозаменяемых фирм, казалось бы, должны лишать всякого смысла поддержание социальных связей. «И если рынки характеризуются совершенной конкуренцией или двусторонней монополией, необходимым и достаточным условием их существования являются безличные отношения между покупателем и продавцом» [Lazonick 1991: 60]. Считается, что безличные отношения и неоформленное структурное соединение [loose structural coupling] должно оптимизировать эффективность, открывая доступ к рыночной информации и предотвращая возникновение ситуаций, когда задействованы специфические активы или когда число потенциальных участников сделки ограничено³, т.е. ситуации, которые препятствуют одностороннему действию и порождают излишние издержки координации в межфирменных обменах.

Дальнейшие ревизии неоклассической теории позволили вывести изощренные дополнения к этим базовым принципам, в частности относительно того, каким образом ограниченная рациональность, несовершенная информация и сделки с ограниченным числом потенциальных участников с одной из сторон могут стать причиной замещения эффективных рынков иерархиями или гибридными организационными формами. Однако и в этих новых концепциях, как и в исходной неоклассической модели, социальные отношения остаются второстепенными для экономической эффективности. Ключевая же роль отводится эгоистичным, максимизирующим выгоду мотивам, внешним стимулам, поддерживаемым контрактам и безличным отношениям [North 1990; Lazonick 1991]. К примеру, сторонники теории транзакционных издержек утверждают, что такие понятия, как доверие и реципрокность, только замутняют чистые воды экономического анализа, и отказывают в значимости ключевым социологическим переменным [Williamson 1994]. Более того, как отмечает Уильямсон [Williamson 1994], «экономическая теория транзакционных издержек рассматривает лишь диадические отношения, а с сетевыми отношениями особенно не церемонится» [Williamson 1994: 85]. Приверженцы теории агентских отношений [agency

³ Small numbers bargaining – ситуация, когда число потенциальных участников сделки (на стороне спроса или на стороне предложения) ограничено, и «дефицитная» сторона имеет возможность диктовать свои условия, в то время как «перенаселенная» сторона вынуждена соглашаться, ибо альтернативных контрагентов у нее нет. Тесно переплетается с ситуацией, требующей специфических активов (число участников на той или другой стороне также ограничено). – *Прим. науч. ред.*

theory] также не преуспели в объяснении организационных сетей, потому что роли принципала и агента в них не ясны и потому что типы управления, на основе которых выстраиваются прогнозы в рамках этой теории, здесь отсутствуют [Larson 1992]. Таким образом, хотя неэкономические аргументы в некоторых случаях действительно могут стать альтернативой неоклассическим принципам, влияние социальной структуры на эффективность также оценивается как периферийное по сравнению с безличной, внешней, движимой прозрачными стимулами логикой рыночных взаимодействий.

В сетевой же теории, напротив, утверждается, что укорененность смещает мотивацию акторов от узкой направленности на сиюминутные экономические выгоды в сторону обогащения связей отношениями доверия и реципрокности [Powell 1990; Smitka 1991]. Доверие помогает снизить транзакционную неопределенность и создает возможности для обмена товарами и услугами, которые трудно оценить или оговорить в контракте. Другие исследования показали, что идентичность акторов важна для укорененных взаимоотношений: она придает ценность транзакции и приращивает социальный капитал участников сетевого обмена [Portes, Sensenbrenner 1993]. А. Ларсон [Larson 1992] и С. Хелпер [Helper 1990] показали, что «через укорененные связи передается более насыщенная информация [thick information] относительно стратегий, технологических ноу-хау и размера прибыли, что способствует обучению в процессе работы и интеграции производственного процесса, и одного лишь обмена информацией о ценах для этого было бы недостаточно. Как выявили в своем исследовании организационной миграции Ф. Ромо и М. Шварц, фирмы, укорененные в межфирменных сетях, для решения проблем координации и адаптации используют интегрирующие механизмы адаптации [Romo, Schwartz 1995]. Главный вывод из этой работы заключается в том, что межфирменные сети способствуют получению важных экономических результатов. Тем не менее механизмы, приводящие к этим преимуществам, недостаточно четко описаны, и их эмпирическое изучение только начинается [Powell 1990].

Этнографическое исследование

Чтобы изучить аналитические возможности концепции структурной укорененности, сначала я провел этнографическое исследование: взял интервью у руководителей и отдельных сотрудников 23 швейных предприятий Нью-Йорка с годовым оборотом от 500 тыс. долларов до 1 млрд. долларов; всего было записано 117 часов интервью с 43 людьми. Фирмы отбирались на основе случайной стратифицированной выборки, в которой в качестве единицы анализа выступала связь между фирмами. Этнография – очень удачный метод для изучения укорененности, так как позволяет исследователю понять причины, последствия и механизмы, с помощью которых социальная структура влияет на экономические результаты. Этот метод также обеспечивает множество данных для последующего формулирования конкретных, проверяемых гипотез. Как подробно описано в Приложении А, этнографический анализ включал систематическое сопоставление полученных данных и описанной концептуальной исследовательской схемы, в результате чего одни элементы последней были доработаны, а другие – модифицированы или убраны вовсе [см. Uzzi 1997a].

Результаты: характерные черты и функции укорененных связей

По мнению моих респондентов, содержание и структура связей между фирмами напрямую определяют социальное и экономическое поведение, степень укорененности актора варьируется в зависимости от поддерживаемого типа межфирменных связей, а различия в интерпретации отношений обмена просто соответствуют двум его элементарным формам: «рыночным» или случайным отношениям, с одной стороны, и «особым» (близким) отношениям, с другой. Случайные отношения вполне соответствовали идеализированной модели неоклассической теории и описывались в четких безличных терминах, отражавших

суть транзакции: «Это разовые сделки»; «Сделки, в которых главную роль играет уровень издержек»; «В них обсуждаются лишь денежные вопросы»; «Это полная противоположность [близким отношениям]»; «Эти отношения очень дистанцированные. Они не затрагивают чувств живого человека».

В отличие от этого укорененность в «особых» или «тесных» отношениях описывалась респондентами, например, такими типичными формулировками: «Постороннему не понять, что вы становитесь друзьями с этими людьми – друзьями по бизнесу. Вы доверяете им и тому, что они делают. Вам становится интересно, чем они занимаются помимо бизнеса. Они знают, что их считают частью твоей компании. Они – часть общей семьи». Что более важно, я обнаружил, что укорененные связи выполняют совершенно особые функции и обладают тремя характеристиками: доверие, передача достоверной [fine-grained] информации и механизмы совместного решения проблем. Эти черты взаимно усиливают друг друга и образуют противовес базовым мотивам в случайных рыночных связях [см. Uzzi 1997a]. В следующем разделе я опишу эти модели подробнее и проанализирую механизмы, посредством которых укорененные связи способствуют экономическому обмену. Затем будет проведена статистическая проверка основных гипотез, вытекающих из результатов полевого исследования.

Доверие. Как показало исследование, доверие выступает в качестве механизма управления укорененными отношениями. Оно содействует обмену ресурсами и информацией, которые необходимы для повышения эффективности, но которые трудно оценить и передать через рыночные связи. Как заметил один производитель: «Доверие – это отличительная черта личных отношений». А вот другой типичный ответ: «Существование доверия означает, что партнер не собирается выискивать лазейки и извлекать выгоду за твой счет. Ты точно так же не преследуешь исключительно корыстных целей. На первом месте – компания и партнерство [между фирмами]».

Я обнаружил, что доверие – совершенно особый механизм управления, поскольку он стимулирует добровольные, необязывающие обмены благами и услугами между акторами. Такие обмены могут порождать особый подход в случае срочной работы или помощи партнеру, когда тот оказывается в затруднительной ситуации. Итак, значимым следствием возникшего доверия является то, что оно расширяет преимущества для взаимодействующих партнеров и призывает партнера-реципиента платить той же монетой, когда подобная ситуация возникнет и у него. Особая ценность этих транзакций заключается в том, что их непросто выразить в деньгах или формализовать с помощью контрактов: здесь заранее не определены ни будущие вознаграждения, ни возможные санкции. Такая ситуация создает открытую архитектуру обмена: поддерживается обмен услугами, необходимыми для совместного выживания, но не поддающимся предварительной денежной оценке и конкретизации в тексте контракта. К примеру, один производитель выразил это так: «Когда ты доверяешь людям, ты знаешь, что если у них возникнут проблемы с нашим материалом, они не скажут “Я не буду платить” или “Забирай обратно”. Если бы они так поступали, мы были бы вынуждены платить неустойку. А так производитель говорит: “Ладно, я сделаю из этого платье. Или раскрою ткань иначе и сделаю короткий жакет вместо длинного”». В этом отличие от безличной, калькулирующей ориентации в рамках случайного обмена [Williamson 1994]. Доверие персонально, оно побуждает каждую из сторон интерпретировать в благоприятном свете намерения и действия другой. Доверие важно и потому, что оно расширяет доступ организаций к ресурсам и усиливает их способность адаптироваться к непредвиденным проблемам, открывая пути, недостижимые в контексте случайных связей.

Передача достоверной информации. Информационный обмен в укорененных связях имеет более персонифицированный и неявный характер, нежели в случайных и безличных отношениях. Он включает стратегические и неявные знания, которые повышают транзакционную эффективность компании и ее чувствительность к сигналам внешней среды.

Один из наших респондентов – топ-менеджеров объяснил, каким образом обмен важной информацией помогает прирастить знания и сократить число проблем такими способами, которые затруднены для контрагентов при случайных рыночных связях.

«У нас есть фабрика, на которой мы изготавливаем нашу продукцию, там знают, что и как должно выглядеть. Они знают конкретный стиль. Не всегда возможно шить одежду просто по лекалу, особенно если мы торопились и не обозначили все детали. Но фабрика, с которой у нас уже сложились хорошие отношения, заметит проблему на стадии раскроя одежды. Они сообразят, что делать с материалом, чтобы получилось так, как мы планировали. Новая же фабрика просто не глядя проштампует работу. Они даже не задумаются».

С точки зрения социологии, обмен достоверной информацией не может трактоваться как особый случай асимметрии информации или как специфический актив, поскольку *идентичность* индивидов и качество их социальных связей оказываются ни чуть не менее важными, чем сама информация. Социальные отношения делают информацию надежной и легко интерпретируемой, насыщая ее качествами и ценностью помимо тех, что видны на поверхности. Вот типичный пример, иллюстрирующий этот процесс: производитель сообщает важную информацию о наиболее популярных моделях следующего сезона только своим близким партнерам, тем самым давая им лучше отреагировать на будущий спрос. В этом случае наличие укорененных отношений между производителем и его партнером не только интенсифицируют передачу информации, но также делают ее понятной и ценной. Этот топ-менеджер также уточнил: «Я беру телефон и говорю закупщику “Эта товарная группа идет нарасхват” [т.е. розничные закупщики выставили много заказов на эту модель]. Но она его закупит, только если она мне верит. Мои конкуренты могут говорить, что вот это будет иметь бешеный успех, но она доверяет именно мне. Если ей это нужно, она может это получить. Наше знакомство дает ей преимущество». Поэтому перемещение конфиденциальной информации по каналам укорененных связей способствует выигрышному типу межфирменной координации и обучения такими путями, которые трудно воспроизвести в рамках случайного обмена.

Механизмы совместного разрешения проблем. Как показало исследование, укорененные связи способствуют формированию механизмов совместного разрешения проблем [joint problem-solving arrangements], что позволяет актерам координировать функции и решать проблемы сходу. Эти механизмы обеспечивают более быструю и явную реакцию, чем рыночные механизмы (например, стратегия «выхода» [Hirschman 1970]); они позволяют фирмам преодолевать трудности и ускорять процесс обучения и устранения возникающих проблем. Схожие результаты были получены и в исследованиях С. Хелпер и А. Ларсон, посвященных межфирменным отношениям [Helper 1990; Larson 1992]: фирмы, объединенные посредством укорененных связей, разбираются с проблемами сразу же, без промедления получая отклик, – в итоге расширяются возможности обучения и образуются новые комбинации. Как отметил один топ-менеджер, «Когда ты имеешь дело с человеком, с которым знаком недавно, это может стать серьезной проблемой. Дела идут наперекосяк, и нельзя ничего в точности спрогнозировать. А со своими ребятами [имеет в виду укорененные связи – Б.У.], я знаю, что мы все уладим, если что-то идет не так. Я знаю его дела, а он знает мои». В рамках случайных связей фирмы, напротив, не получают прямого отклика и, когда клиенты используют стратегию выхода, вынуждены лишь догадываться о причинах такого поведения. Обычно их подход описывали так: «Они не желают решать проблему. Они просто говорят: “Это должно быть так и не иначе”. Ну, и в результате они просто меняют партнеров одного за другим». Таким образом, совместное решение приходит на смену упрощенной альтернативе – выходу из игры и предоставляет возможность актерам совместно преодолевать возникающие проблемы, находя инновационные решения. Тем самым они привносят в сеть новые решения и комбинации идей.

Образование укорененных сетей и их влияние на поведение

Каким образом укорененные связи формируют рассмотренные выше характеристики и выстраиваются в организационные сети? Я обнаружил, что укорененные связи возникают преимущественно на основе сетевых рекомендаций третьей стороны и предшествующих личных отношений, которые (1) предрасполагают к доверию акторов, которых только что познакомили друг с другом и (2) обеспечивают новый экономический обмен ресурсами, возникшими в существовавших укорененных связях. Благодаря такому первоначальному набору ожиданий и ресурсов случайная связь начинает трансформироваться в укорененную связь, если пробный срок реципрокного обмена вызовет желание вкладывать новые ресурсы в развитие отношений и упрочивать обоюдные ожидания. Со временем этот интерактивный процесс становится все более независимым от первоначальных экономических целей, оформляясь в укорененную связь. Получается, что подобно тому, как экономические транзакции укоренены в социальных отношениях, новые социальные отношения, в свою очередь, также частично укоренены в экономических транзакциях: представители бизнеса понимают, что они занимаются этим для получения прибыли и что чем больше прибыли, тем лучше. Особенность этих обменов заключается в том, что экономический процесс следует логике укорененных связей.

В обследованных мною фирмах в качестве источника укорененных отношений часто называли сетевые рекомендации третьей стороны. Такие сети образуются путем сращивания: один актор, обладающий укорененной связью с незнакомыми друг с другом акторами, выступает как посредник, устанавливая между ними отношения доверия. Посредник выполняет две функции: (1) распространяет поведенческие ожидания от существовавших ранее укорененных отношений на отношения между фирмами, только что вступившими во взаимодействие и (2) апеллирует к реципрокным обязательствам: один партнер ему «должен», и посредник просит его отплатить не ему напрямую, а другому партнеру. В сущности, посредник в существенном объеме передает ожидания и возможности существовавшей ранее укорененной социальной структуры к новообразованной структуре, закладывая основу для укоренения нового отношения. Например, в ходе интервью один из топ-менеджеров объяснил, как формировалась укорененная связь между ним и фирмой «Диана»: его контакт с Дианой начался даже до всякого предварительного контракта, когда Норманн, их общий близкий друг по бизнесу, попросил его «помочь Диане» в случае необходимости – раскрыть их ткани по специальной цене в определенное время.

«Какие я вел дела с Дианой? Да никаких. Я не знал, у нее на счете десять долларов или миллион. Я только что-то слышал про ее мужа и проблемы их компании. Потом, я же знаю, что в этом бизнесе хороший клиент всегда вернется с большим заказом. Но с таким же успехом он может в последний момент попросить “Окажи мне услугу” или запросить новую цену за каждую модель. Почему я ее выручил? Потому что Норманн попросил. Поэтому, когда она появилась, я раскрыл их ткани по 40 центов, хотя на самом деле это стоило 80 центов... так я с нею и связался».

Мне подтвердили эту историю с Дианой в другом интервью, сказав, что именно этот менеджер помог компании Дианы достичь финансового успеха, и основой его доверия к Диане стало именно поручительство Норманна, даже несмотря на то, что она не подписывала при этом никаких контрактов и не предлагала иного обеспечения сделки и не давала гарантий возврата средств. Производственный менеджер Дианы объяснил, что ожидания доверия и реципрокности в новых отношениях никак не обсуждались, а просто были поняты как продолжение их связей с Норманном, посредником: «Никто не говорил, что рука руку моет [она сделала соответствующий жест]. Все просто понимали ситуацию. И подчеркнула, что случайные связи, напротив, подчинены иной логике. Они следуют лишь букве контракта, и дополнительные усилия тут не ценятся. Если возникла проблема, я могу приехать на их фабрику в субботу или воскресенье – но об этом я даже не буду говорить».

Диане. Речь не о том, что мои усилия не будут вознаграждены. Я просто имею в виду, что дополнительные усилия по выполнению контракта не будут оценены.

Основой для формирования укорененных связей в новых межфирменных отношениях может становиться принадлежность к общим социальным кругам, например, между бывшими сотрудниками, одноклассниками, друзьями или родственниками. Как и сетевые рекомендации со стороны третьих лиц, предшествующие связи позволяют подключать к новым отношениям ресурсы от уже существующих отношений и ожидать неформального подхода к выполнению просьб, развивая многосторонние отношения. Один руководитель пояснил это так:

«Мы вполне можем поставить автомат для напитков или шкафчики какие-нибудь, сделав им [нашим подрядчиком] «подарок». Но мы никогда будем делать таких подарков новичкам, с которыми у нас не было опыта сотрудничества. Посторонним – никогда.. Только людям, с которыми мы уже имели дело. Поэтому если Элейн [менеджер фирмы-подрядчика, у которой этот руководитель размещает заказы] захочет открыть свой собственный магазин, я сделаю ей подарок. А для какого-то незнакомца – никогда. Зачем мне инвестировать деньги в человека, которого я, может, больше никогда не увижу?»

Таким образом, сетевые рекомендации и предыдущие личные отношения способствуют созданию укорененных связей, привнося возможности и ожидания из существовавших ранее укорененных отношений в новые отношения и ситуации.

Наконец, полученные нами данные позволяют предположить, что укорененные связи могут возникать из анонимных рыночных связей, но этот источник укорененности не типичен для данной отрасли. Например, наш респондент-руководитель пояснил: «Я проанализирую данные базы “Dun & Bradstreet”⁴ и дам фирме шанс. Я звоню в банк и получаю финансовый отчет об оборотах фирмы. Я знаю, что это “маркетинг” [респондент обозначает этим термином использование рыночных связей. – Б.У.], но большинство подрядчиков не занимаются таким маркетингом [они обычно работают со знакомыми фирмами]». Другой типичный ответ: «Резюме подрядчиков мы получаем с улицы постоянно. Но я рискну прибегнуть к услугам такого подрядчика, только если у нас будет очень много заказов». В таких взаимоотношениях укорененность возникает довольно редко, потому что отсутствие первоначальных социальных контактов оставляет новую связь без ресурсов и поведенческих ожиданий, снижающих неопределенность. Соответственно, в принципе акторы не склонны инвестировать в культивирование укорененных отношений с неизвестными акторами. Как заметил один топ-менеджер: «Производитель не будет доверять какому-то подрядчику с улицы,... а если он решится на это, может, только один из десяти случаев окажется удачным. Мы ведь не стали бы рекомендовать плохие предприятия. Мы знаем оборудование, знаем, что фабрика может сделать».

Удивительно, но использование обобщенной репутации [generalized reputation] (например, рыночное знание о типичном поведении другой фирмы) при установлении связей с новыми фирмами также оказалось менее распространенным, чем мы предполагали, поскольку, по мнению респондентов, в этой отрасли репутация – категория скоротечная и неоднозначная. Типичные ответы были такими: «Производители могут годами выполнять работу не

⁴ Международная база данных «Dun & Bradstreet International Business Locator» является крупнейшим источником информации о существующих в мире компаниях: она охватывает свыше 28 млн. частных и государственных компаний в более чем 200 странах мира. Возможен поиск компании по названию, расположению и номеру телефона. Предоставляется следующая информация: классификация деятельности компании согласно стандартному классификатору отраслей [SIC]; размер компании (объем продаж, чистая стоимость активов, численность служащих); тип собственности; краткие сведения о руководстве; расположение головного офиса и офиса в интересующей стране; полная контактная информация. Подробнее см.: <http://www.dnbibl.com/mddi/ibl/>. – Прим. науч. ред.

слишком качественно, используя тактику “поймай, если догонишь”, прежде чем у них сложится соответствующая репутация». «Мне говорят “Этот очень разборчивый” или “Этот парень – просто беда”. Но я не рассказываю другим о фирмах, на которые я работаю. Мне не нужна конкуренция». Слабый эффект репутации, как выяснилось, появился из-за высокой текучести фирм, размера и неоднородности рынка, распространения противоречивой информации – все это затрудняет формирование репутации и передачи сигналов с ее помощью. Данный результат подкрепляет наш вывод о том, что возникновение укорененных связей маловероятно при отсутствии референтной социальной структуры, которая позволяла бы фирмам интерпретировать неоднозначные сигналы и распространять убеждения и ресурсы между собой.

Причинная последовательность. Полученные данные говорят о том, что первоначально возникшие отношения трансформируются в постоянные укорененные связи поэтапно, начиная с накопления минимально необходимого, унаследованного от существовавших ранее социальных отношений. На основе этого доверия далее обсуждаются предложения и выполняются обязательства. Если обмен реципрокный, то доверие в отношениях растет. Основанные на расчете установки, присущие случайным связям, постепенно уступают место эвристическому процессу принятия решений, который экономит когнитивные ресурсы, ускоряет сам процесс и в неоднозначных ситуациях призывает акторов доверять действиям и намерениям своих партнеров по сети [поведенческие характеристики процесса принятия решений на микроуровне в случае укорененных подробнее рассматриваются в работе: Uzzi 1997a]. Как пояснил один руководитель:

«Ты можешь поставить материалы на 500 изделий, а получить обратно только 480. Куда делись 20? Это, может, и не много, но 20 от меня, 20 от другого производителя и так далее – и вот подрядчик получает неплохой маленький бизнес на стороне. Конечно, ты можешь его спросить: “А где же еще 20?” Но, скорее всего, он выкрутится. Ответит: “А не водитель ли прикарманил?” Или скажет, что это мы недодали ему ткани. Никогда не знаешь точно, кого винить. Вот почему доверие так важно».

Если между двумя акторами возникает доверие, появляется основа для передачи достоверной информации. Обмен такого рода информацией маловероятен при отсутствии доверия, поскольку полученная информация может использоваться в оппортунистических целях [Helper 1990; Larson 1992]. В свою очередь, обмен достоверной информацией позволяет фирмам не искать альтернативных источников информации или партнеров по обмену. Причин тому две. Во-первых, информация дорого стоит; и чем больше времени ты тратишь на обмен информацией с одной стороной, тем меньше времени у тебя остается на другие связи. Во-вторых, информация, которую в принципе можно было бы получить и через множество случайных связей, в доверительных отношениях добывается через меньшее число контактов. Такой концентрированный обмен информацией, в свою очередь, подталкивает к формированию механизмов для совместного решения проблем, которые позволяют фирмам поддерживать отношения в будущем. Эти механизмы в дальнейшем укрепляют взаимодействие между сторонами и открывают такие измерения их отношений, которые хотя и выходят за рамки экономических интересов, предоставляют новые ресурсы для адаптации.

Вот таким образом хозяйственный обмен оказывается укорененным в сложных отношениях, в которых переплетаются экономические инвестиции, дружба и бескорыстные привязанности. Чем дольше делятся такие связи, тем богаче у них история взаимоотношений, что насыщает социальную структуру разнообразными возможностями. Наш респондент-руководитель дал емкое определение конечного продукта в этом процессе выстраивания отношений:

«Если кому-то нужны деньги на рекламу, на погашение долгов или особый дизайн окон, в любых взаимоотношениях все примерно одинаково. Ты помогаешь друзьям. Ты

пойдешь в банк с их вопросами. Подход “они покупают, мы продаем” тут не работает. Друзья всегда останутся с тобой – и в хорошие, и в плохие времена».

На поведенческом уровне основным следствием укорененности является отступление от узких экономических целей, которые первоначально конституировали обмен, и производство результатов, не связанных с узко экономическими целями взаимоотношений. Я наблюдал это в самых разных ситуациях. Например, предприниматель, решивший перебазировать все свое производство в Азию, за девять месяцев предупредил подрядчиков, с которыми у него сложились укоренные отношения, чтобы те имели возможность приспособиться к выводу его бизнеса. Подрядчиков же, с которыми у него были лишь случайные рыночные связи, производитель не информировал. То, как проявилась сила социальных отношений между производителем и его ключевыми подрядчиками, чрезвычайно показательна – ведь такое поведение идет вразрез со стандартными экономическими объяснениями об эгоистическом интересе предпринимателя. Предупредив своих подрядчиков, производитель рисковал получить менее качественное сырье и услуги, поскольку теперь он стал для них лишь временным партнером, и они должны были заниматься поиском другого постоянного партнера. И все же наш предприниматель не просто предупредил своих близких подрядчиков, а лично обошел предприятия (чего не делал уже многие годы, хотя и общался с партнерами по телефону), поскольку сложившиеся отношения позволяли ему верить в то, что несмотря на обстоятельства качество поставок останется прежним, а его долг – дать им возможность адаптироваться к потере его бизнеса. «То, что я обошел их лично, говорит о том что мы стали чувствовать потребности друг друга», – пояснил он. В подтверждение этих слов один из подрядчиков независимо от него заметил, что подобное проявление доверия со стороны производителя лишь укрепило их взаимные обязательства, и ожидания были оправданы – подрядчик не снизил качество. Более того, он сказал, что сохранил качество не из страха за свою репутацию, потому что в глазах остальных фирм подрывающим доверие, скорее, выступил бы покидающий рынок производитель, а не снизивший качество подрядчик.

Этот пример показателен, поскольку и неоклассическая экономическая теория, и теория игр, и теория транзакционных издержек в один голос заявляют, что ориентация на сотрудничество в поведении, которую я связал с укорененностью отношений, может быть объяснена простым преследованием эгоистического экономического интереса: склонность к сотрудничеству сохраняется до тех пор, пока чисто экономическая выгода от нее превышает выгоды от эгоистического поведения. Решающим индикатором силы эгоистического интереса является то, что игроки уклоняются от сотрудничества и начинают вновь вести себя эгоистически в случае завершающей игры – когда они знают, что длившаяся определенное время игра подходит к концу, и прекращают поддерживать друг друга, потому что такое поведение приносит меньшие прибыли, нежели эгоистические действия [Simon 1991]. Опровергая этот тезис, приведенный нами выше пример демонстрирует, что когда укорененные отношения уже сформированы, фирмы сохраняют склонность к сотрудничеству даже после того, как игрокам становится известно, что продолжения не последует.

Есть и примеры того, как фирмы дают работу партнерам по сети, если тем для выживания в краткосрочной перспективе срочно требуется заказ, даже если эта работа могла быть передана другим подрядчикам, которые к тому же предлагали оптовые скидки, и таким образом помогают своим партнерам оставаться на плаву. Как пояснил наш респондент:

«Я говорю им, что через две недели не смогу обеспечивать их работой и лучше начать подыскивать другие заказы. [Обычно]... когда у наших ключевых подрядчиков недостаточно работы, мы стараемся что-то найти... Даем заказ на пошив еще одной модели платья..., чтобы подрядчик остался на плаву. Кому именно мы даем работу, зависит от того, кто в данный момент больше всего в ней нуждается».

Другая представительница руководства, описывая влияние укорененности отношений на организационную эффективность, сказала: «Игра, при которой обе стороны выигрывают» – так она назвала использование укорененных связей, – «бесспорно, помогает фирмам выжить».

Эти примеры идут вразрез со стандартными экономическими рассуждениями о социальной структуре и экономическом действии, ведь производитель не знает наверняка, насколько эффективным окажется сотрудничество с попавшим в затруднительное положение подрядчиком; при этом у другого подрядчика на рынке он сразу может получить оптовые скидки. Однако с точки зрения структурной укорененности его действия имеют смысл: они расширяют возможности выживания организаций благодаря распределению ресурсов и обязательств, которое проистекает из убежденности в том, что это игра с положительной суммой, и она поддерживается укорененными связями.

Структуризация. Специфика укорененных связей обуславливает значимый структурный сдвиг: первоначально безличный рынок случайных связей становится концентрированным и закрытым, формируя сети организаций. Важность структурного сдвига в том, что он связывает множество диадических контактов в единую сеть, основанную на укорененных отношениях. Наш респондент пояснил, как сеть порождает и усиливает укорененность:

«Конечно [оппортунизм] может стать проблемой, но неужели вы думаете, что у меня столько лет бы были такие тесные отношения с человеком, о котором я думаю, что он кинет меня при первой возможности? Вот почему у него столько заказов. Я могу ему доверять».

Другие изготовители говорили: «Тесные связи возникают от интенсивного делового сотрудничества, которое несовместимо с рвачеством», «Мы с партнером стали настоящими друзьями, дружба вырастает вместе с бизнесом».

Случайные же связи оказывают совершенно иное воздействие на структуру рынка. Поскольку при переговорах может использоваться угроза выхода, такого рода связи сигнализируют о недоверии. Как объяснил один респондент;

«Все-таки это бизнес, для выживания необходима прибыль. Что придает тебе вес? Нельзя полагаться только на дружбу. На рынке работает множество подрядчиков с большими оборотами. Если ты подрядчик, от которого производитель зависит в наименьшей степени, ты первым вылетешь с рынка, стоит твоим оборотам замедлиться».

Это утверждение иллюстрирует все тот же тезис: укорененность не может развиваться в атомистических отношениях. Порою ей требуются ситуации, когда число потенциальных участников сделки на стороне спроса или предложения ограничено, что, согласно теории транзакционных издержек, приводит к оппортунизму и неэффективности, а не к конкурентным преимуществам.

Итак, проведенные этнографические изыскания в сочетании с существующей теорией позволяют заключить, что укорененность представляет собой совершенно особую логику обмена. В то время как неоклассический анализ фокусируется в первую очередь на внесоциальных и детерминированных уровнем цен распределительных механизмах обмена [Coase 1991], концепция структурной укорененности подчеркивает, каким образом социальные сети позволяют достичь результатов, превосходящих рыночные альтернативы или не уступающих им. Единицей анализа здесь является природа социальных отношений между партнерами по обмену. Укорененные связи способствуют развитию определенных типов обмена и открывают наибольшее число возможностей по использованию именно этих типов – тех, что особенно эффективны для сокращения издержек на взаимный мониторинг, ускорение процесса принятия решений, результативного организационного обучения и адаптации. Эти выгоды достаются не только отдельным фирмам сети, сотканной из укорененных связей, но и сети в целом, которая служит социальной демаркационной линией,

отделяя аутсайдеров от этих уникальных ресурсов. Следовательно, знание об укорененности фирмы – ее позиции в сети, характере связей с партнерами по сети, собственно структуре сети – формирует фундамент, на основе которого можно строить прогнозы об эффективности и потенциале организации – как положительном, так и отрицательном.

Укорененность и организационная производительность

В предыдущих разделах я выдвинул ряд гипотез относительно укорененности и сетевых связей. Некоторые из этих тезисов я развиваю ниже, уделяя особое внимание связи между (1) укорененностью и структурой производственного рынка и (2) укорененностью и организационной эффективностью. Как утверждалось ранее, целью работы является проиллюстрировать главные положения этой концепции и показать ее правдоподобие, нежели выводить ее окончательное доказательство [ср. Uzzi 1997b].

Сети, укорененность и структура производственного рынка

Согласно ряду теорий, в случае взаимодействия сходных организаций будет доминировать наиболее конкурентоспособная форма организации [Hannan, Freeman 1989; North 1990]. В соответствии с рыночной теорией, идеальная эффективная структура рынка должна представлять собой совокупность атомизированных независимых фирм, объединенных случайными связями, особенно в условиях, когда существует множество продавцов и покупателей, а их продукция не специфична. Наши же данные, напротив, позволяют предположить, что укорененные сети организаций предоставляют определенные конкурентные преимущества по сравнению с рыночными механизмами даже на производственных рынках, характеризующихся большим количеством взаимозаменяемых предприятий и низкими затратами на поиск информации и открытие бизнеса. Это означает, что производственные рынки представляют собой скорее сети организаций, нежели рассеянную совокупность единичных фирм. Этот тезис соответствует теории рынков Уайта [White 1981]. Приведенные мною причины существования плотных сетей социальных связей дополняют перечень, предложенный им ранее. Рынки рассматриваются преимущественно не как ценообразующие механизмы, а как инструмент установления связи между фирмами посредством сигнальной и прямой коммуникации, поскольку для большинства фирм гораздо проще соотнести свои производственные планы с издержками производства, нежели прогнозировать баланс между предложением и спросом на основе абстрактной информации о ценах: «Рынки представляют собой четко идентифицируемые группы производителей, наблюдающих друг за другом. Давление со стороны покупателя выступает в качестве зеркала, в котором производители видят самих себя, не потребителей» [White 1981: 543]. Следовательно, для производителей наиболее эффективный путь к успеху подразумевает изучение опыта своих партнеров и конкурентов, а не анализ рынка в целом. Поэтому нам следует изучать рыночные структуры, тяготеющие к плотным сетям связей, а не к идеализированной атомизации. Отсюда вытекает наша первая гипотеза:

Г1: конкурентные производственные рынки характеризуются укорененными сетями организаций, а не атомистичной массой разрозненных фирм.

Влияние сетей и экономическая производительность: фокус на организационное выживание

Базовый тезис концепции структурной укорененности, заключающийся в том, что укорененность – это структура возможностей, указывает на существование двух условий, определяющих взаимосвязь между укорененностью и экономической эффективностью. Первое касается того, как фирма связана со своей сетью. Речь идет о доступе организации к благам, циркулирующим по сети. Второе условие связано с общим количеством благ,

предоставляемых данной сетью, что зависит от типа сетевой структуры, с которой связана наблюдаемая нами фирма.

Согласно концепции структурной укорененности, укорененные связи обеспечивают наиболее широкий доступ к благам, циркулирующим в сети. Благодаря высокому уровню информационного обмена, доверия и наличию механизмов совместного разрешения проблем, присущим укорененным связям, фирмы могут максимально быстро и в полной мере воспользоваться преимуществами сети. В отличие от этого случайные рыночные связи предлагают весьма немного социальных или экономических стимулов, чтобы выстраивать такие возможности или побуждать сетевых партнеров делиться ими. Отсюда вытекает гипотеза 2:

Г2: Вероятность выживания выше для организаций, соединенных с сетевыми партнерами посредством укорененных связей, по сравнению с организациями, объединенными случайными рыночными связями.

Эта логика может быть распространена и на сети бизнес-групп, которые соединены посредством укорененных связей. Бизнес-группы представляют собой особую разновидность организационных сетей: они сформированы независимыми фирмами, члены которых связаны между собой дружескими или родственными связями или перекрестным владением акций, но формально не контролируются каким-то юридическим лицом или административным органом [Granovetter 1994]. Подобная форма укорененности близка той, что рассматривается в нашей статье. Но ее отличие заключается в том, что фирмы в сети *не обязательно* производят обмен ресурсами. Эту функцию в них выполняют семейные, дружеские связи или добровольные ассоциации, которые очерчивают границы сети, а те, в свою очередь, предоставляют уникальные ресурсы, доступные только членам сети [Portes, Sensenbrenner 1993]. В результате, члены группы должны получать конкурентные преимущества над фирмами, которые не входят в группу (это предположение подтверждают и данные А. Портеса и Дж. Сенсенбреннер о кубинских предпринимателях в Майами). Из этого следует гипотеза 3:

Г3: Вероятность выживания организации возрастает, если организация включена в сеть бизнес-группы, сформированную вокруг укорененных связей.

Гипотезы 2 и 3 описывают, каким образом фирма должна быть встроена в сеть, чтобы в полной мере воспользоваться преимуществами укорененности. В гипотезе 4 акцент смещается к вопросу о том, какой тип сети может предоставить наибольшее число таких преимуществ. Она также поднимает и сопряженный вопрос: как преимущества укорененности с точки зрения экономической эффективности могут обернуться ее недостатками. Если случайные связи становятся укорененными по мере того, как фирмы осознают преимущества от сотрудничества и взаимной адаптации, можно предположить, что как только укорененность достигнет определенного порога, фирмы в сети окажутся замкнутыми, поскольку начнут торговать лишь с ограниченным числом партнеров по данной сети. После достижения этого порога укорененности поток новой информации постепенно сокращается и в конечном счете в высоко укорененных сетях прекращается вовсе, так как связей с внешними членами, которые потенциально могли бы привнести в сеть новые идеи, практически не остается [Burt 1992]. Со временем изоморфные процессы также снижают степень внутренней разнородности сети и, напротив, усиливают организационную инертность так, что изменения для партнеров сети оказываются затруднительными и слишком затратными [Hannan, Freeman 1989]. Например, исследование Г. Грабхера о спаде в сталелитейной промышленности в Руре и исследование Э. Гласмайер о сбоях в швейцарской часовой индустрии показали, что закрытая сетевая структура ограничивает возможности запуска инновационных процессов, а это ведет к снижению производства фирм в этих отраслях [Grabher 1993; Glasmeier 1991].

В высоко укорененных сетях восприятие чувства долга, дружбы или предательства может оказаться настолько сильным, что эмоции начинают вытеснять экономические императивы. Некоторые фирмы в сети могут привлекать ресурсы по цене, превышающей собственные возможности нормального поддержания производства, или окажутся во власти негативных эмоций, которые направят организационные ресурсы не в то русло. Один наш респондент-руководитель пояснил, как чрезмерно тесное сотрудничество порою приводит к негативным последствиям: «Фабрикам действительно очень удобно вести с нами дела. Они знают, что мы работаем на долгосрочную перспективу, а не по принципу “поймай, если догонишь”... Но если ты все-таки кинешь партнера, с которым у тебя сильная связь, то он останется в бизнесе еще ровно столько, сколько требуется, чтобы успеть свести с тобой счеты». В конце концов, оба процесса ведут к формированию сети, изолированной от окружающей среды и в итоге вызывающей организационные сбои.

На основе сопоставления результатов отношений обмена в рамках случайных и укорененных связей я предполагаю, что теоретически оптимальный для сети баланс между недо- и переукорененностью [under- and overembeddedness] – это некая комбинация связей обоих типов. С одной стороны, сети, образованные укорененными связями, выигрывают от доверия, совместного разрешения проблем, обмена насыщенной информацией, что способствует координации и совместному использованию ресурсов. С другой стороны, сети, образованные на основе случайных связей, обеспечивают более широкий доступ к информации, циркулирующей на рынке, и дают больше возможностей для привлечения новых деловых партнеров. Из этого следует, что сети, комбинирующие случайные и укорененные связи, предлагают наилучшие адаптивные возможности: укорененные связи способствуют координации и объединению ресурсов, в то время как случайные связи предотвращают изоляцию сети от движущих сил рынка. Отсюда вытекает гипотеза 4:

Г4: Вероятность выживания организации возрастает по мере того, как сеть, с которой наблюдаемая фирма ведет дела, приближается к формату сети, интегрирующей случайные и укорененные связи; и наоборот: вероятность организационного выживания уменьшается по мере того, как сеть, с которой взаимодействует наблюдаемая фирма, постепенно смещается в сторону только случайных или только укорененных связей.

Из приведенных гипотез следует, что сетевой эффект проявляется на двух уровнях. Согласно гипотезам 2 и 3, укорененные связи расширяют доступ фирм к разнообразным возможностям, предоставляемым сетью. В этом случае наиболее выгодная для фирмы позиция – осуществлять обмен с несколькими сетевыми партнерами посредством укорененных связей, нежели сотрудничать с большим количеством случайно отобранных фирм. Согласно гипотезе 4, спектр возможностей, открывающихся перед организацией, зависит от композиции связей, образующих сеть, с которой она взаимодействует. И здесь наиболее выгодная для условной фирмы позиция – та, когда ее сетевые партнеры поддерживают некий баланс между случайными и укорененными связями. Поэтому фирма оказывается наиболее эффективной тогда, когда она соединена посредством укорененных связей (гипотезы 2 и 3) с интегрированной сетью, образованной связями обоих типов – случайными и укорененными (гипотеза 4).

Окончание читайте в следующем номере.

Литература⁵

- Aldrich J.H., Forrest D.N.* Linear Probability, Logit, and Probit Models. New Bury Park, CA: Sage, 1990.
- Baker W.E.* Market Networks and Corporate Behavior // *American Journal of Sociology*. 1990. No. 96. P. 589–625.
- Bruderl J., Preisendorfer P., Ziegler R.* Survival Chances of Newly Founded Business Organizations // *American Sociological Review*. 1992. No. 57. P. 227–242.
- Burt R.* Structural Holes: The Social Structure of Competition. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992.
- Coase R.* 1991 Nobel Lecture: The Institutional Structure of Production. Stockholm, Sweden: Nobel Foundation, 1991.
- Crosby L.A., Stephens N.* Effects of Relationship Marketing on Satisfaction, Retention, and Prices in the Life Insurance Industry // *Journal of Marketing Research*. 1987. No. 24. P. 404–411.
- Emirbayer M., Goodwin J.* Network Analysis, Culture, and the Problem of Agency // *American Journal of Sociology*. 1994. No. 99. P. 1411–1154.
- Gargiulo M.* Two-Step Leverage: Managing Constraint in Organizational Politics // *Administrative Science Quarterly*. 1993. No. 38. P. 1–19.
- Gerlach M.* Alliance Capitalism: The Social Organization of Japanese Business. Berkeley, CA: University of California Press, 1992.
- Glasmeier A.* Technological Discontinuities and Flexible Production: The Case of Switzerland and the World Watch Industry // *Research Policy*. 1991. No. 20. P. 469–485.
- Grabher G.* The Embedded Firm: On the Socioeconomics of Industrial Networks. L.: Routledge, 1993.
- Granovetter M.* Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // *American Journal of Sociology*. 1985. No. 91. P. 481–510. См. также перевод: *Грановеттер М.* Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // *Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики* / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 131–158.
- Granovetter M.* Business Groups // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 453–475.
- Hannan M.T., Freeman J.* Organizational Ecology. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1989.
- Helper S.* Comparative Supplier Relations in the US and Japanese Auto Industries: An Exit-Voice Approach // *Business Economic History*. 1990. No. 19. P. 153–162.
- Hirschman A.O.* Exit, Voice and Loyalty. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1970.
- Inzerilli G.* The Italian Alternative: Flexible Organization and Social Management // *International Studies of Management and Organization*. 1991. No. 21. P. 3–90.
- Jick T.D.* Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action // *Administrative Science Quarterly*. 1979. No. 24. P. 602–611.
- Knoke D., Burt R.S.* Prominence // *Applied Network Analysis* / Ed. by R. S. Burt, M. J. Minor. New Bury, CA: Sage, 1983. P. 195–222.
- Krugman P.R.* New Thinking about Trade Policy // *Powernomics: Economics and Strategy After the Cold War* / Ed. by C. Prestowitz, Jr., R.A. Morse, A. Tonelson. Lanham, MD: Madison Books, 1991. P. 74–81.
- Larson A.* Network Dyads in Entrepreneurial Settings: A Study of the Governance of Exchange Processes // *Administrative Science Quarterly*. 1992. No. 37. P. 76–104.

⁵ Некоторые работы в исходном авторском тексте были обозначены в статусе «в печати». К моменту публикации настоящего перевода они были изданы, и мы приводим точные выходные данные. Поэтому возможны расхождения между датой публикации английской версии статьи (более ранней) и выхода в свет упомянутой в ней работы (более поздней). – *Прим. ред.*

- Lazonick W.* Business Organization and the Myth of the Market Economy. N.Y.: Cambridge University Press, 1991.
- Marsden P.V.* Introducing Influence Processes into a System of Collective Decisions // American Journal of Sociology. 1981. No. 86. P. 1203–1235.
- McLean P.D., Padgett J.F.* Was Florence a Perfectly Competitive Market?: Transactional Evidence from the Renaissance // Theory and Society. 1997. Vol. 26. P. 209–244.
- McPherson M.J., Popielarz P.A., Drobnic S.* Social Networks and Organizational Dynamics // American Sociological Review. 1992. No. 57. P. 153–170.
- Miles M.B., Huberman M.* Qualitative Data Analysis. Newbury Park, CA: Sage, 1984.
- North D.* Institutions, Institutional Change, and Economic Performance. N.Y.: Cambridge University Press, 1990.
- Perrow Ch.* Small Firm Networks // Networks and Organizations / Ed. by N. Nohria, R. G. Eccles. Cambridge, MA: Harvard Business School Press, 1992. P. 445–470.
- Portes A., Sensenbrenner J.* Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action // American Journal of Sociology. 1993. No. 98. P. 1320–1350.
- Powell W.W.* Neither Market nor Hierarchy: Network Forms of Organization // Research in Organizational Behavior / Ed. by B. Staw, L. L. Cummings. Greenwich, CT: JAI Press, 1990. P. 295–336.
- Roberts J.* Perfectly and Imperfectly Competitive Markets // Allocation, Information, and Markets: The New Palgrave Dictionary of Economics / Ed. by J. Eatwell, M. Milgate, P. Newman. N.Y.: Norton and Co., 1989. P. 231–240.
- Romo F.P., Schwartz M.* The Structural Embeddedness of Business Decisions: The Migration of Manufacturing Plants in New York State, 1960–1985 // American Sociological Review. 1995. No. 60. P. 874–907.
- Roncek D.W.* Using Logit Coefficients to Obtain the Effects of Independent Variables on Changes in Probabilities // Social Forces 1991. No. 70. P. 509–518.
- Simon H.A.* Organizations and Markets // Journal of Economic Perspectives. 1991. No. 5. P. 24–44.
- Smitka M.* Competitive Ties: Subcontracting in the Japanese Automotive Industry. N.Y.: Columbia University Press, 1991.
- Uzzi B.* The Dynamics of Interorganizational Networks: Embeddedness and Economic Action // Ph.D. Dissertation, Sociology Department, State University of New York, Stony Brook. 1993.
- Uzzi B.* Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness // Administrative Science Quarterly. 1997a. Vol. 2. P. 35–67.
- Uzzi B.* A Network Perspective on Organizational Decline and Deindustrialization // International Journal of Sociology and Social Policy. 1997b. Vol. 17. P. 111–155.
- Waldinger R.D.* Through the Eye of the Needle: Immigrants and Enterprise in New York's Garment Trades. N.Y.: New York University Press, 1986.
- Weber M.* The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. N.Y.: Charles Scribner's Sons, [1920] 1958.
- Weber M.* Transaction Costs Economics and Organization Theory // Handbook of Economic Sociology / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 77–107.
- Wilson R.B.* Exchange // Allocation, Information, and Markets: The New Palgrave Dictionary of Economics / Ed. by J. Eatwell, M. Milgate, P. Newman. N.Y.: W. W. Norton and Co, 1989. P. 83–93.
- Williamson O.E.* Transaction Cost Economics and Organization Theory // Handbook of Economic Sociology / Ed. by N. Smelser, R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 77 – 107.
- White H.C.* Where Do Markets Come From? // American Journal of Sociology. 1981. No. 87. P. 517–547.
- Zukin S., DiMaggio P.* Structures of Capital: The Social Organization of the Economy. N.Y.: Cambridge University Press, 1990.

ВЗГЛЯД ИЗ РЕГИОНОВ



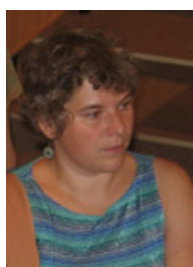
2-е место
Победитель конкурса 2007 г.
журнала «Экономическая социология»

Б.С. Гладарев, Ж.М. Цинман

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СТИЛИ ПЕТЕРБУРГСКОГО СРЕДНЕГО КЛАССА: ИЗ ЭКОНОМИКИ ДЕФИЦИТА К НОВОМУ БЫТУ



ГЛАДАРЕВ Борис Сергеевич –
к. соц. н., научный сотрудник
Центра независимых
социологических исследований.
Email: boris@indepsoces.spb.ru



ЦИНМАН Жанна Михайловна –
научный сотрудник Европейского
университета в Санкт-Петербурге.
Email: tsintman@eu.spb.ru

Статья посвящена анализу особенностей потребительского поведения представителей российского среднего класса (на примере Санкт-Петербурга). Авторы фокусируют внимание на роли индивидуальных потребительских стратегий в производстве масштабных социально-экономических трансформаций, а также предпринимают попытку классификации специфических черт потребительского поведения, характерного для представителей постсоветского среднего класса. В первой части статьи определяются основные понятия, анализируется потребительский стиль в условиях позднесоветской экономики и формулируются гипотезы о причинах краха планового хозяйства. Вторая часть посвящена анализу трансформации бытового уклада и выделению характерных деталей потребительских стилей петербургского среднего класса в условиях рыночной экономики. В третьей части рассматривается досуговая активность представителей среднего класса и практики повседневного потребления товаров первой необходимости, т.е. продуктов питания и одежды. Авторы делают вывод о незавершенности и переходном статусе потребительских стилей постсоветского среднего класса. В заключении аналитически связываются микроуровень индивидуальных потребительских стилей и макроуровень общероссийских социально-экономических трансформаций последних двадцати лет.

1. Из экономики дефицита

«Быт, – как отмечал Ю. Лотман, – это обычное протекание жизни в ее реальных формах; быт – это вещи, которые окружают нас, наши привычки и каждодневное поведение. Быт окружает нас, как воздух, он заметен нам только тогда, когда его не хватает или он портится» [Лотман 1994: 10]. Советский быт стал окончательно «портиться» лишь к середине 1980-х годов. Дефицит продуктов питания, товаров народного потребления и услуг был неотъемлемой частью повседневной

жизни советского человека. Но именно в середине 1980-х нехватка товаров и услуг стала особенно болезненной, поскольку, с одной стороны, нельзя было найти серьезных причин отсутствия на полках магазинов стирального порошка или сахара. Этот дефицит не был следствием ударной индустриализации, как в 1930-х, или результатом военной разрухи, как в 1950-х годах. Дефицит 1980-х не имел историко-идеологического обоснования. С другой стороны, значительно расширился спектр потребностей и желаний населения, которое сквозь щели «железного занавеса» (кинофильмы, фарца, поездки за рубеж) разглядело отблески капиталистического изобилия.

Материалы позднесоветской эпохи (дневники, письма, открытки, – собранные в «Народном архиве» свидетельствуют, что «примета того времени номер один – это дефицит. О дефиците желанного и остро необходимого пишут в эпическом тоне. Это что-то вроде природных сил, к которым человеку остается только приспособиться. Желать постоянного ассортимента продуктов в магазинах – это вроде как желать хорошей погоды. ...Походы за едой, поиск одежды – что-то вроде похода за грибами – то ли найдешь, то ли не найдешь» [Козлова 2005: 412–413]. Дефицит был родовым признаком распределительной плановой экономики [Николаев 2005], обыденным контекстом жизни советского человека.

Можно сказать, что потребительский дефицит в значительной степени определял формы организации быта простого советского человека. Очереди¹, «охота» за «выбрасываемым» в розничную торговлю товаром, «колбасные поезда» и закупки впрок, блат, сложные бартерные операции² – лишь немногие общие приметы потребительского поведения в условиях дефицита.

Советская власть пыталась как-то нивелировать потребительский кризис. Пайковая система разрасталась и стала включать почти все слои населения. Принятая Советом министров СССР в мае 1982 г. продовольственная программа должна была решить проблему бесперебойного снабжения населения продуктами к 1990 г. Но плановая экономика уже не выдерживала системных нагрузок. Конец 1980-х ознаменовался табачными, сахарными и чайными кризисами. Даже в столичных городах была введена талонная система. К 1985 г. перечень остродефицитных товаров составлял почти 250 наименований, а к началу 1989 г. он вырос больше, чем в два раза. Весной 1989 г. в крупных городах СССР мыло, табачные изделия, масло, сахар и алкоголь продавались только по талонам [Лебина 2006: 340–341].

Часто социально-экономические трансформации цивилизационного масштаба начинаются с «порчи быта». Февральская революция 1917 г. началась в хлебных очередях. Можно предположить, что стремительный распад советского строя на рубеже 1980–1990-х годов также был катализирован бытовыми неурядицами в жизни все более широких масс населения, невозможностью удовлетворить потребительские желания в рамках плановой экономики.

Мы, вслед за В.В. Радаевым, будем понимать потребление как совокупность хозяйственных отношений людей к объектам их желания, а также отношений между самими людьми [Радаев 2005: 6]. Экономическая социология традиционно различает три типа потребления:

¹ Подробнее см.: [Осокина 2005; Николаев 2005].

² Экономический кризис конца 1980 – начала 1990-х годов возродил систему «натуроплаты» времен гражданской войны в виде «бартера», что развивало систему бытового товарообмена. Горьковский инженер-конструктор В. Денисов описывал ситуацию, когда его жене очень нужен был итальянский лифчик, но на предприятии в тот момент выдавались лишь китайские термосы. В результате многоходовой операции – обмена термоса на унитаз, унитаза на духи «Шанель», духов на лифчик – предполагалось достичь желаемого результата. Но цепочка развалилась, и долгое время в коридоре квартиры стоял голубой чешский унитаз, дожидаясь нового трансферта [Лебина, 2006: 195].

- потребление с целью удовлетворения базовых потребностей;
- потребление, направленное на удовлетворение желаний;
- статусное/ символическое потребление [см., например: Шрадер 1999].

Неспособность советской распределительной экономики обеспечивать статусное потребление даже тем, кто имел материальные возможности, более того – ограничение «базовых» потребностей, например, в продуктах питания или средствах гигиены, психологически подготовило огромные массы советских людей к необходимости кардинальных реформ.

На первый взгляд, перемены в потребительских предпочтениях не относятся к первостепенным факторам социальных преобразований, но и этих перемен было достаточно для сокрушительного поражения централизованной плановой экономики в соревновании с рыночной. Чем большая часть населения жила в городах, чем больше людей получали среднее специальное и высшее образование, тем шире становился круг тех, чьи потребности нельзя было планировать³. Удовлетворение незапланированных потребностей все в большей мере шло в обход узаконенных плановых механизмов и все больше разрушало плановое хозяйство [Цирель, 2004: 52]. Как отмечают П.В. Романов и Е.Р. Ярская-Смирнова: «Опыт “доставания” по неформальным каналам чего-то необходимого или желанного накапливался десятилетиями, откладываясь в социальном капитале семей и поколений советских людей» [Романов, Ярская-Смирнова 2005: 63]. Именно переход значительной части населения к квазирыночным практикам потребления сыграл важнейшую роль в разрушении плановой экономики Советского Союза.

Таким образом, жизненные стратегии обывателей оказались способны перекраивать и изменять общество, наряду с действиями правительства [Судьбы людей... 1996: 6]. Как справедливо заметила Н. Козлова: «Без обращения к тому, что происходило в поле маленьких повседневных желаний маленьких людей, мы вряд ли сможем объяснить, отчего общество к концу 1980-х стало так радикально меняться, отчего масса людей так пожелала изменений. Люди, о которых идет речь, не голодали и не были раздеты. Но они не могли свободно реализовать энергию желания, сделать свой выбор» [Козлова 2005: 416–417]. Возможность реализовывать энергию желания оказалась критически важной частью социального поведения. Может быть, это произошло потому, что к концу XX в. процесс самоидентификации индивидов все больше стал основываться на практиках потребления и досуге, причем в той же степени, если не в большей, что и на трудовой деятельности: общество труда подменялось обществом потребления. Как писал З. Бауман, «благодаря переменам, имеющим прямое отношение к потреблению, каждый может собрать воедино различные элементы собственной личности на свой вкус по технологии “сделай сам” с помощью рынка товаров и услуг» [Бауман, 1996: 108].

Подобная тенденция к выстраиванию собственной идентичности, а также социальных границ между «своими» и «чужими» с помощью вещей характерна для всех обществ. Позднесоветское общество не являлось исключением, но в нем вместо рыночных механизмов конкуренции и предпринимательства действовали квазирыночные системы социальных связей и блата [см. например: Леденева 1997; Lonkila 1999]. Постепенное вовлечение в них все больших масс населения, на фоне ослабления государственной идеологии и доверия к ней со стороны граждан, привело к тому, что потребительские желания советских граждан как вода камень подточили распределительную экономику. Люди хотели устанавливать себе пайки самостоятельно.

³ «Очень важно было выглядеть стильно, не так как все. Для этого надо было крутиться» [мужчина, 51 год, высшее образование, инженер]

Акты потребления, развитие самобытного жизненного стиля, приобретение определенных товаров все чаще рассматривается как признак определенной социальной позиции. Люди используют так называемые «позиционные товары» для демонстрации своей принадлежности к определенной социальной группе, а также для подчеркивания индивидуальных различий между собой и другими людьми. «Если ранее, в XIX в. и на протяжении большей части XX в., социальный класс, раса были основными источниками социального неравенства, то в конце XX в. на смену им пришли образцы потребления» [Аберкромби, Хилл, Тернер 1997: 235].

Плановая экономика обеспечивала минимум «базовых благ» фактически всем гражданам, именно поэтому население фокусировалось на индивидуализирующих, не массовых благах, которые распределительная экономика обеспечить не могла. Возможно поэтому перестройку, которая привела к распаду СССР и началу рыночных реформ, следует определять прежде всего как экономическую, а не политическую трансформацию. Косвенным подтверждением этого тезиса может служить резкий спад политической активности населения, который произошел после первой стабилизации рыночной экономики. Колбаса в магазинах не просто отодвинула в прошлое «колбасные поезда», она примирила население с многочисленными политическими кризисами ельцинской России.

Обращаясь к исследованию бытового уклада, характерного для постсоветского среднего класса, прежде всего, следует обратить внимание на серьезные трансформации сферы потребления по сравнению с советским периодом. **Основной тезис статьи** состоит в том, что рост потребительских амбиций населения спровоцировал глобальные социально-экономические изменения, вошедшие в историю как перестройка и последующий за ней «переход к рынку». «Потребительская революция», которая произошла в России за последние двадцать лет, привела к значительным изменениям в организации домашнего хозяйства подавляющей части населения. В рамках статьи мы постараемся описать и проанализировать основные направления этой «революция желаний» на примере петербургского среднего класса.

Наш **исследовательский вопрос** можно сформулировать следующим образом: какие образцы потребительского поведения формируются в среде представителей среднего класса?

Эмпирическая база

Эмпирические данные собраны в рамках проекта «Новый быт: формы семейной организации и изменение домашнего пространства»⁴ и дополнены материалами проекта «Организация повседневности и воспроизводство социальной структуры в России (на примере Санкт-Петербурга)»⁵. Всего собрано 68 глубинных интервью с представителями современного среднего класса (2005–2006 гг.) 90 глубинных интервью с петербуржцами, которые относили себя к советскому среднему классу (1999–2000 гг.).

⁴ Проект выполнялся международной группой исследователей с мая 2005 г. по декабрь 2006 г. при поддержке Европейского университета в Санкт-Петербурге и Коллегией перспективных исследований Университета Хельсинки. Координаторы проекта – Е. Здравомыслова (ЕУСПб) и А. Роткирх (Университет Хельсинки).

⁵ Проект выполнялся международной группой исследователей с апреля 1999 г. по сентябрь 2000 г. при поддержке Немецкого исследовательского общества. Координаторы проекта – В. Воронков (ЦНСИ) и И. Освальд (Магдебургский университет).

Средний класс: операциональное определение

Споры о способах определения постсоветского среднего класса занимают значительное место в современной социологической дискуссии⁶. Экономическая поляризация разных слоев населения в смутные, окрашенные «силовым предпринимательством»⁷ 1990-е годы, начала несколько смягчаться в начале нового столетия [Бавин 2006: 8]. Помимо удачной макроэкономической конъюнктуры, процессы выравнивания социально-экономического положения социальных групп российского общества определялись постепенным приспособлением значительной массы населения к жизни по правилам рынка. По оценке Н. Наумовой, «усиление гибкости социального поведения, смена жизненных стратегий вслед за сменой “правил игры”, по которым функционирует нестабильная социальная система, – один из наиболее эффективных “ответов” человека (иногда опережающих) на неопределенность» [Наумова, 1995: 12]. Люди постепенно стали осваивать принципы постсоциалистической экономики. Начал нарождаться социальный класс, который одинаково удален как от «старых», так и от «новых русских». В своем понимании отличительных признаков постсоветского среднего класса, мы, вслед за И. Поповой, выделяем три базовых критерия: доход, уровень образования и самоидентификация [Попова 2005: 67]. Рассмотрим их подробнее.

Доход является наиболее проблематичной характеристикой. Как отмечают исследователи среднего класса, обычно уровень доходов, заявляемых респондентами, занижен и не учитывает теневых источников, связанных со вторичной занятостью и рентой [см., например: Беляева 2005]. В разных исследованиях указывается разный уровень дохода представителей постсоветского среднего класса: он варьируется от 5 тыс. рублей [Российский средний класс... 2003: 15–16] до 3,7 тыс. рублей [Средние классы... 2003: 228] на каждого члена домохозяйства в месяц. Но это общероссийские данные, и по отношению к доходам представителей среднего класса в крупнейших городах они несколько занижены. Например, Е. Порецкина, описывая изменения потребительского стиля петербургских семей в конце 1990-х годов, называла другой порядок среднедушевого дохода – около 12 тыс. рублей [Порецкина 2001: 47–48]. Из перечисленных выше вариантов мы будем ориентироваться на верхний порог дохода (12 тыс. рублей на каждого члена семьи в месяц), поскольку это позволяет сгладить искажения от замалчиваемых теневых поступлений в семейный бюджет. При этом на основе интервью, собранных в рамках проекта «Новый быт: формы семейной организации и изменение домашнего пространства», можно сделать вывод, что для представителей среднего класса важен не только размер доходов, но и их стабильный характер.

Российские «средние» – это люди, считающие деньги, но не зацикленные на мелочной экономии. Ради освобождения свободного времени они готовы платить чуть больше, чем товар или услуга стоят. Так, например, описывается процесс ремонта дачи:

«Ну, а что касается цен и стоимости тех или иных работ, то раньше я в это как-то вникала, а у меня сейчас просто на это нет времени, искать, где там подешевле. ...У них цены, я бы сказала, не низкие – может быть, средние, но они оправдывают себя. У меня освобождается время для себя» [женщина, 40 лет, высшее образование, домохозяйка].

Принцип потребления «подешевле» постепенно вытесняется из практик представителей постсоветского среднего класса. Одной из основных ценностей становится свободное время.

⁶ См. например: [Александрова 2002; Бавин 2006; Беляева 1999а, 1999б, 2005; Герасимова, Громова, Шпара, 2005; Кивинен 2004; Попова 2005; Российский средний класс... 2003; Средние классы... 2003; Шанкина 2003].

⁷ Термин В.В. Волкова «силовое предпринимательство» описывает широкий спектр экономических практик, которые характеризуются применением прямого насилия в ходе ведения дел [см.: Волков 2002].

Досуг превращается в способ стилизации своей жизни и «рабочий материал» для строительства идентичности.

Уровень образования – второй отличительный признак постсоветского среднего класса. Образование должно быть высшее и по возможности наиболее качественное. Люди готовы вкладывать значительные средства в собственное образование и, особенно, в образование детей:

«Без хорошего, качественного образования работу достойную нельзя получить. Без образования нельзя самореализоваться... быть интересным себе и другим» [женщина, 39 лет., высшее образование, руководитель торговой фирмы].

Качественное высшее образование по востребованной специальности – залог профессионального и экономического успеха, а также условие для саморазвития.

Третий отличительный признак исследуемой группы – это **самоидентификация** со средним социальным слоем. Этот субъективный фактор соотнесения себя с классом обычно формулировался респондентами в сравнительной перспективе:

«Ну, я себя отношу к среднему, потому что однозначно... по сравнению с той массой населения, достаточно большой, которая просто практически бедствует, на фоне их мы живем хорошо просто. ...Вот только поэтому сейчас я отношу себя к среднему. То есть мы можем, в принципе, можем позволить себе любую там еду-одежду – ну, при желании...» [женщина, 25 лет, высшее образование, менеджер].

Дистанцирование себя как от бедных, так и от очень богатых – важный маркер представителей среднего класса. Позиционирование в отношении к малоимущим часто выстраивается с помощью культурных, а не экономических границ. Приведенный ниже пример демонстрирует нарративную форму такой границы:

Интервьюер: А у тебя какие требования к няням?

Респондент: Да, практически, никаких... Ни к возрасту, ни к внешнему виду... Главное, чтобы была... ну, не знаю... не нервной. ...И чтобы был какой-то уровень... Какая-то интеллектуальная... содержание интеллектуальное было. Бывает, приходят такие из деревни, ...я не могу ее просто выносить. Была у нас такая. "Тубаретка". Вот, когда она говорила "тубаретка", как Катя с косой из деревни... Как раз, когда ребенок только начинает говорить года в два... Еще она сильно пахла потом. Вот она заходит, и вокруг от нее облако на метр запаха пота. Ну как можно такое терпеть? Ну, можно выносить какое-то время, если некуда деваться» [женщина, 30 лет, высшее образование, искусствовед].

Домашняя прислуга воспринимается как малоимущая и стигматизируется по культурному принципу: «*Катя с косой из деревни*», которая неправильно произносит слова и пахнет потом. Позиционирование в отношении более состоятельного класса богатых обычно осуществляется через проведение в первую очередь экономических границ:

«Мы не новые русские. Мы не можем обеспечить занятость няни двенадцать часов в день и платить ей от 300 долларов в месяц, или 400–500 долларов. У нас средние доходы» [женщина, 32 года, высшее образование, PR-менеджер].

Люди определяют свое место на стратификационной лестнице, опираясь на экономические (уровень и стабильность дохода) и культурные (уровень образования) признаки.

Таким образом, средний класс определяется через уровень доходов, уровень образования и посредством самоидентификации индивида со своим классом.

Но еще одним значимым признаком любой социальной группы является специфическая стилистика потребления. Потребительское поведение маркирует принадлежность к определенному социальному слою и определяет порядок его бытового уклада. Последующие разделы статьи посвящены анализу потребительского поведения представителей среднего класса, что позволит нам точнее позиционировать российских «средних» на стратификационной лестнице.

2. К новому быту

Данные интервью позволяют говорить о том, что конец «экономики дефицита» и зарождение на ее развалинах постсоветского рынка товаров и услуг создали предпосылки для серьезной реорганизации бытового уклада. Изменения затронули прежде всего сферы труда и потребления. Типичный нарратив для представителей среднего социального слоя:

«Работа... это большая часть моей жизни, потому что у нас нет официальных отпусков, нет официальных выходных» [женщина, 31 год, высшее образование, помощник режиссера].

По сравнению с советским периодом характер труда стал значительно более интенсивным. Так описывал советские трудовые практики инженер ВПК с 30-летним стажем:

Респондент: Человек мог пить кофе всю жизнь, ничего не делая. У меня-то как раз с этим делом были проблемы, когда я стал начальником отдела.

Интервьюер: А сейчас?

Респондент: Сейчас я, например, работаю в фирме, которая принадлежит ВПК, и поэтому психология во многом осталась. Но, например, в новых фирмах, я знаю, где работают мои друзья, вновь образовавшихся, атмосфера радикально другая, значительно более плотный график. Люди вкалывают как черти, иначе не справиться. Это рынок» [мужчина, 49 лет, высшее образование, инженер].

Чтобы поддерживать привычный уровень дохода («справляться»), люди должны были перейти к более интенсивным формам труда («вкалывать как черти»), к деятельности в рамках более жесткого «графика».

Если в позднесоветский период во многих сферах трудовой деятельности первичным было соблюдение режима работы (например, с 9.00 до 18.00), то в современных условиях более важной становится интенсивность труда⁸. Залогом «достойного уровня жизни» теперь является профессионализм⁹.

В массиве интервью по проекту «Новый быт: формы семейной организации и изменение домашнего пространства» мы почти не сталкиваемся с примерами вторичной занятости, при этом один или два члена домохозяйства проводят на работе значительно больше времени, чем это делали их сверстники в начале 1980-х годов. Материалы интервью с представителями «советского» среднего класса¹⁰ указывают, что в позднесоветский период, и особенно во время социально-экономических реформ 1990-х годов, вторичная занятость стала общей практикой для этого социального слоя. Причем многие выходцы из «советского» среднего класса подрабатывали не по специальности [см. Гладарев 2004]. Для постсоветского среднего класса приоритетной становится работа по специальности, которая занимает все рабочее время, не оставляя возможности для вторичной занятости. Кроме того, основная работа оплачивается в размерах, достаточных того, чтобы не искать дополнительной занятости. Многие представители «советского» среднего класса остались работать в государственном секторе экономики, что при малых зарплатах дополнялось излишками свободного времени для дополнительной работы:

«Ну, я заканчиваю занятия около четырех. Потом у меня идут частные ученики, поскольку репетиторство – важная часть моего дохода. Еще у меня методический выходной... ну, положен. Я стараюсь на даче его проводить. Собственные овощи-

⁸ «Заработок, карьера, конкурентоспособность на рынке труда зависят от того, как и сколько ты вкладываешь в свою работу» [мужчина, 52 года, высшее образование, предприниматель].

⁹ «Сейчас я могу поддерживать достойный уровень жизни только потому, что я хороший профессионал» [женщина, 40 лет, высшее образование, владелица рекламного агентства].

¹⁰ Массив интервью по проекту «Организация повседневности и воспроизводство социальной структуры в России (на примере Санкт-Петербурга)» 1999-2000 гг.).

фрукты помогают разнообразить наш семейный рацион» [женщина, 49 лет, высшее образование, учительница].

Если представители «советского» среднего класса в силу институциональных условий советской системы поголовно работали в государственном секторе, то почти все наши информанты из постсоветского среднего класса трудятся в частном секторе экономики. По свидетельствам В. Кабалиной и С. Кларка в сборнике, посвященном занятости и поведению домохозяйств в условиях перехода к рыночной экономике, «уровень оплаты труда в новом частном секторе существенно выше, чем в традиционном – государственном» [Кабалина, Кларк 1999: 102]. Это привлекает в негосударственный сектор постсоветских «средних», обладающих достаточной профессиональной подготовкой и готовых хорошо и много работать за «хорошие» деньги.

Интенсификация труда и переход в негосударственный сектор экономики приносит свои плоды, которые и преобразуют вторую основополагающую сферу повседневного – потребление. Деньги вызывают к жизни новые потребности, которые по возможности удовлетворяет современный российский рынок. В свою очередь, рынок, через механизмы рекламы и социального позиционирования товаров и услуг, участвует в формировании новых потребностей. Респонденты описывали плановую экономику и рыночную экономику как «разные миры»:

«И после нашей талонной системы, и, скажем так, отсутствии чего бы то ни было, и очередей, и вот... мы очутились в совершенно в другом мире» [женщина, 30 лет, высшее образование, переводчик].

«Другой мир» – это жизнь когда размер «пайка» каждый определяет себе сам, без регулирования его государственными институтами. «Другой мир» – это мир новых жизненных стилей, новой организации повседневной жизни. Находясь в середине стратификационной лестницы, российские «средние» вырабатывают новые специфические для своего класса потребительские стили. Они и стали предметом нашего анализа.

В интервью респонденты представили масштабную картину нового быта в весьма широком стилевом разнообразии. Однако представляется возможным выделение трех основных маркеров, характеризующих потребительский стиль изучаемой группы:

- 1) этот стиль характеризуется долгосрочными инвестициями в будущие предпочтения. Свои ресурсы постсоветский средний класс вкладывает в недвижимость, образование (свое и особенно детей) и здоровье;
- 2) люди, составляющие постсоветский средний класс, видят себя в первую очередь как «представителей привилегированного потребительского класса». Петербургские «средние», с одной стороны, ориентируются на стиль жизни состоятельного слоя Западной Европы и США, а с другой – на стилистические образцы русской дворянской усадьбы XIX в., как будто почерпнутые из произведений Гончарова, Лескова или Тургенева. Возможно, такие образцы появляются потому, что «характер приобретаемых благ определяется не тем, кто ты есть, а тем, кем ты хочешь казаться» [Радаев 2005: 10]. «Средние» ориентируются на стиль «высших»;
- 3) в повседневных потребительских практиках исследуемой группы сохранились образцы поведения, сформированные в среде «советской интеллигенции». В первую очередь они относятся к сфере культурного потребления. Походы по музеям, воскресные прогулки по «пушкинским», «лермонтовским» и прочим подобным «местам», посещение фестивалей и вернисажей – значимая часть рекреативного поведения современного российского среднего класса.

При общей ориентации на приобретение товаров и услуг длительного пользования огромное значение придается комфорту и гедонистической интерпретации потребления. Таким образом, представителей постсоветского среднего класса характеризует потребительское

поведение, ориентированное на вложение ресурсов в статусные товары и услуги, наделенные символическим значением и отсроченными дивидендами. Стараясь повысить свой статус и улучшить условия жизни, российские «средние» вкладывают в недвижимость, образование и здоровье. Именно о них больше всего говорят в интервью. Рассмотрим более подробно три основных направления трат, выделив общее в стилях потребления этой социальной группы.

Недвижимость

Отвечая на вопросы корреспондента «Российской газеты», директор Института социологии РАН М. Горшков отметил, что «сейчас люди – особенно это характерно для среднего класса – живут по принципу “мой дом – моя крепость”» [Добрынина 2005]. Дом, квартира, собственная недвижимость имеет приоритетное значение как объект потребительских желаний людей из российского среднего класса.

«Свой дом – это очень важно. В общем-то – это то, чего нам хочется; может, нужно еще больших размеров, но в нашем городе это слишком дорого. А так нам бы хотелось дом отдельный, без соседей» [женщина, 36 лет, два высших образования, совладелец фирмы по производству мебели].

Большинство респондентов проживают в собственных квартирах, отдельно от родителей¹¹. Автономный быт воспринимается как важная часть жизненного стиля представителей постсоветского среднего класса. Также обязательным условием современного быта является проведение качественного ремонта квартиры («евроремонта»). Она из респонденток, рассказывала про покупку новой квартиры:

«Я настаивала на том, что даже если мы возьмем квартиру с ремонтом, все равно мы будем переделывать ремонт под себя, обустраивать так, как нам нравится. Сначала организуем какие-то фундаментальные вещи... там, наличие железной двери, наличие стеклопакетов на окнах, а потом ремонт под себя» [женщина, 32 года, два высших образования, экономист в международной ИТ-компании].

Жилье обустраивают стилистически своеобразно, создавая в пространстве собственной квартиры «ансамбль предметов» [Бордрийяр 2006: 7], поэтому ремонт очень важен. Это уже не «советский» подход, который встречается в интервью 1999–2000 гг.:

«Отдельную квартиру ждали в очереди 12 лет. Ждали, чтобы хоть что-то дали, а там уже своими руками... что-то ремонтировали, переклеивали из того, что было. Радость была просто стены собственные иметь» [мужчина, 53 года, высшее образование, врач].

В отличие от советских времен, сейчас отдельная, хорошо отремонтированная квартира воспринимается как обязательная составляющая жизни среднего класса. Кроме того, она является убежищем частного в противоречивом публичном пространстве трансформирующегося общества. Возможно, поэтому такое внимание уделяется окнам и железным дверям, которые должны надежно укрывать жильцов от сложного внешнего мира. «Наличие железной двери, наличие стеклопакетов на окнах» – отличительная черта нового быта. Жилье должно обеспечить безопасность частного жизненного проекта в рамках нерасширенной семьи. Семья отгораживается не только от внешнего постороннего мира (окна, двери), но и от родственников старшего поколения. Советская традиция проживания в одной квартире нескольких поколений семьи сегодня прерывается именно в рядах среднего класса. Его представители, с одной стороны, дорожат своим «новым автономным бытом», а с другой, – имеют финансовые возможности для отдельного проживания с родителями и (или) взрослыми детьми.

¹¹ «Лучше жить рядом, но не вместе» [женщина, 29 лет, два высших образования, юрист в крупной сырьевой компании].

Поэтому многие из респондентов планируют улучшать свои жилищные условия, расширяя жилплощадь (вплоть до строительства коттеджей в пригороде) или меняя район проживания на более престижные части города и переселяясь в «элитные дома с однородным социальным составом».

«... в перспективе хочется дом. И вообще у Влада [муж информантки. – Б.Г., Ж.Ц.] такая мечта, такой слоган – где-то просто прочитал: “Живу и работаю в своем доме”. Такой рекламный. И вот он говорит: “Хочу жить и работать в своем доме”. Я говорю: “Ну, здорово, давай дом, значит, искать”, и сейчас периодически смотрим разные объявления про дома» [женщина, 32 года, два высших образования, экономист в международной ИТ-компании].

Потребление среднего класса ориентировано уже не на удовлетворение базовых потребностей, а на статусное символическое потребление. В его основе лежит экономика желаний [Абанкина 2005], а желание, по Лакану, принципиально невозможно удовлетворить [Lacan 1977]. Подобно римской империи, которая, расширяя свою территорию, ассимилировала и умирляла варваров и в итоге сталкивалась с проблемой необходимости усмирения еще большего количества варваров на удлиняющейся границе, геометрическая прогрессия желаний расширяет границы потребления.

В рамках потребительских стратегий, связанных с недвижимостью, представители постсоветского среднего класса активно приобретают целый спектр товаров: от собственно недвижимости до широкого класса строительных товаров, мебели, бытовой техники и предметов декора (косвенным свидетельством является развивающийся в Петербурге бум интерьерных и мебельных магазинов).

Интервьюер: А если вы покупаете то-то более крупное? Вот что-нибудь для дома такое?

Респондент: А-а, я достаточно скрупулезно к этому вопросу подхожу. И вот в прошлом году мы заказывали шкаф-купе, и я думаю, что в общей сложности я, наверно, обратилась фирм в двадцать, прежде чем мы сделали выбор свой и остановились на определенной фирме» [женщина, 30 лет, высшее образование, переводчик].

Детали очень важны. Выстраивание собственного жизненного стиля требует внимательного отношения к потреблению. Нужно обзвонить 20 магазинов, прежде чем сделать покупку. Потребитель из среднего класса – это компетентный потребитель. Он владеет информацией о товарах и услугах, полученной из разных источников (СМИ, наружная реклама, специализированные издания для потребителей), знает, где и как найти такую информацию, обращает особое внимание на соотношения цены-качества, на соотношение размера траты и сервиса, освобождающего время.

Как отмечал П. Бурдьё, «возможность прочитывать жизненный стиль социальной группы по выбранной ею мебели или одежде определяется не только тем, что данные товары являются материализацией экономической и культурной необходимости, которая, собственно, и предопределила сделанный выбор. Помимо этого, в знаковых объектах, в их роскоши или убогости, в их “исключительности” или “пошлости”, их “красоте” или “отвратительности” находят свою материализацию социальные отношения» [Bourdieu 1989: 77]. Покупая квартиры и стилизуя их «не как у всех», обзванивая сотни магазинов в поисках оригинальной детали домашнего интерьера, люди из среднего класса возводят социальную границу, стараясь отгородиться подальше от бедности и приблизиться к более состоятельному слою. Поле потребления не гомогенно, а разделено на зоны, наделенные стратифицирующими смыслами. Компетентный потребитель из среднего класса разделяет эти смыслы и пытается позиционировать себя с их помощью¹².

¹² «Я никогда не буду одеваться в Апраксином дворе. Я никогда не буду есть в дешевом общепите» [женщина, 36 лет, два высших образования, финансовый аналитик].

Потребительский стиль складывается из множества мелких деталей: еды и одежды, марки машины и форм досуга, интерьера и размера квартиры. Нельзя сказать, что существуют общие стилистические правила для выбора недвижимости и сопроводительных товаров, отличающие исследуемую группу. В Петербурге еще только формируется социальное зонирование городского пространства. Наши респонденты расходятся в предпочтениях: кто-то любит центр, кто-то новые районы на окраинах, некоторые же говорят о преимуществах пригородов. Сопроводительные товары для обустройства домашнего быта также приобретаются разным образом: и в магазинах, и на изготавливающих их производствах, или же ввозятся из близлежащих стран (Финляндия, Эстония, Латвия).

Помимо вложений в товары, обустройство недвижимости предполагает также потребление разноплановых услуг. Наши респонденты прибегают к услугам риэлторов при покупке жилья, строительных бригад – для его ремонта, а некоторые для поддержания квартир в чистоте и порядке пользуются услугами домработниц. Потребление услуг, связанных с недвижимостью, имеет ряд специфических характеристик.

Новый для российского общества рынок риэлторских услуг сформировался в первые годы приватизации и может быть оценен как вполне капиталистически и более или менее прозрачный.

«Мы все делали [покупали квартиру. – Б.Г., Ж.Ц.] через риэлторскую контору. Там все прозрачно. Подписали договор, деньги в ячейку заложили, заверили акт купли-продажи у нотариуса, потом все оформили в ГБР» [женщина, 32 года, высшее образование, экономист].

Представители рассматриваемой группы охотно прибегают к услугам риэлторских агентств при покупке жилья. Опасаются только рынка новостроек, где возможны задержки со сроками сдачи, низкое качество постройки или даже мошенничество. Однако никто из наших респондентов не сталкивался лично с подобными проблемами.

Рынок ремонтных услуг, куда более сложный и старый, существовал и при плановой экономике. Тогда он был преимущественно нелегальным (а значит и не облагался налогами) и основывался на системе социальных сетей. Договоры на ремонт заключались устно, сам ремонт часто проводился непрофессионалами, но даже с профессиональными строителями случались проблемы. Вот характерный опыт ремонта в 1970-е гг.: женщина – участковый врач решила сделать ремонт в кухне и пригласила для этой цели одного из своих бывших пациентов, который был связан со строительством и мог легко достать необходимые материалы.

«Ремонт он делал за очень маленькие деньги... сейчас вспомню... 60 рублей, по-моему, я ему заплатила, если не 90. Нет, 60, по-моему... Но он сделал не так, как я хотела... Я хотела розовые стены на кухне, а он отказался. Сказал, что не может покрасить в розовый, что розовых кухонь не бывает. Я ему говорю: “я на фоне розового хорошо выгляжу”. Но он покрасил в желтоватый такой...» [женщина, 52 года, высшее образование, врач].

Современный рынок ремонтных услуг отличает сочетание рыночных и нерыночных, унаследованных из советского прошлого, механизмов функционирования, поэтому многие наши респонденты сталкивались с проблемой выбора услуг, адекватных их запросам. Наем ремонтной бригады воспринимается как сложный процесс, требующий дополнительных консультаций и задействования социальной сети, как и в советское время:

«На ремонт будем нанимать, да. Даже знаю кого – бригаду, которая делала у моей мамы ремонт. ...Это не какие-то профессионалы, да, они подхалтуривают, но делают очень качественно, очень быстро и достаточно недорого. Я думаю, что я обращусь к ним» [женщина, 30 лет, высшее образование, переводчик].

Рынок услуг по уборке и уходу за квартирой относительно молодой в Петербурге. Некоторые респонденты указывают на его слабую развитость по сравнению, например, с московским:

«Вот с уборщицами здесь гораздо хуже. С уборщицами плохо в Питере. Если с нянями здесь еще как-то можно решить проблему, то здесь... Вот у меня в Москве очень хорошая уборщица была. Она у папы в офисе убирала и у меня дома» [женщина, 30 лет, высшее образование, искусствовед].

В агентствах по найму уборщиц нередко работают неквалифицированные сотрудники¹³. Их внешний вид и отношение к работе часто не удовлетворяют ожиданиям российских «средних»¹⁴. Респонденты отмечали, что, нанимая уборщицу, часто сталкивались с непрозрачностью соотношения цены и качества услуг. В целом этот рынок воспринимается как неразвитый и проблематичный.

Образование

Следующим объектом долгосрочного потребления для исследуемой группы являются образовательные услуги¹⁵. Им уделялось значительное внимание в интервью. Подавляющее большинство респондентов имеет высшее образование (многие – два высших, а некоторые даже три).

Истории, посвященные потреблению образовательных услуг, можно разделить на две части: о собственном образовании и об образовательных услугах для детей (значительно более подробные). Информанты обычно связывают получение качественного образования с двумя следствиями: первое – последующее трудоустройство на «хорошую работу», причем профиль образования важен не всегда, и второе – «саморазвитие».

«Когда человек имеет действительно качественное образование, он не только без денег не останется, он и без жизни интересной остаться не может. Это же залог саморазвития» [женщина, 33 года, высшее образование, стоматолог].

В настоящий момент многие представители постсоветского среднего класса получают дополнительное образование в области бизнеса и экономики, психологии, искусствоведения и иностранных языков. Достаточно часто такое непрерывное образование не связывается напрямую с карьерными устремлениями, а рассматривается как хобби, «саморазвитие», «чтобы мужу не наскучить». Вероятно, в изучаемой группе существуют представления о статусной роли образования, где оно рассматривается не только с инструментальных позиций получения хорошо оплачиваемой специальности, но и как вещь самоценная («культурный капитал», по Бурдье).

Образовательные услуги для детей являются одним из основных направлений вложения капитала для представителей постсоветского среднего класса¹⁶. Как правило, их дети посещают несколько образовательных учреждений:

«О, у бедной Маши занятий прямо немеряно. Значит, полчетвертого она заканчивает школу, у нее два урока музыки в неделю, два урока русского – это учителя приходят, и у нее три балета в неделю» [женщина, 42 года, два высших образования, переводчик].

¹³ «Мне испортили пылесос – уборщица. Мне испортили вытяжку, потому что чем-то не тем помыли» [женщина, 30 лет, высшее образование, искусствовед].

¹⁴ «Ну, уборщица... от нее немножко пахнет, знаешь, алкоголем» [женщина, 42 года, два высших образования, переводчик].

¹⁵ Затраты на образование (свое и детей) занимают второе место среди семи основных вариантов ответа на вопрос «На что бы вы потратили неожиданно появившуюся у вас крупную сумму денег?» в рамках проекта «Стиль жизни и потребления среднего класса России» [Блаженкова, Гурова 2000].

¹⁶ «Я бы сейчас хотела в образование деньги вложить, мне очень хотелось бы, чтобы у меня дети получили хорошее образование» [женщина, 39 лет, высшее образование, руководитель торговой фирмы].

Характерно, что включение в рынок образовательных услуг происходит фактически с момента первой возможности ребенка эти услуги усваивать (есть случаи, когда 1,5-годовалых детей уже приобщали к различным занятиям):

«Ну, мы начали ходить по разным занятиям с полутора лет. Мы пошли к логопеду, ну, не в полтора года, в год и восемь. ...Плюс еще вот мы сначала ходили, тоже в полтора года, в "Колыбельку", это типа детских групп по системе Монтесори. Год туда отходили. ...Пробовали ходить на лепку, но как-то не получилось, потому что я вижу, что у него нет желания. Еще мы ходим в бассейн» [женщина, 34 года, среднее образование, домохозяйка].

Появившиеся в последние 15 лет частные детские сады, развивающие школы разных направлений и частные школы становятся объектом потребительского внимания представителей постсоветского среднего класса. «Это просто приоритетное направление трат в нашей семье», – говорит одна из информанток о расходах на детские образовательные услуги.

Особенностью рынка образовательных услуг является его исключительное разнообразие и неоднородность. Прежде всего, можно разделить образовательные услуги на платные и бесплатные. Люди, составляющие средний класс российского общества, пользуются в основном первыми. Дело в том, что государственная образовательная система оценивается респондентами достаточно критично. Она не дает, по их мнению, тех знаний и навыков, которые требуются для работы в рыночной экономике, поэтому представители постсоветского среднего класса активно инвестируют средства в собственное непрерывное образование и в образование детей. Некоторые респондента отмечали, что образовательные услуги обходятся достаточно дорого¹⁷, однако это не та сфера, где принято экономить¹⁸.

Очевидно, что к выбору образовательных учреждений для детей представители исследуемой группы относятся очень тщательно. Наводятся справки через знакомых, анализируется рекламная информация, родители внимательно присматриваются к условиям, персоналу, программам образовательных учреждений и социальному статусу других родителей:

«Мы долго школу выбирали. ...Проехали несколько школ. Нам хотелось, чтобы было не тридцать, не сорок человек в классе, а поменьше. Познакомились с преподавателями, с их системой. Если хорошая атмосфера в школе есть, она очень чувствуется» [женщина, 36 лет, три высших образования, совладелец торговой фирмы].

Можно сказать, что образование рассматривается как маркер принадлежности к определенному социальному слою и как пространство престижного потребления [Веблен 1984]. Очень важно, чтобы дети получили высшее образование, – это фактически императив для российских «средних». Существование такого императива обусловлено необходимостью воспроизводства социального статуса в семьях постсоветского среднего класса, и образованию как важной составляющей этого статуса уделяется много внимания.

Здоровье

Здоровье является третьим направлением долгосрочной потребительской активности. Товары и услуги здравоохранения, рекреационные и спортивные услуги являются важной составляющей потребительского стиля исследуемой группы. Интенсификация труда и многообразные стрессы и риски, характерные для работы в российском негосударственном

¹⁷ «На ребенка... в месяц... (я не говорю... про одежду) просто на образование и кружки всякие нужно около пятисот долларов» [женщина, 30 лет, высшее образование, искусствовед].

¹⁸ «Дети должны получить достойные стартовые условия. На образовании экономить глупо» [женщина, 29 лет, два высших образования, юрист крупной сырьевой компании].

секторе, придаю здоровью специфическое значение личного капитала, который необходимо поддерживать¹⁹.

Можно выделить три типа услуг, способствующих поддержанию здоровья: собственно здравоохранение (медицинские учреждения), рекреационные услуги (куда можно включить туристическую индустрию, санаторные программы и пр.) и спортивные услуги (разнообразные секции, фитнес, йога, шейпинг). Сопроводительные товары обычно включают медицинские препараты, «здоровую пищу», тренажеры и спортивный инвентарь.

Материалы интервью говорят о том, что люди из российского среднего класса, как правило, потребляют «оздоровительные услуги» в негосударственном секторе²⁰. Здоровье считается областью, где экономить крайне рискованно, а, по общему убеждению наших респондентов, полубесплатное государственное здравоохранение не способно оказывать услуги требуемого уровня. Они предпочитают платную медицину:

«Я плачу деньги, я не пациент, я клиент. Покупаю услугу. ...Здесь я доверяю, там стерильно, там уютно, там мне отвечают на вопросы» [женщина, 35 лет, высшее образование, социолог].

Бесплатно – значит плохо, некачественно, грубо. По отношению к своему здоровью и тем более здоровью детей такой подход кажется российским «средним» недопустимым. Здоровье *можно* купить:

«Когда мне врачи в обычной поликлинике что-то говорят, я тут же еду в платную поликлинику. Перепроверяю все тысячу раз. Все оказывается гораздо проще. И легче. Все обходится не антибиотиками, а обычным массажем [смеется]. Профессионализм врачей, от него все зависит. Возможно, в платной клинике берут врачей только именитых, у которых есть какой-то опыт, стаж. Сына вот водим к какому-то неврологу модному, в дорогой центр. Потому что в обычном центре прописали антиседативные препараты, сказали, что с вашим ребенком не все в порядке» [женщина, 29 лет, два высших образования, юрист крупной сырьевой компании].

Следует оговориться, что квазирыночные представления о том, что профессиональное, внимательное отношение к пациенту должно быть оплачено, существовали и в советский период. Имелись тогда и нелегальные практики оплаты медицинских услуг. «Благодарность» врачу, часто найденному через знакомых, могла выражаться и шоколадками, и коньяком, и духами, и собственно деньгами. Но структурные условия – плохое оснащение больниц, многоместные палаты и линялое белье – нельзя было изменить на уровне личных связей или денег. Сегодня платная медицина – это медицина с «евроремонтом», вышколенным медперсоналом и одноместными палатами, украшенными живыми цветами. Отношение к ней у респондентов разное. Одни считают, что в платных медицинских услугах все оказывается «проще, легче и лучше», непрозрачные отношения «лечение-благодарность» сменились прозрачной сделкой по покупке медицинских услуг, осуществляемой в условиях широкого выбора. Для других главное отличие платной медицины – прежде всего внешний антураж. Индивидов, придерживающихся такой позиции, больше интересует профессиональная квалификация врача, чем к то, в каком лечебном учреждении он работает – платном или бесплатном (государственном). Поиск «хорошего специалиста»

¹⁹ «Ну, здоровье... надо поддерживать. Это в некотором смысле теперь капитал» [женщина, 36 лет, высшее образование, журналист].

²⁰ Эту тенденцию подчеркивают и другие исследователи. Например, И. Козина пишет, что бесплатные медицинские учреждения, работающие в условиях хронического недофинансирования, не обеспечивают всего спектра необходимых медицинских услуг, востребованных населением [Козина 2003: 90], поэтому платная медицина, где нет очередей, где не нужно униженно подкладывать врачу конверт, чтобы получить стандартный набор услуг, – верная примета нашего времени [Кравченко, Письменная 2005: 28].

осуществляется обычно посредством социальных сетей, что во многом напоминает практики советского времени:

«Опять начали искать какого-то хорошего специалиста, поскольку моя свекровь работает в области, смежной со здравоохранением, есть выходы на какие-то диагностические учреждения, на людей, которые делают диагностику» [женщина, 24 года, высшее образование, референт].

Новой тенденцией, которую нужно отметить, является использование страховых компаний для обеспечения поддержания здоровья. Представители среднего класса либо прикрепляются к страховым компаниям на работе, либо оплачивают их услуги самостоятельно (в рамках добровольного медицинского страхования). Это новый сектор оформляющегося рынка медицинских и оздоровительных услуг. Один из примеров подобного поведения представлен в нижеследующем нарративе:

«Мы купили абонемент в страховой компании «ХХХ». Когда Катя родилась, у нас был... дизбактериоз кишечника. И нам пришлось найти такую страховую компанию, которая всё – и анализы, и прививки, всё делает на дому. И врач приезжал раз в месяц, сейчас раз в два месяца. ...И вот, я сначала маленькую застраховала, потом и старшего на девять месяцев я страхую тоже в этой компании. У нас один и тот же врач, получается как такой семейный доктор» [женщина, 33 года, высшее образование, домохозяйка].

Как явствует из интервью, для респондентов здоровье – это своеобразный капитал, в который нужно делать регулярные инвестиции. Вложения в здоровье, наряду тратами на недвижимость и образование, являются основными направлениями потребительского стиля представителей постсоветского среднего класса. Другие направления потребления в значительно меньшей степени проблематизируются в интервью. Возможно, это происходит потому, что потребление «товаров первой необходимости» (таких, как еда или одежда) имеет уже устоявшиеся повседневные формы, которые не лежат в поле престижного потребления.

* * *

Странно, но в интервью практически не упоминались истории о выборе и покупке автомобиля. Можно предположить, что машина в начале XXI в. становится для российского среднего класса «просто необходимостью», а не предметом престижного потребления, коим она была на протяжении 70 лет плановой экономики. Как указывала Н. Лебина, в 1977 г. на 100 семей в СССР приходилось всего чуть более шести автомобилей. После создания автогиганта (ВАЗа) в Тольятти, выпускающего «Жигули», в конце 1970-х годов машины стали поступать в продажу через автомагазины, где на них по-прежнему производилась запись. Люди стояли в очереди по несколько лет. Автомобильный бум пришел в Россию только в середине 1990-х годов, когда советская цивилизация прекратила свое существование [Лебина 2006: 37–39]. Теперь автомобиль – само собой разумеющееся правило, уже не обсуждаемое основание нового быта. У значительного числа наших информантов имеется машина, она играет важную роль в повседневных практиках потребления²¹. Данные количественных исследований указывают, что автомобили имеются у почти у 40% представителей российского среднего класса [Российский средний класс... 2003: 24] и численность автолюбителей постоянно растет [Бавин, 2006: 8].

²¹ «Рулить – все рулим как бы» [женщина, 32 года, два высших образования, экономист в международной ИТ-компании]; «У нас две машины. Без машины сейчас даже продукты не купишь нормальные» [женщина, 33 года, высшее образование, домохозяйка].

3. К новому быту через потребление: среда-I и среда-II

Когда основания «нового быта» заложены (собственная недвижимость, автомобиль, хорошее образовательное учреждение для детей, доступ к качественному медицинскому обслуживанию и рекреативным услугам), когда основные условия созданы, отрываются возможности для потребительских фантазий. На этой стадии начинается нюансы потребительских стратегий. На что потратить текущие средства? На дизайнерское оформление жилья или на квартиру в более престижном районе? На обновление транспортного средства или дополнительную (к уже имеющимся) образовательную услугу ребенка? На отпуск в Европе или на приобретение дачи?

Представители постсоветского среднего класса считают необходимым развитие и совершенствование уже имеющегося уровня «нового быта». Благо рыночная экономика предоставляет почти бесконечные возможности для стилистических игр потребления. Всегда найдется более престижный ресторан, лучшая марка автомобиля или «исключительный курорт, где почти нет русских».

В своем фундаментальном труде «Различение: социальная критика суждений вкуса» П. Бурдьё, говоря об отношениях, возникающих между исходными потребительскими привычками индивида и его продвижением вверх по социальной лестнице, заметил, что в данном случае не исключен стилевой конфликт. «Несоответствие между двумя ситуациями обычно является результатом разрыва (если не пропасти) между потребительскими практиками, сложившимися на ранних стадиях развития индивида (так называемая «среда-I») и теми потребительскими привычками, которыми индивид пытается овладеть на более поздних стадиях своей карьеры и жизни («среда-II»)» [Bourdieu 1989: 66–69]. Можно сказать, что представители постсоветского среднего класса как группа находятся в переходном состоянии из «среды-I» к «среде-II». Некоторые информанты осознают этот стилистический разрыв:

«И когда у меня появились эти две женщины-уборщицы, я сразу поняла, что есть две страшные проблемы: это не впасть в дружеские отношения с людьми, которые у тебя работают, и не... ну, условно говоря, не поставить себя в ряд такой богатой – распальцованной, а вы здесь у меня тля болотная, и так далее. И вот соблюсти эту грань очень сложно. ...То есть, с одной стороны, надо человека не обидеть, а с другой, – держать дистанцию и близко не подходить. Это очень трудно, это можно сделать только интуитивно. В свое время в дворянских семьях воспитывали это с детства» [женщина, 40 лет, высшее образование, владелица рекламного агентства].

Новый стиль жизни требует от представителей среднего класса усвоения определенных навыков поведения, которые «воспитывались с детства» у представителей состоятельных слоев прошлого. Эта работа требует длительного времени. Пока же российские «средние» подчеркивают стилистическое своеобразие своего образа жизни в ходе потребления продуктов индустрии досуга.

Рекреативные услуги как объект потребительских фантазий среднего класса

«В настоящее время становится заметно, – пишет Ж. Бодрийяр, – что социальная иерархия приобретает более тонкие критерии: характер труда и ответственности, уровень воспитания и культуры становятся маркерами, определяющими социальный статус» [Бодрийяр 2006: 83]. Материалы интервью позволяют говорить о тенденции: представители постсоветского среднего класса стараются перепоручить рутинные бытовые обязанности наемным работникам или бытовой технике, чтобы освободить больше времени для досуга и культурного потребления:

«Стирает машина, посуду моет тоже машина. Глажки у нас почти нет. Полы моет уборщица» [женщина, 34 года, высшее образование, редактор журнала].

«Я сама люблю покушать, чтобы кто-то другой это приготовил. Вот если буду хорошо жить, я, конечно, кухарку найму» [женщина, 32 года, два высших образования, экономист в международной ИТ-компании].

Начиная с определенного уровня экономического развития, досуг приобретает все большую автономию от труда и становится самостоятельной ценностью [Friedmann 1961]. В концепциях постиндустриального общества сфера досуга рассматривается как важнейшая социальная подсистема [Dumazedier 1967]. Манера проведения свободного времени – простой способ продемонстрировать статусное потребление. Представители постсоветского среднего класса значительное внимание уделяют своему досугу. После недвижимости, образования и здравоохранения – это четвертая по объему вложений статья их расходов. Есть два неравнозначных вида трат в сфере досуга, осуществляемых российскими «средними». Наиболее капиталоемким являются траты на отпуск – как правило, на семейные туристические туры. Меньшие средства тратятся на отдых в выходные. Наиболее широко распространены три типа рекреационной активности по выходным: 1) популярны прогулки в исторических парках (Пушкин, Павловск, Петродворец); 2) обычными являются встречи с друзьями в различных заведениях капиталистического общепита и рекреации (еда в публичных местах, винные дегустации, боулинг, шоппинг, кино, театры, музеи, семейные развлекательные центры); 3) дачный отдых (а также отдых на турбазах, поездки на пикники, рыбалку, охоту).

Значительное место в структуре досуговой активности занимают хобби. Наши информанты увлекались работой волонтером в кризисном центре для подростков, изучением иностранных языков, «проведением домашних тренингов по снам», художественным фото, живописью, эстрадными танцами, а также многообразными формами ухода за телом (спорт, фитнес, массажи).

Другим важным признаком досуговой активности российских «средних» можно считать подчеркнутое внимание к потреблению культурных ценностей. В интервью респонденты обязательно упоминали о своем недавнем посещении музея, театра или исторического памятника²². К «потреблению» культуры пытаются приучить детей:

«Мои дети ходят в художественную студию при Эрмитаже два раза в неделю. ...Более или менее регулярно мы ходим в театр. Это либо какие-то детские спектакли, либо взрослые, классика какая-то, я стараюсь их водить» [женщина, 39 лет, высшее образование, руководитель торговой фирмы].

Посещение музеев и театров, приобщение к памятникам истории и культуры является частью жизненного стиля среднего класса в России:

«Вот вчера мы, например, ходили в Эрмитаж... до этого и в Зоологический музей мы ходили, и в театр, и на концерт...» [женщина, 34 года, среднее образование, домохозяйка].

«Средние» русские пытаются уместить в небольшие отрезки времени, свободные от зарабатывания денег, всё возможное стилистическое разнообразие, которое подчеркивало бы их идентичность. Постоянный рост количества и разнообразия рекреационных услуг создает инфраструктурные возможности для индивидуальной стилизации свободного времени.

²² «Выходные дни... ну, естественно, надо стараться по возможности куда-то выбраться, отдохнуть, сходить в кино или в театр» [женщина, 47 лет, высшее образование, ведущий инженер на совместном предприятии].

Предметы первой необходимости как объекты рутинного потребления

Кроме долгосрочных инвестиций в недвижимость, здоровье и образование, а также регулярных досуговых трат, представители среднего класса, естественно, вовлечены в расходы на «базовые потребности». Это последнее направление потребления, которое нельзя не упомянуть – практики повседневного потребления «товаров первой необходимости», т.е. продуктов питания и одежды. Здесь также существуют возможности для стилистического многообразия. Однако есть и общие для всей группы практики. В частности, это автошоппинг. Почти все информанты закупают продукты раз-два в неделю в крупных супермаркетах или на рынках, отправляясь за покупками на собственных авто²³. В крупных торговых центрах делаются закупки на неделю. Скоропортящиеся или быстро расходуемые продукты покупают в любых торговых точках, которые ближе к дому. Ушла в прошлое советская практика закупки круп или консервов впрок, когда покупка «про запас» давала ощущение страховки в условиях дефицита [Герасимова, Чуйкина 2004: 75]. Продовольственное изобилие дает возможность «средним русским» не заботиться об отсутствии того или иного пищевого продукта, были бы деньги. Стратификация теперь выстраивается не по линии «отсутствия-наличия» крупы, сосисок или бананов, а в направлении качества этих продуктов.

Одним из характерных признаков, отличающих потребление продуктов питания людьми из постсоветского среднего класса, является внимательное отношение к качеству продуктов. Здоровое питание – один из «пунктиков» российского среднего класса:

«Я часто ем каши с чем-то таким. Ну, сухофрукты там, полезная пища. По выходным жена что-то варит. Мы вообще стараемся общепитом не пользоваться. Наш общепит абсолютно негоден» (мужчина, 38 лет, высшее образование, директор по персоналу в торговой компании).

Что касается одежды, то информанты предпочитают покупать ее в фирменных магазинах, продающих известные бренды. Также практикуются целенаправленные шоп-туры в Европу. Вещевые рынки, маленькие магазинчики, торгующие дешевой одеждой и обувью, обычно исключены из потребительских маршрутов постсоветского среднего класса²⁴.

Подобные практики говорят о том, что представители исследуемой группы являются компетентными покупателями, которые информированы о качестве товаров повседневного употребления и хорошо ориентируются в ценах. Однако незначительное внимание, которое уделялось потреблению предметов первой необходимости в рассказах респондентов, возможно, указывает на то, что покупка продуктов питания и одежды сейчас играет второстепенную роль в создании жизненного стиля, поэтому и практически выпадает из нарративов. Еда и одежда для представителей среднего класса – обыденные и непроблематизируемые статьи расходов, «предметы первой необходимости» не считаются товарами статусного потребления, поэтому редко упоминаются в интервью.

4. Заключение

Хрущевская программа строительства коммунизма как предела счастья и изобилия должна была реализоваться к началу 1980-х годов. История показала, что идеалы коммунизма оказались погребены под потребительскими желаниями советских людей. Очутившись в условиях рыночного изобилия бывшие «советские люди» еще некоторое время должны были

²³ «Мы едем на выходные в ближайший большой магазин, в “Ленту”, там, или в “Пятерочку”, закупаем сразу много продуктов» (женщина, 27 лет, высшее образование, маркетолог).

²⁴ «Одежду я покупаю, когда езжу к родственникам в Германию. Покупаю одежду там, в хороших магазинах во время распродаж» [женщина, 36 лет, высшее образование, переводчик].

«учится потреблять», т.е. выработать адекватную новым условиям манеру тратить деньги. Возможно, анекдотические примеры демонстративного (символического) потребления «новых русских» могут служить иллюстрацией этих поисков стиля [см., например: Ушакин 1999].

Все наши информанты социализировались и приобретали первый потребительский опыт при советской экономике дефицита (среда-I, по Бурдые). Стилизовать свою жизнь отличным от других образом в условиях распределительной плановой экономики и господства идеологии эгалитаризма было трудно. Сегодня каждый волен самостоятельно аранжировать свою жизнь, что в значительной степени реализуется посредством потребительской активности. Однако пока рано говорить о появлении устойчивых, характеризующих социальную принадлежность стилей потребления.

Возможно, в ближайшем будущем мы станем свидетелями того, как развитие и воспроизводство некоего цельного потребительского стиля позволит людям, составляющим исследуемую группу, сконструировать себя как «особый потребительский класс» (среда-II) и создать символические фильтры, отделяющие их от социальных групп на ступеньку ниже на потребительском Олимпе. Но создание таких стратификационных барьеров требует определенного времени. Символы должны устояться, стать разделяемыми атрибутами принадлежности к определенной группе и легко прочитываться людьми из разных социальных слоев.

Данные нашего исследования указывают, что поиски стиля продолжаются. Это ведет к многообразию потребительских стратегий, общие черты которых мы постарались выделить в нашей статье. Представители постсоветского среднего класса ориентируются на перспективное потребление долгосрочных товаров и услуг, которые позволят им стабильное воспроизводство себя как части этого потребительского класса.

Советские статусные признаки (квартира, дача, машина), которые обозначали принадлежность к среднему и высшему социальному классу до конца 1980-х годов, отчасти девальвировались и подверглись ревизии в условиях рыночной экономики. Теперь, помимо недвижимости, значимым ресурсом стали образование и здоровье, престижные формы проведения досуга и культурное потребление. Как отмечал Ю. Веселов, «общество из производительного постепенно переходит в состояние потребительного. Основные потребности населения – в питании, жилье, медицинском обслуживании, в труде, – так или иначе удовлетворяются, и более важное значение приобретают другие потребности, бывшие ранее вторичными» [Веселов 1998]. Потребление постсоветского среднего класса ориентировано уже не столько на удовлетворение базовых потребностей, сколько на статусное символическое потребление. Формирующийся российский средний класс присматривается к практикам потребления наиболее обеспеченного слоя. Его представители уже готовы платить за товары и услуги чуть больше, чтобы получить дополнительные гарантии качества и освободить свое свободное время.

Можно констатировать гибкость и изменчивость стратегий потребления. Например, новой тенденцией, получившей массовое распространение на протяжении 2005 г., можно считать вовлечение значительной части населения в получение кредитов, доступ к которым в предыдущие годы был ограничен. В условиях укрепления рубля и роста доходов населения, банки начали постепенно улучшать условия – потребительские кредиты стали более долгосрочными, проценты снизились. По данным Центробанка России, по состоянию на 1 января 2004 г. объем потребительских кредитов, выданных физическим лицам, составлял 28,4 млрд. рублей, на 1 января 2005 г. – 60,3 млрд. рублей, а на 1 января 2006 г. – уже 100 млрд. рублей [Орешкин 2006]. Таким образом, помимо «жизни на сбережения», расширяется практика «жизни в кредит» [Радаев 2005: 15], что также можно считать маркером формирования новых по отношению к периоду 1990–2000 гг. потребительских стилей.

Кредитование еще шире открывает «двери потребления» для представителей постсоветского среднего класса. В связи с этим особенно актуальным оказывается замечание З. Баумана о том, что современное общество стало свидетелем наступления «нового способа господства», который «отличается тем, что заменяет репрессии приманками, политику – связями с общественностью, властные полномочия – рекламой, навязывание нормы – созданием потребностей» [Bauman 1987: 167–168]. Примеряя эту мысль к истории российского общества последних десятилетий, можно сказать, что постсоветское общество и особенно его средний класс – это люди, которые выбрали мелкую диктатуру потребления, отвергнув тоталитаризм плановой экономики.

Литература

- Абанкина Т. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» // Отечественные записки. 2005. № 4. <http://www.strana-oz.ru/?numid=25&article=1101>
- Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б.С. Потребления общество / Социологический словарь. Казань: Изд-во Казанского ун-та, 1997.
- Александрова О.А. Российский средний класс: идейный контекст становления // Общественные науки и современность. 2002. № 1. С. 25–33. <http://ecsocman.edu.ru/ons>
- Бавин П. В ожидании среднего класса // Социальная реальность. 2006. № 1. С. 7–13.
- Бауман З. Мыслить социологически. М.: Аспект-пресс, 1996.
- Блаженкова О., Гурова Т. Класс. Средние русские // Эксперт – Северо-запад. 2000. № 34–35 (247).
- Беляева Л.А. Средний класс в современном российском обществе. М.: РОССПЭН, 1999. (а)
- Беляева Л.А. В поисках среднего класса // Социологические исследования. 1999. № 7. С. 72–77. <http://ecsocman.edu.ru/socis> (б)
- Беляева Л.А. Социальные слои в России: опыт кластерного анализа // Социологические исследования. 2005. № 12. С. 57–64. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Бодрийяр Ж. Общество потребления. М.: Республика; Культурная революция, 2006.
- Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
- Веселов Ю.В. Экономическая социология постмодерна // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. I. № 1. С. 72–80. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>
- Волков В.В. Силовое предпринимательство. СПб: Летний сад, 2002.
- Герасимова Е., Чуйкина С. Общество ремонта // Неприкосновенный запас. 2004. № 2 (34). С. 70–77. <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=25010960>
- Герасимова М.В., Громова Е.И., Шпара К.И. Автопортрет среднего класса в Санкт-Петербурге // Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. Т. VIII. № 2. С. 165–179. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>
- Гладарев Б. Трудовые стратегии «советских специалистов» в конце 90-х годов: проблема укорененности экономического поведения // Вопросы экономики. 2004. № 12. С. 141–152.
- Добрынина Е. Кто нам должен – всех прощаем // Российская газета. 2005. 7 декабря.
- Кабалина В., Кларк С. Новый частный сектор: занятость и трудовые отношения // Занятость и поведение домохозяйств: адаптация к условиям перехода к рыночной экономике в России / Под ред. В. Кабалиной, С. Кларка. М.: РОССПЭН, 1999. С. 19–107.
- Кивинен М. Средний класс в современной России // Мир России. 2004. № 4. С. 143–170. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Козина И.М. Усиление влияния неформальных механизмов распределения ресурсов как следствие трансформации системы здравоохранения // Неформальная экономика в постсоветском пространстве: Проблемы исследования и регулирования / Под ред. И.Б. Олимпиаевой, О.В. Паченкова. СПб.: Центр независимых социологических исследований, 2003. С. 90–99.
- Козлова Н. Советские люди. Сцены из истории. М.: Европа, 2005.

- Кравченко С., Письменная Е.* Остается умыться руки // Русский Newsweek. 2005. № 20 (50). 6 декабря.
- Лебина Н.Б.* Энциклопедия банальностей. Советская повседневность: Контуры, символы, знаки. СПб.: Дмитрий Буланин, 2006.
- Леденева А.* Неформальная сфера и блат: гражданское общество или (пост)советская корпоративность? // Pro et Contra. 1997. Т. 2. № 4. Осень. С. 113–124. <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/55641.htm>
- Лотман Ю.М.* Беседы о русской культуре: Быт и традиции дворянства (XVIII – начало XIX в.). СПб.: Искусство, 1994.
- Наумова Н.* Жизненная стратегия в переходном обществе // Социологический журнал. 1995. № 2. С. 5–22.
- Николаев В.* Советская очередь: Прошлое как настоящее // Неприкосновенный запас. 2005. № 5 (43). С. 55–61. <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=55011503>
- Орешкин А.* Кредитная история болезни // Город weekly. 2006. № 12. 3 апреля.
- Осокина Е.* Прощальная ода советской очереди // Неприкосновенный запас. 2005. № 5 (43). С. 48–54. <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=50011513>
- Попова И.П.* Средние слои, средний класс в российском обществе – к проблеме соотношения // Социологические исследования. 2005. № 12. С. 65–76. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Порецкина Е.М.* Изменения в потреблении в конце 1990-х гг.: новые черты потребительских моделей петербургских семей // Социология потребления / Под ред. Л. Волчковой, Ю. Гронова. СПб.: Социологическое общество им. М.М. Ковалевского, 2001. С. 40–60.
- Радаев В.В.* Социология потребления: основные подходы // Социологические исследования. 2005. № 1. С. 5–17. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Романов П., Ярская-Смирнова Е.* Фарца: Подполье советского общества потребления // Неприкосновенный запас. 2005. № 5 (43). С. 62–68. <http://www.nz-online.ru/index.phtml?aid=55011505>
- Российский средний класс: динамика изменений (1999–2003 гг.). Аналитический доклад. М.: АИРО-XX, 2003.
- Средние классы в России: экономические и социальные стратегии / Под ред. Т.М. Малевой. М.: Гендальф, 2003.
- Судьбы людей. Россия XX век: биографии семей как объект социологического исследования / Под ред. В. Семеновича, Е. Фотеевой. М.: Институт социологии РАН, 1996.
- Ушакин С.* Количественный стиль: потребление в условиях символического дефицита // Социологический журнал. 1999. № 3/4. С. 235–250.
- Шанкина А.Ю.* Средний класс в России: охота на Несси // Политические исследования. 2003. № 1. С. 103–111.
- Шрадер Х.* Экономическая социология. СПб: Петербургское востоковедение, 1999.
- Цирель С.В.* Рыночная экономика и типы потребления // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2004. Т. 2. № 1. С. 45–58. <http://ecsocman.edu.ru/evjur/>
- Bauman Z.* Legislators and Interpreters: On Modernity, Post-modernity and Intellectuals. Cambridge: Polity Press, 1987.
- Bourdieu P.* Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste. N.Y.: Routledge, 1989.
- Dumazedier J.* Toward a Society of Leisure. N.Y.: Free Press, 1967.
- Friedmann G.* The Anatomy of Work. L.: Heinemann, 1961.
- Lacan J.* The Mirror-Stage as Formative of the I as Revealed in Psychoanalytic Experience. N.Y.: W.W. Norton & Co., 1977.
- Lonkila M.* Social Network in Post-Soviet Russia: Continuity and Change in Everyday Life of St. Petersburg Teachers. Helsinki: Kikimora publications, 1999.

ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ



2-е место
Победитель конкурса 2007 г.
журнала «Экономическая социология»

Е.И. Пашина

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СТРАТИФИКАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ЗАНЯТОСТИ



ПАШИНИНА

Екатерина Игоревна – аспирант
Саратовского государственного
технического университета.
Email: pashininaei@mail.ru

Целью работы является выявление социально-профессиональных характеристик занятости, влияющих на процессы социальной стратификации и конструирование среднего класса общества. В работе рассматриваются стратификационные процессы занятости в контексте неравного доступа к образовательным и профессиональным и властным ресурсам регионального пространства. Автором представлен теоретико-методологический анализ социальной структуры и проведено эмпирическое исследование профессиональных аспектов социальной стратификации.

Введение

Пространство занятости представляет собой множество пересекающихся плоскостей, каждая из которых может быть объектом исследования: взаимодействие работников, работодателей и профсоюзов; правовое регулирование процессов занятости, государственная и негосударственная политика занятости; взаимодействие государства, бизнеса и общественных организаций; стратификационные процессы и другое. *Пространство занятости* мы рассматриваем как сферу трудовой деятельности, включающую процессы государственного и негосударственного регулирования деятельности субъектов на рынке труда, а именно: работников и работодателей, предпринимателей, союзов работников, предпринимателей и организаций, государства. Стратификационные процессы пространства занятости связаны с неодинаковым доступом к образовательным и профессиональным ресурсам и с разными возможностями групп населения влиять на изменение социальных статусов, процессов и условий жизни.

Слабая инфраструктура поддержки основной части населения, механизмов стимулирования активности, предпринимательской деятельности, отсутствие реальных механизмов защиты от

ущемлений прав работающих и безработных граждан привели к увеличению численности слабо защищенных клиентов службы занятости и к резкому массовому обнищанию работающего населения. Актуальность изучения взаимовлияния процессов в социальной структуре общества и в структуре занятости проявляется в поляризации общества по доходу, уровню и качеству жизни, различных установках населения на социальную активность.

Целью работы является выявление социально-профессиональных характеристик занятости, которые влияют на процессы социальной стратификации и конструирование среднего класса. *Объект исследования* – стратификационное пространство городской занятости Саратовской области как сфера развития регионального среднего класса. *Предмет исследования* – формы стратификации в сфере занятости.

Задачи исследования:

- формирование теоретико-методологической основы исследования стратификационного пространства занятости;
- проведение опроса по проблеме профессиональных аспектов социальной стратификации и конструирования стратификационных образов;
- сравнение значимости критериев социальной стратификации;
- выявление стратегий повышения социального статуса и механизмов поддержки среднего класса.

Выдвинута следующая исследовательская *гипотеза*: политика занятости влияет на формирование среднего класса через процессы поддержки работодателей, предпринимательства, улучшение качества рабочих мест, формирование образовательного пространства, ориентацию на обучение, переобучение и повышение квалификации как основу развития человеческих ресурсов и увеличение мобильности на рынке труда.

Стратификационная модель занятости: теоретико-методологические основы исследования

Современные формы неравенства, связанные разным доступом к социально-экономическим и властным ресурсам, трансформируют стратификационную модель занятости. Институт защиты прав личности декларирует возможность индивиду самостоятельно выбирать профессию, сферу и форму занятости. Наряду с этим существуют механизмы воспроизводства неравенства, оцениваемые в обществе как несправедливые. Это могут быть особенности выбора профессии, обусловленные недостаточной доступностью хорошего образования и низким качеством полученного образования, наличие или отсутствие качественных рабочих мест в регионах, зависимость социально-экономического положения индивида от статуса поселения и от государственных трансфертов («западня бедности»), несбалансированность процессов спроса и предложения на рынке труда, механизмы профессионального закрытия.

Задача выбора терминологии и единиц анализа социальной структуры осложнена традициями противопоставления классового и стратификационного подходов, которые, на наш взгляд, продуктивнее рассматривать как взаимодополняющие. Марксистский подход к пониманию класса основан на делении населения на классы буржуазии и пролетариата как реальных общностей и политических сил, на основании собственности на капитал и средства производства. Наряду с основными капиталистическими классами признавалось существование социальных слоев и групп, рассматриваемых как остаточные и преходящие формы прошлых эпох (например, городская мелкая буржуазия, крестьяне, наемные управляющие, чиновники, интеллигенция). М. Вебер показывает влияние экономической позиции, определяемой через образование, квалификацию и капитал, на жизненные шансы индивида и соответственно выделяет класс собственников, интеллектуалов,

администраторов и менеджеров, мелкобуржуазный класс мелких бизнесменов и владельцев магазинов, рабочий класс.

По П.А. Сорокину, социальная стратификация – это дифференциация некой социальной совокупности людей (населения) на классы в иерархическом ранге. Как отмечает В.Ф. Анурин, «классовое деление (*классификация*) не только может, но и должно быть закономерно дополнено делением на страты (*стратификацией*)». В этом же контексте средний класс определяется Е.М. Авраамовой как «единая социальная целостность, внутри которой по разным основаниям выделяются различные социально-экономические группы» [Авраамова 2002]. Крупный масштаб категории «класс», удобный при макроподходе, нуждается в детализации при региональном анализе. С точки зрения практических политических и административных потребностей важно определить способы стратификационных измерений и анализа социального неравенства на местном уровне.

При учете функциональной значимости неравенства обществу важно отслеживать, чтобы «наименее существенные позиции не могли успешно конкурировать с наиболее существенными», но если нет проблем с заполнением важных позиций «то нет нужды их сильно вознаграждать» [Дэвис, Мур 2002]. Наряду с дифференцирующей функциональной важностью нужно отслеживать и дифференцирующую редкость персонала, связанную со способностями и подготовкой. Такая функциональная позиция может характеризовать довольно стабильные, равномерно развивающиеся общества. Российские реалии показывают множество примеров «незапланированных» и нелогичных траекторий изменения статуса. В кризисные периоды институциональные и легальные механизмы изменения статуса утрачивают свою значимость, уступая первенство непредсказуемым и иррациональным тенденциям. Для описания процессов, происходящих в кризисные этапы развития общества, на наш взгляд, более удачен конфликтологический подход. Теории конфликтов подчеркивают антагонистические интересы общественных групп, стремящихся к достижению более высокого социального, экономического и политического статусов. Поэтому социальную стратификацию как борьбу за дефицитные ресурсы определяют интересы индивидов, а не общественные нужды.

Классовая стратификация как результат общественного разделения труда связана с реализацией социальных интересов и удовлетворением актуальных потребностей групп, формированием отношений частной собственности при распределении доли общественного богатства. В современном постиндустриальном обществе отношения собственности (акционирование, управление капиталом не-собственниками) стали неоднозначными.

Система стратификации, по К. Дэвису и У.Муру, зависит от распределения вознаграждения и престижа технических позиций в структуре специализации труда. «Крайнее разделение труда склонно создавать много специалистов, не имеющих высокого престижа, так как у них короткое обучение и требуемые природные способности относительно невелики...» [там же]. Так, упрощение системы подготовки специалистов по системе научного анализа труда Ф. Тейлора снизило статус высококвалифицированных рабочих и упростило воспроизводство технических профессионалов.

Неоправданность марксистских прогнозов относительно поляризации классов собственников и работников связана, по мнению П. Дракера, с ростом интенсивности производительности труда в результате внедрения научного анализа трудовых процессов Ф. Тейлора. Профсоюзы, интеллигенция и собственники критиковали Ф. Тейлора за отрицание им «квалифицированного труда»: любая качественно выполненная работа заслуживает «первоклассной платы труда», стремления перераспределить доходы в пользу рабочих, ввести «профессиональное управление» [Дракер 1999]. Эффективное управление как ресурс становления посткапиталистического общества, связанное с применением и эффективностью знания, становится, по мнению П. Дракера, все более значимым для регулирования таких ресурсов, как земля, рабочая сила и капитал.

Неоднозначную трактовку системы классовых отношений при противопоставлении классов буржуазии и рабочих предлагают Э. Райт, С. Костелло, Д. Хейчен, Дж. Спрейг: группы менеджеров характеризуются спорным статусом, подчиняясь собственникам и управляя рабочими, что порождает противоречие позиций в способах производства. Противоречивые позиции проявляются в деятельности предпринимателя, не использующего труд наемных рабочих. Статус полуавтономных служащих (адвокаты, врачи, ученые), контролирующих свой рабочий процесс и не владеющих средствами производства, также противоречив. Согласно исследованию этих авторов, структура американского общества представлена преимущественно рабочим классом и близкими к нему позициями (65–70% всех обследованных), т.е. США – классово дифференцированное общество, которое остается обществом «среднего класса» лишь в культурно-идеологическом смысле. Классовая и профессиональная принадлежности не тождественны, поскольку профессия описывает техническое содержание работы, а «класс выражает отношения господства и присвоения, внутри которых собственно и разворачивается техническая деятельность» [Райт, Костелло, Хейчен, Спрейг, 1984].

При стратификационном анализе тривиально соотносить только вид трудовой деятельности и соответствующее ему место в социальной иерархии. На обыденном уровне мы легко назовем те виды деятельности, которые соотносятся с высоким (деятели искусства, науки, политики) или низким (дворники, посудомойки, грузчики, слесари) социальным статусом. Более же внимательный анализ подразумевает, например, вопрос о том, что такое профессиональная деятельность и насколько должность и профессиональные качества определяют социальный статус.

В качестве стратифицирующих признаков мы рассматриваем пол, возраст, образование, социально-профессиональный статус, состояние здоровья, доход, место проживания и другие факторы.

Возраст

Возрастная профессиональная сегментация рынка труда имеет неоднозначную оценку. С одной стороны, важно учитывать естественный процесс повышения социального статуса в профессиональной иерархии с накоплением опыта, знаний и навыков в течение жизни. Так, В.А. Бондаренко отмечает «положительную зависимость социального статуса на разных этапах жизненного пути» от профессионального статуса и уровня образования индивида [Бондаренко 2002: 126]. С другой стороны, как отмечает П.В. Романов, такой подход соответствует только «стабильному состоянию общества, где должностной рост является определяющим признаком успеха» и не учитывает «уровень дохода, который в настоящее время является весомой альтернативой карьерному продвижению» [Романов 1998: 55]. Более того, российская реальность свидетельствует об уязвимом положении работников молодых и предпенсионных возрастов, что оценивается как «особенность российского рынка труда. Наоборот, именно эти [старшие. – Е.П.] группы должны характеризоваться высокой конкурентоспособностью на рынке и высокой производительностью труда» [Доходы и социальные услуги... 2005: 125]. Таким образом, возраст как стратифицирующий фактор определяет, по В.А. Бондаренко, «неодинаковые риски оказаться в неблагоприятном положении на рынке труда – либо потерять работу и войти в состояние безработицы, либо оказаться на низкооплачиваемой работе».

Социально-профессиональный статус

Мощный технологический прорыв породил множество форм занятости в связи с обслуживанием и совершенствованием техники, а в связи с развитием множества социально

ориентированных профессий существенно изменилась структура занятости и отношение к труду. Повысились требования к работникам относительно освоения новых технологий в промышленной и социальной сферах, способности к анализу, готовности к инновациям, риску, постоянному профессиональному росту. Появляются новые виды труда, новые профессии, выполняющие посредническую, обслуживающую функцию в современном обществе – например, в сфере экономического обслуживания это риэлторы, трейдеры, логистики, мерчендайзеры.

Требования к профессионалу связываются в основном с требованиями эмоциональной гибкости и креативности, что придаст организации определенный «запас прочности». Среди стратификационных факторов нематериального характера выделим также навыки использования информационных ресурсов, способность к усвоению и производству знаний, ведущие к индивидуализации социальной структуры, жизненным шансов, достижению индивидуального успеха. Л.В. Санкова оценивает увеличение неравенства на рынке труда как результат организационной революции, усиливающей «сегментацию между периферией и ядром занятых», связанную с «различным интеллектуальным капиталом занятых, отношениями собственности на монопольный ресурс рабочей силы – знания и компетенцию» [Санкова 2004: 51]. Организационная революция связывается с инновационными процессами в сфере занятости, усилением информационных потоков, повышающих гибкость физического и человеческого капитала и меняющих предпочтения относительно занятости и потребления. При этом фактор «владения знанием» определяет «размывание средней страты работников», в результате чего происходит поляризация «привилегированного слоя работников разных профессий и должностей», с одной стороны, и группы работников, занятых низкооплачиваемой деятельностью, не требующей высокой квалификации, с другой.

Место проживания

Критический источник неравенства в мировом масштабе определен О.И. Шкаратаном и В.В. Карачаровским в форме «различного времени доступа к технологической силе для людей, стран и регионов» [Шкаратан, Карачаровский 2002: 4]. С позиций дефицита информационных ресурсов можно оценить угрозу исключения экономик стран и континентов из мировой системы разделения труда. В данном контексте отстающее положение России в электронных и коммуникативных сферах противоречит ее высокому научно-образовательному статусу, позволяющему создать потенциальную базу для развития наукоемких технологий.

Социальная структура рынка труда, таким образом, может оцениваться в мировом масштабе: Аналогично, рассматривая понятие среднего класса в мировом масштабе как результат соотношения положения среднего класса в странах с низкими и высокими доходами, Россию можно отнести к странам с низким уровнем дохода при значительном неравенстве доходов [Кивинен 2004].

Рассмотрение географического пространства «среднего» в российской действительности основано на разрыве между российскими мегаполисами и сельскими глубинками в стиле и образе жизни, количестве и качестве структуры трудовой занятости, в сформированности социальной инфраструктуры. Значимый методологический прием, раскрывающий понятие «среднего» представлен в форме комплексного анализа социальных сервисов в Среднегорске [Социальная политика... 2002].

Стратификация среднего класса в региональном разрезе связана с максимальным представительством групп с высокой концентрацией признаков среднего класса в «богатых» регионах в противоположность «бедным». Как отмечает Е.М. Аврамова, концентрация среднего класса по критерию дохода в бедных регионах «распространяется на 21,8%

обследованных семей, в “средних” – на 31% и в “богатых” – на 67% семей». Условия формирования среднего класса различаются между типами поселений («в областных центрах и столичных городах число семей с максимальной ресурсной обеспеченностью в 2,5 раза выше, чем в районных центрах, и в 5 раз выше, чем и сельской местности» [Аврамова 2002]). Как результат в России практически нет условий для формирования среднего класса в малых городах и селах.

Образование

В современных условиях профессиональное образование оказывается особенно значимым фактором стратификации, обеспечивая восходящую (рост профессионализма, продвижение по карьерной лестнице) и нисходящую (при смене профессии, переквалификации) социальную мобильность. Так, В.Н. Ярская отмечает, что «в социальной иерархии типичных западных цивилизаций специалисты с высшим образованием входят в верхние слои среднего класса, а некоторым удается подняться и выше» [Ярская 2000: 48].

Доступность образования для всех слоев общества является задачей социальной политики по воспроизводству активных, высококвалифицированных человеческих ресурсов. В.А. Бондаренко описывает механизмы социального воспроизводства через категории социального капитала, образовательного и профессионального статуса, социальной структуры и неравенства, мобильности [Бондаренко 2002].

Получение образования как механизм восходящей социальной мобильности легитимизирует процесс воспроизводства элит, «производит образованные страты» [Проблемы... 2004: 27–28]. Стратификационная система образования связана с доступностью его получения, статусом и престижем получаемых специальностей, производством сертифицированных работников, претендующих на более высокие и высокооплачиваемые рабочие места. Сама система образования также стратифицирована, поскольку престижность образования возрастает от начального к высшему и поствузовскому.

Статус занятости

Стратификация в сфере занятости в первую очередь связана с существованием групп безработных граждан, имеющих низкий социальный статус. Безработица опасна «застойными» явлениями, когда снижается самооценка, мотивация индивида и возрастает роль государства в обеспечении его ресурсами для выхода из кризисной ситуации. Политика занятости обычно включает меры поддержки безработных (профорIENTATION, профконсультирование, профобразование, психологическую поддержку), политику создания рабочих мест, развитие предпринимательства и социального партнерства работников, работодателей и государства.

Другая проблемная тенденция в стратификационной системе занятости связана с существованием феномена работающих бедных и проявляется в низком качестве занятости при уровне зарплаты ниже прожиточного минимума и в форме скрытой безработицы на предприятиях экономически убыточных отраслей. К «новым бедным» Б.И. Максимов относит рабочих и бюджетников, «депривированных не только в материальном плане, но и во многих других отношениях, в том числе униженных морально». Однако он учитывает и дифференциацию рабочих в оплате труда, на основании которой «отдельные группы рабочих могут причислить себя даже к модному среднему классу. ...Даже на одном производстве заработной платы рабочих разных производств различаются в 3-4 раза» [Максимов 2002].

Исследование неравенства в разных секторах экономики выявило, что феномен «работающих бедных» встречается в рыночных и нерыночных (29 и 32% соответственно) секторах экономики, т.е. «бедность продуцируется и в рыночных секторах экономики»

[Доходы... 2005: 135]. Внутриотраслевая дифференциация в бюджетной сфере приводит к различным доходам работников, поскольку «и в государственном секторе есть успешные предприятия». Решение проблемы работающих бедных авторы связывают с учетом сохранения существующей дифференциации при повышении минимальной заработной платы во избежание деформаций рынка труда в секторе высококвалифицированных работников, связанных со снижением их материальной заинтересованности и с развитием неформальных отношений.

Таким образом, в определении социального статуса занятых очень важна внутрипрофессиональная и внутриотраслевая дифференциация. Распределение профессионально-квалификационных и социальных групп на рынке труда имеет сегментированный характер, создающий барьеры социальной мобильности. Нам важно отметить уровни стратификации, определяющие содержание социальной политики: организационный – определяет должностной статус работника, внутрипрофессиональный – касается признания профессионального сообщества, межотраслевой уровень связывает стратификационные особенности с государственной или частной сферой, а также с экономически развитыми или убыточными сферами. Соответственно социальная политика регулирует требования к рабочему месту, времени, минимальной оплате труда, предоставляет возможности получения образования и повышения квалификации, при ориентации на развитие конкурентоспособной личности стимулирует развитие социально-экономически приоритетных отраслей, формирует инфраструктуру предпринимательства.

Результаты эмпирического исследования

Нами проведен социологический опрос, посвященный региональным проблемам социального неравенства и стратификации в сфере городской занятости (опрошено 130 жителей Саратовской области). В выборке представлены следующие категории: неработающие (учащиеся, безработные, пенсионеры), занятые в государственном и частном секторах, работники производственной и непроизводственной сфер, умственного и физического труда, квалифицированные ИТР и неквалифицированные рабочие. Структура выборки представлена в табл. 1.

Таблица 1. Социально-демографическая структура выборки

Характеристика	Доля в выборке, %
<i>Пол</i>	
мужчины	50,0
женщины	50,0
<i>Возраст</i>	
18–34 года	45,0
35–50 лет	33,0
старше 51 года	22,0
<i>Образование</i>	
высшее	50,0
среднее профессиональное	30,0
<i>Статус занятости</i>	
неработающие	15,0
работают в государственном секторе	42,5

работают в частном секторе	42,5
Профессиональный статус	
руководители	10,0
ИТР	24,6
работники умственного труда	27,7
работники физического труда	23,0

Использовался метод демоскопического интервью, что позволило совместить довольно сложную структуру анкеты с закрытыми вопросами и ранжированием, с одной стороны, и получить более развернутые комментарии респондентов, с другой. Неработающие группы респондентов (безработные, пенсионеры, учащиеся, домохозяйки) включены в трудовой процесс опосредованно через социальные институты (семья, образование, соцобеспечение) и с этих позиций характеризуют значимость трудовых стратегий и характеристик для повышения статуса. Получены сопоставимые данные относительно наиболее значимых критериев высокого социального статуса, соотношения профессионально-образовательных, потребительских характеристик и положения в социальной структуре.

При анализе полученных данных следует обратить внимание на затруднения респондентов в определении самого понятия «положение в обществе» или «социальный статус» и своего места в общественной структуре. Представление о среднем классе и механизмах его воспроизводства часто основывается на моделях, представленных СМИ. Наша выборка невелика, поэтому полученные выводы следует рассматривать в качестве тенденций, а не реальных количественных отношений.

* * *

По оценке респондентов, наиболее значимыми критериями социальной стратификации являются личные способности, должность, авторитет, образование, выгодные связи, профессиональные навыки, высокий регулярный доход. Наименее значимы, по сравнению с этими характеристиками, возраст, сравнение своего образа жизни с окружением, пол, национальность.

Значимым фактором достижения высокого статуса является образование (62% респондентов указали обучение и повышение квалификации как «значимый» и «очень значимый» фактор). В связи с этим интересная деталь относительно использования представителями того или иного класса Интернет-технологий: чаще всего, по оценке респондентов, ими пользуется средний класс (такой ответ дали 67,7% респондентов), низшие и высшие слои значительно менее активны в данной области (10,8 и 21,5% соответственно).

Потребительские стратегии респондентов описываются относительно товаров и услуг, затрат на отдых и хобби. Так, покупка товаров длительного пользования в кредит и без кредита ассоциируется с разным статусными группами. Брать кредит (видимо, по аналогии с традициями «брать в долг»), по мнению большинства респондентов, склонны низший и средний классы (39 и 45% соответственно). Покупка товаров без кредита примерно поровну распределена между позициями «среднего» и «скорее высшего класса» (соответственно 37,5 и 38%). Затраты на хобби, туризм ассоциируются скорее с высшим классом (59%) как необязательные траты, которые могут себе позволить люди, не обремененные необходимостью строгого учета средств. Потребление платных медицинских и образовательных услуг оценивается неоднозначно, поскольку это не столько статусные, сколько витальные потребности.

Отдых в России и за границей в глазах респондентов имеет разные статусные выражения, хотя опрашиваемые неоднократно подчеркивали, что это не связано только с денежными затратами, поскольку некоторые российские курорты по стоимости превосходят зарубежные. Тем не менее статус заграничных курортов выше; по оценке респондентов, на них отдыхают представители «верхней» части социальной структуры («скорее высший класс» 40,8%, «высший класс» 37,7%), а отдых в России соотносится преимущественно со средним классом (61,5%).

При анализе имущественных признаков также проявляются статусные характеристики. Наличие собственного жилья характеризует представителей среднего класса, по мнению 70% опрошенных, а дополнительное жилье ассоциируется с высшим классом у 72% респондентов. Такая собственность, как земельный участок, дача, скорее характерна для «скорее низшего» (22,3) и «среднего» класса (57%). Новый автомобиль (до 5 лет эксплуатации) в представлении большинства опрошенных ассоциируется со средним (55%) и «скорее высшим» классом (30%).

О престижности и важности работы можно судить на основе оценок статуса индивидов, потенциально относящихся к среднему классу. Наиболее высоко оценили положение правительственных чиновников и депутатов (84% относят их к «скорее высшему» и «высшему» классу), затем следуют менеджеры и начальники отделов в организации (к среднему классу их относят 53% и к «скорее высшему» 34% респондентов), деятели искусства и науки, индивидуальные предприниматели (75% относят их к среднему классу), фермеры (25% относят эту группу к низшим позициям, 65% к среднему классу и 10% к высшему), квалифицированные рабочие (57% относят к среднему классу, а 24,8% – низшему). Высокое положение чиновников и депутатов связано с тем, что в их руках сконцентрированы властные ресурсы, а депутатами часто становятся экономически состоятельные люди. Положение деятелей науки и искусства наиболее широко представлено на разных уровнях социальной структуры. Так, к низшему и скорее низшему эту группу относят 23% опрошенных, к среднему – 30%, к высшим позициям – 47%. Таким образом, научная элита и представители искусства, имея обширный культурный и человеческий капитал, испытывают дефицит экономического капитала. Также важно учитывать, что само понятие среднего класса подразумевает неоднородность позиций и статусов внутри него.

Значимым представляется вопрос о том, какие особенности трудового поведения должны характеризовать представителя среднего класса. Важно ли совмещать разные формы заработка и несколько видов деятельности для достижения успеха или, наоборот, усилия нужно приложить к поиску (65% делают ставку на образовательные ресурсы) высокооплачиваемой работы? При этом опрошенные несколько неуверенны в эффективности совмещения разных форм деятельности и заработка.

Вопрос качества рабочего места является определяющим в формировании профессионального статуса. Он определяет требования к образованию специалиста, мотивирует его к профессиональному росту, дает вознаграждение, выражаемое материальными и нематериальными средствами, поощрениями, самореализацией. Поиск высокооплачиваемой работы «значим» и «очень значим» для 55% опрошенных. Но роль специалистов в профессиональной ориентации недооценивается более чем третью респондентов, в то время как специалисты службы занятости связывают проблемы трудоустройства молодежи с несоответствующей личным данным и спросу на рынке труда профессиональной подготовкой и отсутствием опыта работы у молодых специалистов. В результате значительная доля выпускников устраивается не по специальности, что ведет как к обесцениванию образования на личностном уровне, так и к государственным издержкам.

Ответы на вопрос: «Какими государственными мерами можно сократить разрыв между богатым и бедными», распределились следующим образом. Большинство опрошенных

считают, что государству необходимо поддерживать бедные слои (28,5%), чуть меньше (27%) ориентируются на государственную поддержку средних слоев, а 18,5% считают необходимыми меры по перераспределению ресурсов. Почти 15% затруднились ответить..

Заключение

Социальная политика в настоящее время ориентируется на поддержку уязвимых слоев населения. Ориентация на поддержку средних слоев общества позволит создать условия для поддержания достойного социального статуса основной массы общества. Осуществить данную задачу возможно только с помощью комплексных и последовательных мер социальной политики. Для решения проблемы бедности важно создать условия для повышения уровня и качества жизни, учитывая, что усиливающаяся финансовая нагрузка на средние слои (как при реформе ЖКХ) может вызвать их массовое обнищание и пополнение слоев бедных. При этом построение рационального курса политики общественного воспроизводства и развития человеческих ресурсов посредством поддержания традиционных и альтернативных форм занятости, развитие перерабатывающих и информационных технологий может стать механизмом по повышению социального статуса и качества жизни населения, по формированию массового среднего класса.

Стратификационные образы конструируются в общественном сознании под влиянием социальных институтов СМИ, соцзащиты, семьи, образования и науки. Образ людей, который транслируется в СМИ (особенно «западного образца») через образ жизни и потребительские расходы «золотой молодежи», праздной домохозяйки, не является средним классом с точки зрения социально-экономической активности, однако дает довольно высокий социальный статус. Нередко образ человека высшего класса, транслируемый СМИ, вырисовывается только через определение статусных маркеров, характеристик стиля жизни: праздный образ жизни, трату средств на наведение внешнего «лоска» и приобретение престижных товаров. Другой характеристикой может выступать криминальный тип преуспевающего поведения.

На наш взгляд, средний класс логично определять с точки зрения социальной активности: стремление субъекта активно строить свою жизненную позицию, искать возможности для самореализации.

По нашему мнению, подход к среднему классу как основе стабильного общества должен учитывать сформированность правовых механизмов социального воспроизводства и мобильности, регулировать процессы локализации рисков и соответствие поведения его представителей современной кризисной ситуации. Маргинальность позиции среднего класса обусловлена не только неопределенностью критериев его выделения, но и отсутствием сформированной и надежной стратегии выживания, трудностью выбора адекватных направлений деятельности в ситуации риска, а также одновременным сочетанием традиционных и инновационных моделей поведения. Основное налоговое бремя ложится на средний класс, что способствует понижению социального статуса большой группы населения, приближенной к позиции среднего класса.

Государственная политика занятости как социальный институт в современном российском обществе находится в стадии формирования и трансформации. Функция поддержки занятости осуществляется государством в разных формах в зависимости от направлений деятельности, характера социальных отношений. Легитимация тех или иных форм занятости, закрепление трудовых прав и обязанностей, создание условий (льготы, снижение налогов), поощрение или ограничение (лицензирование, создание административных и материальных барьеров, например, уставных капиталов) трудовой деятельности формирует структуру занятости и определяет доступ к видам занятости, престижность и статусность видов труда.

Литература

- Аврамова Е.М. Формирование среднего класса в России: определение, методология, количественные оценки // *Общественные науки и современность*. 2002. №1. С.17–24. <http://ecsocman.edu.ru/ons>
- Бондаренко В.А. Эмпирическая модель воспроизводства социального статуса // *Мир России*. 2002. № 4. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Доходы и социальные услуги: неравенство, уязвимость, бедность / Г.Е. Бесстремьяная, А.Я. Бурдяк, А.С. Заборовская [и др.]; рук. авт. колл. Л.Н. Овчарова; Независимый институт социальной политики. М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2005.
- Дракер П. Посткапиталистическое общество // *Новая индустриальная волна на Западе. Антология* / Под ред. В.Л. Иноземцева. М: Academia, 1999. С. 67–100.
- Дэвис К., Мур У. Некоторые принципы стратификации: Пер. с англ. А.И.Кравченко / *Социология. Хрестоматия для вузов*. М: Академический проект, 2002. С. 366–374.
- Кивинен М. Средний класс в современной России // *Мир России*. 2004. № 4. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Максимов Б.И. Рабочие в период реформ: положение, ориентации, коллективные действия // *Мир России*. 2002. № 3. С. 96–121. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Проблемы рынка образовательных услуг и спрос на выпускников учреждений профессионального образования / П.В. Романов, А.Ю. Слепухин, В.А. Карпец. Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2004.
- Райт Э., Костелло С., Хейчен Д., Спрейг Дж. Классовая структура американского общества // *Социологические исследования*. 1984. № 1. С. 152–163.
- Романов П.В. Социально-квалификационные группы при переходе России к рыночной экономике: методология исследования // *Трансформация социального пространства в посткоммунистических странах и новые подходы в социальных науках*. Самара: Самарская гуманитарная академия; Интеграл, 1998.
- Санкова Л.В. Паттерны занятости в современной экономике / Под ред. А.О. Блинова. Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2004.
- Социальная политика и социальная работа в изменяющейся России / Под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова. М: ИНИОН РАН, 2002.
- Шкаратан О.И., Карачаровский В.В.. Русская трудовая и управленческая культура. Опыт исследования в контексте перспектив экономического развития // *Мир России*. 2002. № 1. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Ярская В.Н. Методология диссертационного исследования: В помощь соискателю: Науч.-метод. пособие. Саратов: ПМУЦ, 2000.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

А.А. Куракин

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО РОССИИ ГЛАЗАМИ СОВРЕМЕННОКОВ (1992–1995 гг.)



КУРАКИН

Александр Александрович –
аспирант кафедры экономической
социологии ГУ–ВШЭ.

Email: chto-delat@yandex.ru

Обзоры за предыдущие годы см.: Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 2. С. 86–118; Т. 7. № 4. С. 97–126.

Введение

Тематика этого периода уже совершенно иная, нежели в последние советские годы. Большинство разрабатывавшихся ранее тем были почти забыты. Зато доминировать стали три темы: 1) переход сельского хозяйства на рыночные основы хозяйствования; 2) развитие фермерства; 3) новое «открытие» крестьянства. Популярность этих тем обусловлена самим временем, и неудивительно, что остальные темы отодвинулись на второй план. Некоторые из этих тем (например, сближение города и деревни, обобществление производства, усиление социальной однородности, хозрасчет и другие темы развитого социализма и перестройки), по-видимому, навсегда утратили интерес для ученых по идеологическим причинам. Другие же темы, особенно требующие затрат на полевые исследования, тормозились из-за недофинансирования. Тяжело приходилось и самим ученым. Так, знаменитая новосибирская школа постепенно стала терять своих ведущих специалистов, многие из которых один за другим переезжали в Москву (Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина, Л.А. Хахулина, М.А. Шабанова и др.). Неудивительно, что в этот период было опубликовано гораздо меньше работ новосибирцев по сельской тематике, чем в предыдущие годы.

Собственно социология села также претерпела существенные изменения. По свидетельству Р.В. Рывкиной, «традиции советской социологии села если не полностью, то в большой мере утрачены». Практически пропали крупномасштабные проекты, а вместо них исследователи стали концентрироваться на микрообъектах (отдельных поселениях, семьях). Соответственно меняются и методики сбора и анализа данных. Вошел в оборот новый термин – крестьяноведение, который при желании можно противопоставить социологии села. Далее, по мнению Р.В. Рывкиной, утратив старый объект (колхозников и работников совхозов), социология села не обрела новый (сельского бизнесмена), т.е. она

«распредметилась»¹ [Рывкина 1998]. Наконец, сменился научный лидер: на смену новосибирской школе пришел центр крестьяноведения при Московской Высшей школе социальных и экономических наук, созданный Т. Шаниным. Правда в начале 1990-х он только набирал силу.

Стоит сказать, что, несмотря на распад СССР, в обзоре будут представлены работы не только российских авторов, но также и исследователей из других стран СНГ, пишущих на русском языке и чей интерес сосредоточен не только на местном АПК.

Одной из особенностей рассматриваемого периода по отношению к советскому времени стало фактическое отсутствие конференций общего плана, на которых были бы представлены различные аспекты изучения аграрной сферы. Отчасти это объясняется сужением самой тематики исследований. Большинство конференций, проходивших в этот период, можно назвать тематическими, и поэтому они будут рассматриваться в соответствующих разделах.

Политематические сборники и монографии

Пожалуй, первой после распада СССР крупной обобщающей монографией об аграрной сфере стала книга 1993 г. «Аграрные отношения: теория, историческая практика, перспективы развития» [Аграрные... 1993]. Она была написана коллективом авторов, среди которых такие видные ученые, как И.Н. Буздалов, В.Р. Боев, Э.Н. Крылатых, А.А. Никонов, А.В. Петриков, Е.В. Серова, Б.И. Пошкус, Г.И. Шмелев, В.Я. Узун. Очевидно, что всех их вместе собрало желание теоретической ревизии марксизма и непредвзятого анализа практики большевиков. Поэтому книга затрагивает самые разнообразные темы, а именно: 1) сущность аграрных отношений (в том числе вопрос о сущности крестьянства); 2) история аграрных отношений в России; 3) оценка и анализ современных аграрных реформ; 4) сущность рыночных отношений в аграрной сфере; 5) перспективы реформ; 6) международные рынки.

Схожий по комплексности изложения труд, посвященный состоянию агропромышленного комплекса России, издали в 1995 г. новосибирские ученые [Агропромышленный... 1995].

Богатый эмпирический материал содержится в книге Ю.В. Арутюняна «Россияне: жители города и деревни» [Арутюнян 1995]. Книга написана по результатам представительных опросов и представляет собой сборник частотных таблиц с предисловием (где, в частности, дается информация о выборке) и приложением. В книге использовались результаты опросов 1972–1973 и 1991–1992 гг. Там, где вопросы совпадали, результаты семидесятых и девяностых сравнивались. Книга поделена на четыре раздела: 1) население, труд, отношения собственности; 2) культура; 3) семья и быт; 4) политические ориентации и национальные отношения.

Статистическая информация о развитии АПК и фермерства представлена в издании «Развитие агропромышленного комплекса и фермерства в Российской Федерации» [Развитие... 1992а].

Нельзя не отметить вышедшую в 1995 г. фундаментальную работу А.А. Никонова «Спираль многовековой драмы», обобщающую историю аграрной науки в России [Никонов 1995]. Причем аграрная наука описывается не сама по себе, а в контексте происходивших экономических, социальных и политических процессов. Рассматриваются наиболее видные ученые, направления исследований, успехи и потрясения с XVIII до конца XX вв. Начиная с «Домостроя», прослеживаются такие вехи в аграрной истории, как реформа Александра II,

¹ Автор не во всем согласен с Р.В. Рывкиной, однако это авторитетное мнение, с которым нельзя не считаться.

столыпинская реформа, революция, нэп, коллективизация, война, «оттепель» и «застой», перестройка, деколлективизация. Дается анализ состояния аграрной науки в середине 1990-х годов.

Все реже, но еще продолжают выходить книги о судьбах села в целом [Коваленко и др. 1992]. Комплексному анализу состояния АПК и вопросам его переустройства (земельная реформа, социальное обустройство, становление новых производственных отношений) посвящена книга Н.П. Радугина «Аграрная экономика: проблемы обновления» [Радугин 1993а].

Методический характер имеет коллективная монография «Методика экономических исследований в агропромышленном комплексе» [Методика 1995]. Книга состоит из двух разделов. Первый посвящен методам экономических исследований в АПК. Рассматривается применение средних, динамических рядов, индексов, корреляций, регрессий. Описываются функционально-стоимостной, обстрактно-логический, социологический (читай – опросный) и экспертный методы. Применение всех этих методов авторы старались привязать к специфике АПК. Второй раздел посвящен актуальным темам исследований. Фактически по каждой теме представлен набросок программы исследования. Всего заявлено 11 тем: формирование многоукладного агропромышленного производства, ценообразование в АПК в рыночных условиях, формирование рынка материально-технических ресурсов, совершенствование системы государственного управления АПК, социальное развитие села и занятость сельского населения и т.п. Представление каждой темы следует единой структуре: 1) обоснование темы; 2) цель и задачи исследования; 3) гипотеза; 4) методика исследования; 5) объекты исследования; 6) координация исследования; 7) ожидаемые результаты.

Ход и результаты аграрной реформы

Одна из наиболее популярных тем – анализ аграрных реформ, их хода и результатов, успехов и неудач, ошибок и путей их исправления. Очень скоро многие ученые заняли довольно критическую позицию относительно проводившихся аграрных реформ.

Монографии. Весьма критически к государственной аграрной политике настроены ученые РАСХН в своей монографии, посвященной ценовому и финансово-кредитному механизму в АПК [Концепция... 1994]. Монография, собственно, представляет собой концепцию выхода из кризиса в АПК. Авторы подчеркивают, что одним изменением формы собственности ничего не добьешься. Помимо этого, они считают, что государство проводит необоснованную ценовую и финансово-кредитную политику. Указать на ошибки и предложить альтернативу – задача этой монографии. В качестве основных тезисов авторы предлагают усиленное государственное регулирование и целевые программы развития, налоговые льготы для сельскохозяйственных производителей, регулирование цен на энергоносители и другие важные для сельского хозяйства промышленные товары, новую систему ценообразования на сельскохозяйственную продукцию (включая гарантированные цены), протекционистскую политику государства на международном рынке.

Анализу промежуточных итогов реформ для АПК Северного Кавказа и дальнейшим шагам в преобразовании села посвящена книга ученых из Ростова-на-Дону [Аграрные... 1995а]. Тематический охват довольно широкий: от развития крестьянских (фермерских) хозяйств до государственного регулирования в условиях рынка. Изложение авторы старались построить на уровне практических рекомендаций. О задачах, ходе и результатах реформы на региональном уровне см. также [Вопросы... 1995; Направления... 1993; Развитие... 1993; Хагуров, Тлеуж 1993; Экономические... 1995; Яковлев 1995а].

Не удержались от соблазна написать книгу об аграрной реформе и представители власти. Такова, например, книга А.В. Руцкого [Руцкой 1993]. Еще один пример – книга

Н.В. Севрюгина (в то время – глава администрации Тульской области) о так называемом тульском эксперименте, начало которому было положено указом Ельцина от 10 марта 1994 г. [Севрюгин 1994]. В книге изложена концепция эксперимента, предполагаемые мероприятия в его рамках, постановления главы администрации области (т.е. автора этой книги).

В который раз ставится проблема формирования хозяина на селе [Пашенцев 1993]. С этой позиции реформы критикуются за стремление к количественным результатам и невнимание к получаемому качеству. Говорится, что простое наделение собственностью еще не делает человека хозяином. К тому же далеко не все на селе и хотят этого. Снова подчеркивается необходимость аграрного протекционизма со стороны государства.

Социальным последствиям аграрной реформы посвящена работа «Аграрная реформа в России и положение женщин и пенсионеров» [Аграрная... 1994]. О социальных аспектах аграрной реформы см. также [Социально-экономические 1994; Бондаренко 1995; Научные 1994].

Крайне критическую позицию относительно аграрных реформ заняла Г.С. Широкалова. Несмотря на личное болезненное отношение к проводившимся реформам (из текстов это явно чувствуется), автор сохраняет научный характер своих работ и не опускается до откровенно бездоказательных обвинений. В ее работе 1993 г. аграрная реформа рассматривается с нескольких позиций [Широкалова 1993а]. Во-первых, это законодательная база реформ. Здесь автор анализирует противоречия в законодательстве и их причины. Опираясь на результаты социологических исследований, автор стремится показать, что население не было готово признать частную собственность на землю и средства производства. Во-вторых, рассматривается практика реализации аграрной реформы. На основе двух опросов, проведенных в 1991 и 1992 гг. ИСПИ РАН, рассматриваются социально-экономические характеристики появляющихся фермеров и выполняется их типологизация. Также приводятся экспертные оценки развития аграрной реформы. В-третьих, автор прослеживает изложение аграрного вопроса в программах различных партий и движений. Это наиболее оригинальная и интересная часть работы. Все партии делятся на четыре типа: 1) выступающие за неограниченную частную собственность на землю; 2) выступающие за ограничение прав частных собственников; 3) выступающие против частной собственности на землю; 4) крестьянские партии. Анализ аграрных платформ политических партий автор посвятил отдельную работу «Аграрный вопрос в политической борьбе современной России» [Широкалова 1993б].

Работа 1995 г. несет еще больший обличительный запал [Широкалова 1995]. В ней оценивается влияние Запада на характер аграрной реформы в России. Обосновывается нечто вроде теории заговора: якобы направление аграрной реформы не только выгодно Западу, но им же и было задано. В подтверждение этого тезиса приводится ряд программ развития аграрного сектора России, разработанных специалистами Международного банка реконструкции и развития (МБРР) совместно с российскими представителями. Одним из этапов «обкатки» этой программы стала так называемая «нижегородская модель». По мнению автора, западным странам был нужен максимально открытый и либеральный рынок земли и средств производства, чтобы осуществить экспансию. Между тем автор показывает, что аграрные программы в самих развитых странах кардинально отличаются от российского варианта. В них все более растет роль государственного регулирования и поддержки. В итоге автор делает вывод, что программа аграрных реформ для России похожа на программы МБРР для стран «третьего мира», целью которых, по мнению автора, является усиление неокOLONиальной зависимости. В приложении приводится открытое письмо, написанное зарубежными экономистами (главным образом, из США) еще М.С. Горбачеву с предостережениями против сильной либерализации рынка земли. Среди этих ученых оказались лауреаты нобелевской премии по экономике Дж. Тобин, Ф. Модильяни, Р. Солоу.

Проводимые аграрные реформы также подверг критике и А.В. Петриков в своей книге «Специфика сельского хозяйства и современная аграрная реформа в России» [Петриков 1995]. Основной тезис этой книги заключается в том, что реформаторы не учитывают специфику сельского хозяйства, что приводит к неудовлетворительным результатам реформ. «Являются ли законы аграрной экономики лишь формой проявления некой общеэкономической сущности, слепком с господствующей системы производственных отношений или они обладают собственным, несводимым к общему знаменателю, содержанием – в этом состоит один из вечных вопросов аграрной теории» [Петриков 1995: 5]. «В книге выдвигается гипотеза, согласно которой неудачи и большие издержки реформы связаны с тем, что в процессе преобразований недостаточно учитывается социально-экономическая специфика сельского хозяйства» [Петриков 1995: 6].

Автор предпринимает довольно подробный исторический обзор воззрений на социально-экономическую специфику сельского хозяйства. Собственная точка зрения автора на специфику сельского хозяйства состоит в том, что сельскохозяйственное предприятие следует рассматривать одновременно как производственно-хозяйственную, социально-демографическую и биологическую единицу.

Что касается анализа российских аграрных реформ, то помимо статистических данных автор использует данные социально-экономического мониторинга аграрной реформы, который проводился в 1992–1994 гг. Аграрным институтом РАСХН совместно с рядом институтов в регионах [см. Методические... 1993]. Мониторинг охватывал хозяйства Псковской, Орловской, Ростовской, Саратовской и Новосибирской областей (с января 1993 г. была добавлена Вологодская область). «Главная цель мониторинга – отслеживание хода реформы непосредственно в хозяйствах, сбор и анализ информации о перераспределении земли, реорганизации колхозов и совхозов, развитии фермерских и личных подсобных хозяйств, изменении социального положения крестьянства, экономических и социальных последствиях реформы» [Петриков 1995: 80].

Как явно провальные оцениваются реформы в работе «Земельная реформа и преобразования в сельском хозяйстве», которая является сокращенным изложением двух исследований, проведенных в Волгоградской области [Земельная... 1993]. В качестве результатов реформ называется разрушение предприятий, спад производства, который не компенсируется возникающими фермерскими хозяйствами, социальная напряженность, доминирование политических мотивов и административных методов при реализации реформ и т.п. Предлагаемые в работе рекомендации по выходу из кризиса фактически означают прекращение реформ, так как они в частности включают мораторий на выход из колхозов и совхозов (т.е. приостановка их реорганизации), отказ от обязательности реорганизации колхозов и совхозов, образование крестьянских хозяйств только на землях государственного фонда перераспределения. О различных аспектах земельной реформы см. также [Бобылев, Смолин 1994; Земельная... 1994; Семенова, Степанова 1992; Экономические... 1993; Рабинович и др. 1995; Лютых 1995].

Против принципа рыночной саморегуляции в АПК выступает и Н.П. Радугин [Радугин 1993б]. По его мнению, только разумное государственное регулирование позволит пережить переходный период без серьезных потерь.

Осмысление аграрных реформ начинает производиться и с исторических перспектив. Сравнительный фактологический материал представлен в сборнике «Земельные отношения и землеустройство в России» [Комов и др. 1995]. В нем почти нет аналитических очерков, зато в большом объеме и детально представлены тексты законов и других нормативных актов различных исторических эпох, касающихся земельных отношений. Сами авторы следующим образом описывают этот сборник: «В книге даны краткие очерки каждого исторического момента проведения реформ, проведена тематическая подборка современного земельного законодательства, приведены полные тексты наиболее важных документов по земельным

реформам или их краткое изложение» [Комов и др. 1995: 5]. Книга поделена на три временных периода: 1) XVII–XX вв. (в том числе реформа 1861 г. и столыпинская реформа); 2) советское время; и 3) реформы 1990-х годов. Большая часть сборника посвящена ельцинским аграрным реформам.

О нижегородской модели аграрных реформ см. [Приватизация 1994], вопросы собственности в ходе реформ рассматриваются в работах [Панкова 1992; Проблемы... 1994; Приватизация... 1995]. Издавались работы общего плана [Кашин 1993; По пути... 1995; Экономическая... 1995].

Конференции. Аграрным реформам посвящались и конференции. Так, в 1994 г. в Орле прошла конференция «Аграрные преобразования: опыт и перспективы» [Аграрные... 1994]. Выступления на ней можно разделить на четыре части. 1) Вводные статьи общего характера. Сюда относятся выступления президента РАСХН Г.А. Романенко о проблемах развития АПК и Е.С. Строева о переходе к многоукладной экономике. 2) Выступления местных (орловских) аграрников-практиков о своем опыте работы. Здесь представлены выступления генеральных директоров предприятий, руководителей ассоциаций и объединений, главы фермерских хозяйств и т.п. 3) Выступления ученых-аграрников из России, СНГ, стран Балтии и Восточной Европы, Германии, США. 4) Выводы и предложения от имени конференции в целом. Представлены оценка проводимых реформ, их корректировка, основные направления дальнейших преобразований.

В 1995 г. в Саратове состоялась конференция «Аграрные реформы в России: опыт, проблемы, перспективы» [Аграрные... 1995б]. Работали пять секций: 1) исторические аспекты реформирования сельского хозяйства; 2) преобразования агросферы: экономический механизм и правовое обеспечение; 3) социальные и социокультурные проблемы аграрной реформы; 4) экологические проблемы сельского хозяйства, 5) аграрная наука – практике.

Также стоит упомянуть международную конференцию «Интернациональные аспекты аграрной реформы в России» [Интернациональные... 1995].

Справочная информация, практические пособия. О различных аспектах аграрной реформы, главным образом ее законодательной стороны, издавались различные брошюры. Наиболее показательна в этом отношении серия «Сельский предприниматель», издаваемая Ассоциацией крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов России (АККОР). Темы подобных брошюр касались земельных и имущественных преобразований [Иконницкая 1992; Улюкаев 1992; Узун, Шагайда 1992; Крассов 1995], процесса реорганизации колхозов и совхозов [Реорганизация... 1992; Преобразование... 1992; Приватизация... 1992; Практические... 1994; Вайн и др. 1992], опыта зарубежных стран [Фледдерджен, Харви 1992]. В них кратко объяснялась суть реформы, а также разъяснялись процедуры некоторых практик (например, порядок предоставления земельных участков гражданам, порядок реорганизации колхозов и совхозов).

Рынок как новый хозяйственный механизм

В отличие предыдущего раздела, здесь собраны работы, посвященные анализу рынка как новой формы хозяйствования на селе, его принципиальным отличиям от социалистической хозяйственной системы, а также способам построения рыночной экономики.

В самом начале 1990-х, когда еще маховик реформ не успел раскрутиться, выходили работы, посвященные не столько ходу реформ, сколько более общим вопросам, связанным с формированием нового (рыночного) хозяйственного механизма. Можно указать целый ряд подобных монографий, сборников, конференций [Развитие... 1992; Повышение... 1992; Экономические... 1994; Агропромышленный... 1994; Актуальные... 1994; Гарькавый 1993;

Гусаков 1992; Ерназаров 1992; Иншаков 1995; Каюмов 1992; Козлова 1993; Кукуев 1993; Мишин 1995; Межхозяйственные... 1994; Назаренко 1993, 1994; О путях... 1992; Обеспечение... 1993; Рау 1993; Панин 1995; Проблемы... 1992а, 1992б, 1992в, 1993; Пути... 1992; Развитие... 1992б, 1993; Разработка... 1992; Рекомендации... 1992б, 1994; Реформирование... 1993; Рыночные... 1994; Рысьмятов, Багмут 1994; Светлакова 1993; Совершенствование... 1992, 1994а, 1994б; Формирование... 1993а, 1992б].

Рассматривались и более частные вопросы – например, организация внешнеэкономической деятельности [Буга и др. 1992], формирование и функционирование отдельных рынков [Зайналов 1993; Калашников 1995; Кормаков 1994; Формирование... 1992а], становление многоукладной экономики [Зинченко 1995; Организационно-экономические... 1995], деятельность предприятий в новых условиях [Коммерческий 1992; Шакиров 1992], финансово-кредитное обеспечение [Половцев 1992], возникающие социально-экономические проблемы села [Социально-экономические... 1992; Социальные... 1992]. Стали издаваться учебные пособия по основам рыночной экономики в АПК [Кучуков 1995; Лециловский 1992; Основы... 1994].

Обзорная информация по проблеме участия государства в регулировании рыночных отношений представлена в брошюре Р.И. Кравченко [Кравченко 1992]. Показано место государственного заказа в АПК развитых стран, обосновывается важная роль госзаказа в переходный период. Рассматриваются подходы к определению оптимальных размеров государственного заказа. Был написан ряд работ по проблеме государственного регулирования при рыночной модели хозяйства [Государственное... 1994; Алимжанов 1992; Киселев 1994; Формы... 1994; Яковлев 1995б, 1995в].

В учебном пособии «Управление АПК в условиях перехода к рыночным отношениям» на примере Тюменской области показано функционирование системы управления продовольственным обеспечением населения [Пахомчик, Никитина 1994]. Рассматривается его структура и функции отдельных звеньев. По вопросам управления см. также [Ахохов 1993; Носов 1994; Мусаев 1995].

В книге П.И. Савельева «Пути аграрного капитализма в России» рассматривается эволюция форм хозяйствования в России [Савельев 1994]. В ней представлен обстоятельный обзор русских аграрно-типологических концепций начала XX в. Рассматриваются взгляды В.И. Ленина, П.Б. Струве, С.Н. Булгакова, А.В. Чайнова, В.М. Чернова, Н.П. Макарова, А.П. Челинцева, Н.Д. Кондратьева и др. Автор приходит к выводу, что все концепции «исходили из многоликости русского аграрного строя, из наличия в нем весьма разнородных эволюционных возможностей» [Савельев 1994: 76]. Это говорит о важности регионального подхода к аграрной сфере. Несмотря на то, что работа является исторической (основная цель книги – проследить на материалах Поволжья эволюцию помещичьего и крестьянского типов хозяйств в пореформенный период), интерес представляет методика. Автор использует многомерный статистический анализ, строит корреляционные модели признаков, кластеризует территории (уезды). В анализ включаются самые разные факторы: почвенно-климатический, этнодемографический, социально-экономический, хозяйственный этос. К тому же процессы, которые исследуются в работе, перекликаются с ситуацией начала 1990-х годов: появление зачатков фермерства, процессы раскрестьянивания и окрестьянивания, противостояние крестьянской и индустриальной цивилизаций.

В 1990-х годах стали появляться диковинные ранее слова: «менеджмент», «маркетинг» и т.п. Довольно скоро о хозяйственных практиках, которые описываются этими словами, стали появляться монографии и учебные пособия, в том числе применительно к АПК. Вышли первые книги о маркетинге в АПК [Крячков, Комов 1995; Цыпкин 1994; Губа и др. 1995; Использование... 1992; Типовые... 1994], менеджменте [Менеджмент... 1994], агробизнесе [Ястребова 1994], биржам [Методические... 1992], лизинге [Андреев и др. 1994;

Лайкам 1995], основам предпринимательства [Заводчиков 1994; Сайтбаев 1993; Сигидов, Малофеев 1995; Шабыков 1995].

Фермерское движение

Исследовательские работы. Одной из первых работ, пытающихся представить обобщенный материал по фермерству, стала работа Ю.С. Баландина «Крестьянское хозяйство», вышедшая в 1992 г.² [Баландин 1992]. В ней затрагиваются следующие темы: 1) организационно-экономические основы крестьянских хозяйств; 2) пути создания фермерского сектора; 3) основы фермерской деятельности; 4) доходы и эффективность хозяйства.

Рассматривались и частные вопросы развития фермерских хозяйств. Такова, например, брошюра об организации инженерно-технического обслуживания фермерских хозяйств [Концепция... 1992].

Развитие фермерства оценивалось и на региональном уровне. Например, в работе А.Ф. Ромашина и П.И. Малышева на основе полевых исследований 1992–1993 гг. анализируется процесс становления фермерства в Нижегородской области [Ромашин, Малышев 1994]. Информационную базу работы составили статистические материалы, результаты анкетного опроса фермерских хозяйств и беседы с руководителями сельскохозяйственных предприятий, главами районных администраций, фермерами. Рассматриваются следующие темы: 1) динамика развития фермерских хозяйств в области; 2) классификация фермерских хозяйств по форме организации производства; 3) земледелие и землепользование фермеров; 4) экономическая эффективность фермерских хозяйств; 5) материально-техническая база фермеров; 6) социально-экономическое положение фермеров. В конце даются рекомендации по рациональной организации фермерских хозяйств в период становления.

Одними из наиболее интересных работ по становлению российского фермерства стали работы С.Н. Сазонова. Его работы отличаются жесткой критикой аграрной политики властей. В 1995 г. в Тамбове и Москве вышли две его небольшие по объему монографии по фермерскому движению в России [Сазонов 1995а, 1995б]. По содержанию они в целом одинаковы, есть лишь некоторые различия в структуре. Поэтому остановимся на одной из них – монографии «Социально-экономические проблемы развития фермерского движения» [Сазонов 1995а].

Уже во введении автор излагает один из своих основных тезисов относительно аграрной реформы: главным ее мотивом была не экономика, а политика, не стремление повысить эффективность хозяйства, а получение поддержки среди сельского электората. «...Практическая реализация широкомасштабного фермерского движения была бы невозможной без совпадения социальных ожиданий с политическими приоритетами государства. Заинтересованность в развитии фермерского движения новых политических и государственных лидеров... предопределялась необходимостью поддержки их политического курса со стороны сельского населения. Прекрасно осознавая, что профессионалов-аграрников на мякине не проведешь, был и использован этот чисто популистский прием – разжечь воображение не очень сведущей в тонкостях аграрной экономики крестьянской массы и, используя ее политическую поддержку, получить на селе опору своим общественно-политическим новациям» [Сазонов 1995а: 2–3].

² В названиях многих книг фигурирует термин «крестьянское хозяйство». В данном случае терминологические расхождения не важны, так как «крестьянское» и «фермерское» здесь используются как синонимы, что отражено также и в официальной статистике.

Автор старается опровергнуть некоторые мифы о сельском хозяйстве, с помощью которых, в частности, обосновывалась идея фермеризации сельской России. Это мифы 1) о суперпроизводительности ЛПХ; 2) о сытом крестьянстве дореволюционной России и о его высокой производительности; 3) о «чуде» реформы Столыпина; 4) о нерентабельности сельскохозяйственных предприятий. Далее прослеживаются непростые отношения фермеров и власти. Первоначально власть активно поддерживала фермеров, но затем резко охладела, в чем автор усматривает опять же политические причины (фермеры не оправдали политических ожиданий властей). Что касается будущего, то автор видит два варианта развития фермерства: элитное фермерство (ставка на немногочисленные, но крепкие хозяйства с длинными кредитами и обширной государственной поддержкой) и массовое фермерство (хозяйств численно больше, но вложений в одно хозяйство соответственно меньше). Оба эти сценария, по мнению автора, неперспективны.

Довольно подробно описываются экономические результаты хозяйствования фермеров (по результатам обследования хозяйств Тамбовской области). Рассматривается структура и динамика их доходов и расходов. В результате автор приходит к неутешительным выводам. Наблюдается снижение товарности и сворачивание производства, урожайность в фермерских хозяйствах оказалась даже ниже, чем в коллективных хозяйствах, фермеры фактически работают на погашение кредитов, учащаются случаи продажи средств производства. Из этой безрадостной картины автор делает вывод о том, что без государственной поддержки фермеры не только не смогут развиваться, но и попросту существовать. В конце книги прослеживается социальная база фермерского движения, которая на поверку оказывается не столь уж значительной.

Образу жизни российских фермеров посвящена монография А.А. Возьмителя и А.П. Карпова [Возьмитель, Карпов 1994]. Исследование проводилось в рамках проекта «Образ жизни в условиях кризиса общества и государства», осуществлявшегося Институтом социологии РАН. Полевой этап (анкетный опрос) проводился в одном из районов Краснодарского края. Опрашивались как главы фермерских хозяйств, так и работники сельскохозяйственных предприятий. Анализ во многом построен на сравнении этих двух групп. В работе рассматриваются различные аспекты жизни фермеров, как то: условия труда, трудовые отношения внутри фермерских хозяйств, мотивы создания и ведения фермерского хозяйства, социальное самочувствие, семья и быт, взаимоотношения с властью и населением и т.п. В конце сделана попытка построить типологию фермеров. По критериям товарности хозяйства, стремлению к высокому уровню жизни и готовности к интенсивному труду были выделены четыре группы: фермеры, «советские» фермеры, крестьяне, «советские» крестьяне.

Для описания портрета современного фермера А.Г. Рыбков также привлекает социологические данные [Рыбков 1992]. Исследования проводились Институтом социально-экономических проблем агропромышленного комплекса (ИСЭП АПК) в Поволжском регионе. Рассматриваются вопросы мотивации, психологической готовности сельского населения вести фермерское хозяйство, профессиональные характеристики фермеров и т.д. Большое внимание уделяется судьбе крестьянства в СССР.

Проблемы оптимального развития фермерских хозяйств и их встраивания в систему АПК освещаются в работе Е.Г. Коваленко [Коваленко 1995]. Социально-экономические проблемы развития фермерства рассматриваются в работе А.Г. Папцова [Папцов 1993].

Необходимость создания кооперативной системы на базе фермерских хозяйств отстаивают П.Д. Половинкин и Н.А. Попов [Половинкин, Попов 1994]. Утверждается, что в современной России фермерские хозяйства могут эффективно работать только на кооперативных принципах. Освещается сущность сельскохозяйственной кооперации, ее история в России, а также проблемы, стоящие на пути интеграции фермерских хозяйств в кооперативную систему.

Можно отметить доклад о российских фермерах для XIII Всемирного конгресса социологов, подготовленный З.И. Калугиной и И.Н. Мартыновой [Kalugina, Martynova 1994b]. Доклад основан на статистической информации и на обследованиях в Новосибирской области 1991–1993 гг. и включает следующие темы: 1) состояние, тенденции и региональная специфика фермерства; 2) социальные характеристики фермеров и их семей; 3) проблемы, сдерживающие развитие фермерских хозяйств; 4) прогнозы развития.

В брошюре «Опыт ведения фермерских хозяйств» рассматриваются примеры работы успешных фермеров разных регионов страны [Опыт 1995]. В конце обобщаются факторы успеха при ведении фермерского хозяйства, выделяются нетипичные черты отдельных из рассмотренных хозяйств, формулируются общие для фермеров проблемы. Также представлены типовые модели (размеры и пропорции факторов производства) различной специализации для разных регионов. Региональные особенности развития фермерских хозяйств см. [Дикинов 1995; Кумахов, Дикинов 1995]. Вопросы развития фермеров в России в целом см. [Фермерские... 1993a].

Вопросам математического моделирования крестьянских хозяйств посвящено учебное пособие краснодарских ученых [Моделирование... 1995]. В нем решаются задачи по оптимизации параметров фермерских хозяйств различной специализации.

Информационные, справочные, методические и учебные материалы. Прежде всего стоит выделить библиографический указатель отечественной и иностранной литературы по крестьянским (фермерским) хозяйствам за 1991–1993 гг. [Крестьянские... 1994]. В указателе на основе каталогов ЦНСХБ представлены монографии и статьи (441 написаны отечественными авторами, 142 – иностранными). Работы классифицированы по 17 тематическим разделам.

Можно отметить сборник документов третьего съезда АККОР [Сборник... 1992]. Он включает следующие разделы: 1) постановление о деятельности АККОР; 2) договор о сотрудничестве Правительства РФ и АККОР; 3) предложения съезда по землеустройству, 4) устав АККОР; 5) концепция развития крестьянских хозяйств и межфермерского кооперирования, а также некоторые другие материалы.

В начале 1990-х годов стало появляться довольно много монографий и брошюр, которые можно условно назвать «в помощь фермеру». Это работы как общего характера [Азбука... 1994; Федорова 1993; В помощь... 1993; Практические... 1993; Рекомендации... 1992a; Как создать... 1993; Организация... 1993, 1994, 1995; Ахмадеев, Фадеев 1994; Грядов 1992; Андреев, Кудряшов 1994; Библиотечка... 1995; Как стать... 1992a, 1992b; Коваленко, Зинина 1993; Настольная... 1993; Подгорбунских и др. 1992; Справочная... 1992; Справочник 1992, 1994; Удалов 1993], так и посвященные отдельным вопросам: законодательству [Устюкова 1992; Организация... 1992b; Боголепов, Петрова 1992; Чубуков 1994], использованию техники [Кузьмин 1993, 1995; Магеровский 1995; Сазонов и др. 1992, 1994; Фермерские... 1993b], отношению фермеров с партнерами и основными контрагентами [Фермер... 1994], обоснованию рациональных размеров и специализации фермерских хозяйств [Обоснование... 1992, 1993; Рациональные... 1992, 1993], финансовым аспектам [Учет... 1994; Банк... 1994; Основы... 1993]. Объединив предлагаемые в них материалы, можно собрать некую условную расширенную брошюру, которая будет включать следующие разделы:

- понятие крестьянского (фермерского) хозяйства и история его развития в России;
- производственные типы (специализация) фермерских хозяйств;
- сущность проводимых аграрных реформ;
- земельные и имущественные права и обязанности членов фермерского хозяйства;

- порядок регистрации и прекращения деятельности;
- заключение различных договоров (требования к договорам, особенности их заключения, ответственность сторон);
- финансовый учет и планирование;
- страхование и кредиты;
- взаимоотношения с государственными органами, налоги, отчетность;
- использование услуг предприятий технического сервиса;
- кооперирование;
- организация труда;
- методы определения оптимальной специализации и размеров хозяйства;
- советы по технологии ведения растениеводства и животноводства, механизации;
- зарубежный опыт ведения фермерских хозяйств;
- приложения – законодательные акты, примерные договоры, контракты, претензии, исковые заявления, информация о сельскохозяйственной технике, кормах и т.п.

Методические рекомендации выпускались также и для работников землеустроительных организаций. Такова, например, брошюра «Методика образования землевладений крестьянских (фермерских) хозяйств» [Методика... 1993]. В ней показаны этапы и процедуры при выделении работников из колхоза со своими земельными и имущественными паями.

Пожалуй, единственной в своем роде явилось методическое пособие по организации социологического изучения фермерских хозяйств, вышедшее в Йошкар-Оле в 1994 г. [Методические... 1994]. Авторы предлагают систему индикаторов, инструментарий исследования, дают практические рекомендации при организации полевого этапа. В приложении приводятся анкеты, использованные авторами в своих исследованиях.

Крестьянство

Одним из наиболее существенных моментов начала 1990-х годов является переосмысление категории крестьянства. Появляется ранее не звучавший термин – крестьяноведение. Рост популярности А.В. Чаянова достигает своего апогея. Его работы специалисты знали и в советское время, но если и упоминали их, то только для того, чтобы показать их «ошибочность». Переиздание работ Чаянова началось еще в конце 1980-х годов, но обвальная популярность пришла именно в этот период. Редкая библиография обходится без его работ (по делу и без), а его фамилия упоминается даже в сугубо практических рекомендациях начинающим фермерам. Огромную роль в становлении крестьяноведения у нас в стране сыграл Т. Шанин. В научных журналах появляются его статьи и выступления [Шанин 1990; Современные... 1992, 1993]. Во многом через него произошло переоткрытие собственного российского наследия аграрной мысли, попавшей в свое время под каток марксизма и репрессий. К тому же он основал Московскую Высшую школу социальных и экономических наук (МВШСЭН, в народе получившей название «шанинка»), в рамках которой образовался центр крестьяноведения, вскоре ставший ведущим в стране.

Монографии и сборники. Настоящим событием стал выход в свет в 1992 г. хрестоматии «Великий незнакомец», содержащей отрывки ключевых текстов по крестьяноведению как отечественных, так и зарубежных (что, пожалуй, еще более важно) ученых [Великий... 1992]. Основой для нее послужила английская хрестоматия «Крестьяне и

крестьянские общества. Избранные чтения» под редакцией Т. Шанина³. Характерен отрывок из его предисловия к русскому изданию хрестоматии: «Для британского ученого есть нечто особое в том, что он представляет книгу о крестьянах и фермерах российскому читателю. Ведь именно Россия начала века, а после и Советский Союз периода нэпа были мировыми лидерами в изучении крестьянства» [Великий... 1992: 21]. В этой же хрестоматии Т. Шаниным дается определение крестьянства, которое может служить по крайней мере надежным ориентиром для исследователей: «В первом приближении мы можем определить крестьян как мелких сельскохозяйственных производителей, которые, используя простой инвентарь и труд членов своей семьи, работают – прямо или косвенно – на удовлетворение своих собственных потребительских нужд и выполнение обязательств по отношению к обладателям политической и экономической власти» [Великий... 1992: 11].

Одним из первых сборников научных работ отечественных авторов, посвященных крестьянству, стал сборник 1993 г. «Крестьянство и индустриальная цивилизация» [Крестьянство... 1993]. Статьи для сборника были написаны еще до указа о реорганизации колхозов и совхозов и, пожалуй, только выиграли от этого, так как избежали опасности «захвата» сиюминутными злободневными вопросами. Хотя несомненно, что тема перемен, причем перемен в ближайшем будущем (можно сказать, в настоящем), отчетливо просматривается на страницах этого сборника. Тем не менее основная тема сборника сформулирована отстраненно от российских проблем «здесь и сейчас». Это тема о роли и судьбах крестьянства в ходе становления индустриализма в разных регионах мира в разное время. Статьи можно разделить на три типа: 1) статьи о российском селе (о гибели русской общины и о будущем колхозно-совхозного строя); 2) статьи, посвященные теории и сущности крестьянства; 3) статьи о деревне в развивающихся странах.

В предисловии Ю.Г. Александров, один из ответственных редакторов сборника, обосновывает тезис об актуальности крестьяноведения в мировой науке. «Существующий сейчас в мировой науке серьезный интерес к нему [крестьяноведению. – А.К.] вряд ли объясним только озабоченностью международной общественности судьбами “третьего мира” и нашей страны. Есть и иные причины, более общего плана. Их суть – в противоречиях, порождаемых всесторонним кризисом индустриальной цивилизации...» [Крестьянство... 1993: 5]. Утверждается, что подход к крестьянству как пережитку и жертве прогресса неверен. «...Исторический опыт отвергает такой подход. Этот опыт свидетельствует, что крестьянство вовсе не простой пережиток прошлого в настоящем. Оно, как это ни кажется парадоксальным, один из создателей цивилизации, пришедшей на смену доиндустриальному обществу» [там же: 7]. И далее: «...Крестьянское хозяйство проявило удивительную жизненную силу и способность к таким трансформациям в товарной экономике, которые не изменяют его семейно-трудового базиса и ориентации на семейное потребление как на цель хозяйственной деятельности» [там же: 8].

В схожем ключе о понятии крестьянства и его месте в современном мире повествует научно-аналитический обзор А.В. Гордона «Крестьянство и рынок» [Крестьянство... 1995]. Это одна из лучших работ по теме в рассматриваемом периоде, соответствующая высокому уровню ИНИОНовских обзоров. Прежде всего, автор обращает внимание на маргинальное положение крестьянства в лидирующих экономических теориях. Согласно как марксизму, так и либерализму, у крестьянства нет будущего. Утверждается, что оно либо попадет под пресс обобществления, либо растворится в рынке. Однако автор старается показать, что в действительности крестьянство оказывается куда более живучим, чем это предполагалось. Далее автор рассматривает подходы, в которых провозглашается устойчивость крестьянских хозяйств по отношению к рынку. Эти подходы выросли из материала развивающихся стран,

³ *Shanin T.* (ed.). *Peasants and Peasant Societies: Selected Readings*. 2nd ed. Oxford; N.Y.: Blackwell, 1987.

переживавших так называемую «зеленую революцию». В этих странах в результате интенсификации сельскохозяйственного производства крестьянские хозяйства показали большую эффективность, нежели крупные предприятия. Далее рассматриваются теории, в которых исследуются внутренние мотивы крестьян к развитию. Здесь автор основывается на богатом отечественном материале. Большое внимание уделяется организационно-производственному направлению, а также его критикам: марксистам и либералам. Наконец рассматривается вопрос о том, разрушает ли переход к рынку традиционный коллективизм крестьян. Автор считает, что «...деревенская социальность, общность локального коллектива отнюдь не исчерпывает своего значения при рыночной интеграции крестьянства и вместе с функциональной дееспособностью сохраняет способность к эволюции» [Крестьянство... 1994: 72]. В итоге делается вывод о том, что рынок оказывал и оказывает огромное влияние на крестьянство, но не уничтожает его сущность.

Вопросы эволюции советского крестьянства рассматриваются в монографии саратовских исследователей [Долгов и др. 1993]. Несмотря на исторический характер исследования, оно нацелено на современность, так как стремится показать, с каких стартовых позиций приходится начинать рыночные реформы на селе. А ведь эти стартовые позиции были результатом процессов, происходивших в советской деревне.

На основе документальных и статистических источников, результатов социологических исследований авторы стремятся показать, что с 1960-х годов происходила деградация деревни: усилилась миграция в города, исчезло множество «неперспективных» селений, деревня теряла своих коренных жителей, ухудшался генетический фонд села. В результате авторы констатируют разрушение крестьянства и появление апатичных работников, не восприимчивых к новому. «Аграрная политика КПСС и советского государства, противоречивая по содержанию и результатам, в основе своей оказалась антикрестьянской, ибо служила прежде всего интересам правящей элиты в лице партийно-государственной бюрократии, затем – интересам городских слоев населения» [там же: 109].

Именно такими неблагоприятными стартовыми условиями (не в смысле отсутствия материальных средств, а в смысле низкого качества человеческого капитала) авторы объясняют трудности фермеризации страны. «Именно такое положение российской деревни является важнейшей проблемой перехода к частному, фермерскому хозяйству, объясняет нежелание большинства сельских тружеников разваливать общественные формы хозяйства и создавать индивидуальные фермы. Фермеризация нашего села идет медленно. И это предопределено отсутствием крестьянства как массового слоя общества. Немалое значение имеют и другие, технические, финансовые, ресурсные, бюрократические факторы. Но главное – социальный: современное состояние сельского населения» [там же: 109–110].

Проблема возрождения крестьянства рассматривается и в работе А.А. Абдокова [Абдоков 1992]. Он также считает, что советское время деформировало сельских жителей. На старте реформ на селе нет «нового» человека, который стал бы проводником преобразований. И хотя автор положительно относится к замыслу реформ, он опасается, что при формальном командно-административном подходе к их реализации сельские жители так и останутся консервативными и индифферентными.

В книге С.С. Ильина и А.М. Бабакова о крестьянстве времен нэпа, прослеживаются параллели с современной аграрной реформой [Ильин, Бабаков 1995]. Авторы считают, что нэп предоставляет хорошую возможность проследить пути развития крестьянских хозяйств в условиях перехода к рынку, а также возможности регулирующего воздействия государства, которому авторы уделяют повышенное внимание. «В предлагаемой монографии на основе большого статистического и фактического материала показывается становление при нэпе политических, экономических, культурных, технических, организационных и других условий для регулирующего воздействия на крестьянское хозяйство. При этом раскрывается рыночный механизм стимулирования важнейших отраслей и районов сельскохозяйственного

производства, решения продовольственной и сырьевой проблем на основе подъема крестьянских хозяйств и их кооперирования» [Ильин, Бабаков 1995: 4].

В 1995 г. было опубликовано обстоятельное учебное пособие «Экономика крестьянского хозяйства» [Петренко и др. 1995]. В нем освещаются базовые вопросы экономической теории крестьянского хозяйства: 1) организационные основы крестьянского хозяйства; 2) ресурсный потенциал; 3) издержки и прибыльность производства; 4) функционирование крестьянских хозяйств в рыночной экономике. В том же году в Саранске издается аналогичное по набору рассматриваемых вопросов учебное пособие «Экономика и организация крестьянских (фермерских) хозяйств» [Коваленко, Зинина 1995]. См. также [Гумеров и др. 1992; Организация... 1992а].

В методическом плане интересна работа И.Б. Дмитриевой, посвященная анализу бюджетных обследований крестьянских хозяйств, взятых из архивов, за 1926–1927 гг. [Дмитриева 1993].

Конференции. В рассматриваемый период проходили конференции, посвященные вопросам крестьянского хозяйства. В 1992 г. по итогам конференции в Вологде был опубликован сборник «Крестьянское хозяйство: история и современность» [Крестьянское... 1992]. Основное место в нем заняли вопросы истории, но также были доклады, касающиеся современности и теоретических вопросов. Всего было пять разделов: 1) история крестьянства до XX в.; 2) аграрные реформы XX в. и раскрестьянивание; 3) крестьянский двор как семейно-трудовое объединение; 4) землевладение и землепользование двора; 5) крестьянское и фермерское хозяйство как форма аграрного производства.

В 1995 г. в Тамбове прошла конференция «Крестьяне и власть», посвященная взаимоотношениям крестьянства и государства со времен средневековья до наших дней [Крестьяне... 1995].

Личные подсобные хозяйства населения

Тема личных подсобных хозяйств (ЛПХ) к этому времени потеряла свою былую популярность. На повестке дня стоял вопрос о возрождении фермерства, так что уж тут было заниматься «несчастливыми» ЛПХ. Если раньше в труде на своем участке видели точку роста чувства хозяина (популярный термин времен перестройки и начала реформ), то сейчас, когда открылась возможность прямо и без всяких компромиссов с социалистическим способом хозяйствования заводить капиталистическое фермерское предприятие, ЛПХ должно было казаться детскими играми. Кто же тогда знал, что дело обернется так, как обернулось? Тем не менее работы по ЛПХ появлялись и в это время.

В 1994 г. вышел указатель литературы «Подсобные, приусадебные хозяйства и промыслы», в котором представлены монографии и статьи отечественных авторов за 1988–1992 гг. [Подсобные... 1994].

К XIII Всемирному конгрессу социологов от российской стороны был подготовлен доклад З.И. Калугиной и И.Н. Мартыновой о личных подсобных хозяйствах [Kalugina, Martynova 1994a]. В докладе прослеживается развитие ЛПХ с начала 1970-х по начало 1990-х гг. Используются различные данные, в том числе обследования в Новосибирской области. Для исследования динамики ключевую роль здесь играют исследования бюджетов времени сельского населения Новосибирской области, проводившихся в 1975–1976, 1986–1987 и 1993 гг. В докладе рассматриваются следующие вопросы: 1) современное состояние ЛПХ; 2) государственная политика по отношению к ЛПХ; 3) труд в ЛПХ (объемы труда, дифференциация хозяйств, мотивация к труду и функции труда в ЛПХ); 4) прогнозы развития ЛПХ.

Причинам развития ЛПХ посвящено учебное пособие А.Ф. Дмитриева и А.Е. Шибалкина «Факторный анализ личного подсобного хозяйства»⁴ [Дмитриев, Шибалкин 1992]. Рассматривается экономическая сущность и причины возникновения ЛПХ (как оно возникло в период коллективизации и почему не было обобществлено). Прослеживается динамика его развития, для чего выделяются три периода: 1) коллективизация – 1953 г., 2) 1954–1964 гг., 3) 1965 г. – современность. Основными мотивами ведения ЛПХ авторы называют удовлетворение потребности в продуктах питания, так как государство этого сделать не может, и достаточные запасы труда. В качестве факторов, стимулирующих или тормозящих развитие ЛПХ, авторы выделяют следующие: численность семьи, транспортная сеть и урбанизация сельских поселений, тип застройки, обеспеченность кормами, помощь со стороны сельскохозяйственных предприятий, психологические и моральные установки работников сельскохозяйственных предприятий.

Территориальная структура

Специфика этой темы такова, что на характер исследований в данной области не могут в сильной мере повлиять социально-экономические трансформации в стране. Так что методика исследований не претерпела здесь каких-либо значимых изменений. Проекты новосибирской школы по территориальному анализу села подошли к концу, и основной тон в этой сфере стали задавать экономгеографы, продолжая традиции, заложенные в советское время.

Так, в монографии «Территориальная структура хозяйства староосвоенных районов» сельскому хозяйству посвящена глава «Проблемы сельской местности и аграрного производства» [Территориальная... 1995]. Основной упор делается на классификацию районов по тем или иным параметрам. При рассмотрении интенсификации сельского хозяйства, выделяются три группы территорий: 1) со всесторонней интенсификацией; 2) с экстенсивным развитием; 3) с односторонней интенсификацией какого-либо фактора производства. Производится деление территорий по степени их освоенности, а также по концентрации населения и расселения в сельской местности.

Территориальным аспектам природопользования посвящена монография Т.Г. Руновой, И.Н. Волковой и Т.Г. Нефедовой [Рунова и др. 1993]. В ней рассматриваются проблемы, порожденные несоответствием отраслевой и территориальной структур природопользования природным и социально-экономическим условиям регионов. О проблемах регионального развития в переходной экономике см. [Нефедова, Трейвиш 1994].

Прочие темы

В данный раздел вошли непопулярные темы. Похоже, что некоторые из этих тем, некогда популярные в советское время, разрабатывались по инерции. Другие темы просто оказались в этот период не в моде.

Надо отметить работы по сельскохозяйственной кооперации. Во-первых, это книга Е.В. Серовой [Серова 1992]. Во-вторых, сборник по итогам конференции, посвященной сельскохозяйственной кооперации в России [Сельскохозяйственная... 1995]. Также можно указать еще на несколько работ теоретического и практического плана [Масленников 1993; Пашков 1992; Рекомендации... 1992в].

Стоит выделить доклад В.А. Артемова о бюджетах времени сельского населения, сделанный автором для XIII Всемирного конгресса социологов [Artemov 1994]. Темой бюджетов

⁴ К одноименному методу анализа данных данное название не имеет отношения.

времени автор занимался еще в советское время в новосибирской школе (см. предыдущие части нашего обзора).

Вопросам влияния научно-технического прогресса (НТП) на социальную структуру села посвящен сборник статей, выпущенный в Институте социологии РАН в 1992 г. [Изменения... 1992]. По сути, сборник представляет собой еще наследие советского времени как по тематике, так и по стилю изложения. Рассматриваются методологические вопросы влияния НТП на сельскую структуру, соответствие социальных отношений уровню развития технологий, социальные аспекты НТП в сельском хозяйстве, экономическая культура на селе, тенденции развития социальной структуры села и т.п. Также продолжая советскую традицию, в рассматриваемый период состоялось несколько конференций, посвященных научному обеспечению АПК [Пути... 1994; Наука... 1993, 1995]. По теме НТП издавались и монографии [Научное... 1995; Научно-технический... 1994; Экономический... 1992].

Ряд работ посвящен состоянию АПК отдельных регионов [Система... 1992; Смирнов, Яблочникова 1995; Формирование... 1993б; Поволжский 1992].

В нескольких работах анализируется сфера труда в АПК: различные аспекты формирования трудового потенциала, вопросы материального стимулирования труда [Чудинов 1993; Рекомендации... 1995].

Издавались работы по моделированию и статистическому анализу АПК [Ильченко 1993; Математическое... 1993; Статистический... 1992], по анализу отдельных хозяйственных категорий [Хаджимуратов 1992; Шишкин 1993].

Литература

- Абдоков А.А.* Возрождение крестьянства: социологический анализ. Ростов-на-Дону: Изд-во фабрики цветной печати, 1992.
- Аграрная реформа в России и положение женщин и пенсионеров. М.: РНФ, 1994.
- Аграрные отношения: теория, историческая практика, перспективы развития / Отв. ред. И.Н. Буздалов. М.: Наука, 1993.
- Аграрные преобразования: опыт и перспективы. Материалы международной экономической конференции (Орел, 3–5 июня 1993 г.). Орел: НПО «Экология села», 1994.
- Аграрные преобразования: результаты и прогноз развития / Под ред. В.В. Кузнецова. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 1995а.
- Аграрные реформы в России: опыт, проблемы, перспективы / Материалы Российской научно-практической конференции (Саратов, 22–24 сентября 1994 г.). Саратов, 1995б.
- Агропромышленный комплекс в условиях перехода к рынку / Отв. ред. Ю.Г. Бинатов. Ставрополь: Ставроп. ГСХА, 1994.
- Агропромышленный комплекс России: ресурсы, продукция, экономика. В 3-х т. Новосибирск: СО РАСХН, 1995.
- Азбука фермера. Учеб. пособие / Под общ. ред. В.Н. Хлыстуна. М.: Колос, 1994.
- Актуальные вопросы аграрной экономики в период становления рынка / Отв. ред. В.И. Новичков. Саратов: Сарат. гос. с.-х. акад., 1994.
- Алимжанов А.А.* Финансовое регулирование АПК в условиях рынка. СПб.: Изд-во С-Пб. ун-та экономики и финансов, 1992.
- Андреев П.А., Баутин В.М., Голиков Р.П.* Создание лизинговых предприятий в АПК: Метод. пособие. М.: Инфрагротех, 1994.

- Андреев П.А., Кудряшов В.И.* Фермерские хозяйства. Организация, кооперирование, обслуживание. М.: Колос, 1994.
- Арутюнян Ю.В.* Россияне: жители города и деревни. М.: Ин-т этнологии и антропологии РАН, 1995.
- Ахмадеев М.Г., Фадеев А.С.* Организация и эффективное ведение крестьянского (фермерского) хозяйства: Учеб. пособие. Казань: Агробизнес, 1994.
- Ахохов М.Х.* Перестройка управления сферой производственной инфраструктуры регионального АПК. Нальчик, 1993.
- Баландин Ю.С.* Крестьянское хозяйство. М.: Агропромиздат, 1992.
- Банк и фермер / Сост. Л.К. Красногир. М.: Информагротех, 1994.
- Библиотечка фермера. М.: Информагротех, 1995.
- Бобылев С.Н., Смолин А.А.* Экономические регуляторы в проведении земельной реформы. М.: ГУ ВШЭ, 1994.
- Боголепов Р.Д., Петрова Т.В.* Юридический справочник для фермера. М.: Менатепинформ, 1992.
- Бондаренко Л.В.* Развитие социальных процессов на селе. М.: ВНИИЭСХ, 1995.
- Буга В.К., Ткаченко В.А., Пивоваров С.С.* Организация внешнеэкономической деятельности предприятий и объединений АПК. Методические рекомендации. СПб., 1992.
- В помощь крестьянину: Практ. пособ. / Под ред. Н.Ф. Бондаренко. СПб.: Лениздат, 1993.
- Вайн Л.И., Муравский А.С., Черниогло И.И.* Организация акционерных обществ на базе колхозов и совхозов. Кишинев: МолдНИИТЭИ, 1992.
- Великий незнакомец: крестьяне и фермеры в современном мире / Сост. Т. Шанин. М.: Прогресс, 1992.
- Возьмитель А.А., Карпов А.П.* Становление образа жизни российского фермерства. М.: Ин-т социологии РАН, 1994.
- Вопросы стабилизации агропромышленного комплекса Кемеровской области. Новосибирск: СО РАСХН, 1995.
- Гарькавый В.В.* Проблемы нормативного хозяйства АПК в условиях рыночной экономики. Теория, методология, практика. Ростов-на-Дону: Изд-во АО «Цв. печать», 1993.
- Государственное регулирование АПК при переходе к рынку. Йошкар-Ола: МарГУ, 1994.
- Грядов С.И.* Организационно-экономические основы создания и деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств. М.: МСХА, 1992.
- Губа И.Т., Игнатюк И.Н., Соловьев И.А.* Рыночные отношения в АПК: маркетинг и методы управления: Учеб. пособие. М.: МСХА, 1995.
- Гумеров Р.Р., Соболев В.С.* Основы экономики фермерского хозяйства. М.: Россия молодая, 1992.
- Гусаков В.Г.* На пути к рынку. Аргументы, комментарии, суждения. Минск: Ураджай, 1992.
- Дикинов А.Х.* Фермерские хозяйства Кабардино-Балкарской Республики. Проблемы и суждения. Нальчик: Нальчик. колледж дизайна, 1995.
- Дмитриев А.Ф., Шибалкин А.Е.* Факторный анализ личного подсобного хозяйства: Учеб. пособ. М.: МСХА, 1992.

- Дмитриева И.Б.* Система эмпирического анализа результатов бюджетных исследований. М.: ВЦ РАН, 1993.
- Долгов В.М., Вилков А.А., Михайловский И.Ю., Москвитина Р.А.* Социальная эволюция крестьянства в 60-80 годы (на материалах областей Поволжья) / Под ред. В.М. Долгова. Саратов: СГУ, 1993.
- Ерназаров Т.* Совершенствование экономических отношений в отраслях АПК. Нукус: Каракалпакстан, 1992.
- Заводчиков Н.Д.* Основы предпринимательской деятельности в АПК: Учеб. пособие. М., 1994.
- Зайналов М.И.* Формирование и функционирование продовольственного рынка: региональный аспект. М.: Наука, 1993.
- Земельная реформа и преобразования в сельском хозяйстве. Процесс и некоторые итоги / Сост. К.И. Панкова. М.: ВНИЭТУСХ, 1993.
- Земельная реформа. На опыте Нижегородской области / Гл. ред. Н.И. Полежаева. М., 1994.
- Зинченко А.П.* Использование производственного потенциала сельского хозяйства России в условиях формирования многоукладной экономики и рыночных отношений. М., 1995.
- Изменения в социальной структуре сельского населения под воздействием научно-технического прогресса / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: Ин-т социологии РАН, 1992.
- Иконицкая И.А.* Новое законодательство о земле. (Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Право в нашей жизни». №12). М.: Знание, 1992.
- Ильин С.С., Бабаков А.М.* Крестьянское (фермерское) хозяйство и рынок (20-е гг. и современность). М.: ЦИСН, 1995.
- Ильченко А.Н.* Моделирование внутрирегиональных экономических взаимоотношений в АПК. М.: МСХА, 1993.
- Интернациональные аспекты аграрной реформы в России. Доклады к международной конференции (5–6 октября 1995 г.). М., 1995.
- Иниаков О.В.* Механизм социально-рыночной трансформации и устойчивого развития АПК России. Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 1995.
- Использование маркетинга в агропромышленном производстве. Кишинев: МолдНИИТЭИ, 1992.
- Как создать и умело вести фермерское хозяйство. Справ. пособие. М.: ИВЦ «Маркетинг», 1993.
- Как стать фермером / Авт.-сост. Г.М. Антипов и Ф.Б. Гаджи-Исмаилов. М.: Имидж, 1992а.
- Как стать фермером. Курган: «Шанс», 1992б.
- Калашиников С.А.* Проблемы формирования и регулирования рынка средств производства АПК. Рязань: ВНИИМС, 1995.
- Кашин В.И.* Реформа в АПК. М.: Колос, 1993.
- Каюмов Ф.К.* Эффективность АПК в условиях перехода к рынку. Общие и региональные проблемы. М.: Полигран, 1992.
- Киселев С.В.* Государственное регулирование сельского хозяйства в условиях переходной экономики. М., 1994.
- Коваленко В.А., Тарасевич В.Ф., Лешкевич В.В.* Каким быть селу? Минск: Ураджай, 1992.

- Коваленко Е.Г.* Проблемы формирования и эффективного развития крестьянских (фермерских) хозяйств в системе агропромышленного комплекса. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 1995.
- Коваленко Е.Г., Зинина Л.И.* Практикум по экономике и организации фермерских хозяйств: Учеб. пособие. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 1993.
- Коваленко Е.Г., Зинина Л.И.* Экономика и организация крестьянских (фермерских) хозяйств: Курс лекций. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 1995.
- Козлова А.П.* Повышение эффективности агропромышленного производства в условиях перехода к рынку / Под ред. В.Я. Чуракова. М.: Дело, 1993.
- Коммерческий расчет на предприятии. Краснодар: КГАУ, 1992.
- Комов Н.В., Родин А.З., Алакоз В.В.* Земельные отношения и землеустройство в России. М.: Русслит, 1995.
- Концепция развития инженерно-технического сервиса фермерских хозяйств. М.: ГосНИТИ, 1992.
- Концепция формирования ценового и финансово-кредитного механизма в АПК. М.: РАСХН, 1994.
- Кормаков Л.Ф.* Рынок производственных услуг АПК: состояние, формирование, регулирование. М.: ВНИЭТУСХ, 1994.
- Кравченко Р.И.* Государственный заказ и методы экономического регулирования рыночных отношений. Кишинев: МолдНИИТЭИ, 1992.
- Крассов О.И.* Право частной собственности на землю. Купля-продажа, аренда, приватизация, судебная защита. М., 1995.
- Крестьяне и власть. Тезисы докладов и сообщений научной конференции (Тамбов, 7–8 апреля 1995 г.). Тамбов: ИПЦ ТГТУ, 1995.
- Крестьянские (фермерские) хозяйства. Указ. отеч., иностр. лит. за 1991-1993 гг. / Сост. О.И. Лобанова. М: ЦНСХБ, 1994.
- Крестьянское хозяйство: история и современность. Материалы Всероссийской научной конференции / Отв. ред. М.А. Безнин. Ч. 1-2. Вологда: Изд-во Вологод. пединститута, 1992.
- Крестьянство и индустриальная цивилизация / Отв. ред. Ю.Г. Александров, С.А. Панарин. М.: Наука, 1993.
- Крестьянство и рынок. Научно-аналитический обзор (авт. – А.В. Гордон). М.: ИНИОН, 1995.
- Крячков И.Т., Комов В.Г.* Основы маркетинга в агропромышленном комплексе: Учеб. пособие. Белгород: Изд-во Белгор. гос. с.-х. акад., 1995.
- Кузьмин В.Н.* Как сэкономить деньги при покупке и использовании техники. В помощь фермеру. М.: Информагротех, 1993.
- Кузьмин В.Н.* Совместное использование техники. М.: Информагротех, 1995.
- Кукуев Х.О.* Продовольственный комплекс и рынок. Махачкала: Даг. кн. изд-во, 1993.
- Кумахов Б.А., Дикинов А.Х.* Становление и развитие фермерства в Кабардино-Балкарии. Нальчик: Нальчик. колледж дизайна, 1995.
- Кучуков Р.А.* Основы рыночной экономики в агропромышленном комплексе: Учеб. пособие. Нальчик: Эльбрус, 1995.

- Лайкам К.Э.* Лизинг в АПК: опыт и перспективы развития. Рязань: ВНИИМС, 1995.
- Лециловский П.В.* Экономика агропромышленного комплекса в вопросах и ответах: Учеб. пособие. Минск: Ураджай, 1992.
- Лютых Ю.А.* Земельные отношения в России. История и современные аспекты. Красноярск: Кн. изд-во, 1995.
- Магеровский В.В.* Электрификация фермерских хозяйств. Учеб. пособие. Краснодар: КГАУ, 1995.
- Масленников В.П.* Кооперация в системе аграрных отношений. Учеб. пособие. М.: МНЭПУ, 1993.
- Математическое моделирование производственных систем в АПК. М.: МСХА, 1993.
- Межхозяйственные связи в отраслях АПК при переходе к рынку. Матер. науч.-практ. конф. / Гл. ред. Н.С. Катков. Йошкар-Ола: МарГУ, 1994.
- Менеджмент в агробизнесе. М.: МЭГУ, 1994.
- Методика образования землевладений крестьянских (фермерских) хозяйств / Подг. С.Н. Волков и др. М.: РАСХН, 1993.
- Методика экономических исследований в агропромышленном производстве / Под ред. В.Р. Боева. М.: ВНИЭСХ, 1995.
- Методические основы социально-экономического мониторинга аграрной реформы. М.: Аграрный институт, 1993.
- Методические рекомендации по организации и функционированию агропромышленных товарных бирж. М., 1992.
- Методические рекомендации по организации социологического изучения фермерских хозяйств. Йошкар-Ола: Изд-во МарИО, 1994.
- Мишин В.Н.* АПК в рыночной экономике. Вопросы теории и практики. Саратов, 1995.
- Моделирование крестьянских хозяйств. Учеб. пособие / Под общ. ред. И.Т. Трубилина. Краснодар: КГАУ, 1995.
- Мусаев В.Р.* Организация управления АПК в современных условиях. М.: «Аграрная наука»: Изд-во Россельхозакадемии, 1995.
- Назаренко В.И.* Проблемы развития АПК экономики переходного периода. М., 1993.
- Назаренко В.И.* Состояние сельского хозяйства в России в период переходной экономики. М., 1994.
- Направления, особенности и проблемы реорганизации и приватизации АПК Волгоградской области / Гл. ред. А.М. Гаврилов. Волгоград: ВСХИ, 1993.
- Настольная книга сельского предпринимателя. Ростов-на-Дону: Приазов. край, 1993.
- Наука – агропромышленному комплексу Горного Алтая. Матер. науч. сесс. общ. собр. Сиб. отд-ния РАСХН. Горно-Алтайск, 8-9 июля 1992 г. Новосибирск: СО РАСХН, 1993.
- Наука – агропромышленному комплексу Сибири. Матер. годич. общ. собр. СО РАСХН. Пос. Краснообск Новосибир. обл., 31 янв. – 1 фев. 1995 г. Новосибирск: СО РАСХН, 1995.
- Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сибири до 2005 года: концепция и программа фундаментальных и приоритетных прикладных исследований. Новосибирск: СО РАСХН, 1995.
- Научно-технический прогресс в инженерно-технической сфере АПК. М., 1994.

- Научные основы аграрной реформы и социального развития сел. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 1994.
- Нефедова Т.Г., Трейвиш А.И.* Районы России и других европейских стран с переходной экономикой. Россия 90-х: проблемы регионального развития. М.: Ин-т географии РАН; «Ваш Выбор» ЦИРЗ, 1994.
- Никонов А.А.* Спираль многовековой драмы: аграрная наука и политика России (XVIII–XX вв.). М.: Энциклопедия российских деревень, 1995.
- Носов В.И.* Механизм управления отраслями АПК: Учеб. пособие. Саратов: Сарат. с.-х. акад., 1994.
- О путях перехода к рыночным отношениям в АПК / Сост. В.А. Добрынин. М.: МСХА, 1992.
- Обеспечение эффективного функционирования производственного потенциала АПК России в условиях рыночных отношений. Тез. докл. межрегион. науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов / Под общ. ред. А.Ф. Шишкина. Воронеж: ВГАУ, 1993.
- Обоснование размеров и специализации крестьянских хозяйств фермерского типа. Метод. рекомендации. СПб., 1992.
- Обоснование специализации и размеров крестьянских (фермерских) хозяйств. Кострома, 1993.
- Опыт ведения фермерских хозяйств. М.: Информагротех, 1995.
- Организационно-экономические основы формирования и развития многоукладной экономики АПК Сибири / Науч. ред. И.В. Куриев. Новосибирск: СО РАСХН, 1995.
- Организация и экономические основы фермерского хозяйства / Под ред. С.И. Грядова. М., 1992а.
- Организация крестьянского хозяйства / Под общ. ред. И.Т. Трубилина. Краснодар: КГАУ, 1995.
- Организация производства сельхозпродукции в фермерских хозяйствах / Под общ. ред. А.Е. Матушкина. Белгород: Белгор. гос. с.-х. акад., 1994.
- Организация фермерских (крестьянских) хозяйств в Омской области: Методич. рекомендации / Сост. Л.А. Волкова. Омск: ОмСХИ, 1993.
- Организация фермерского хозяйства. Законодательные акты и нормативные материалы. (Сельский предприниматель, №2). М.: Аккоринформиздат, 1992б.
- Основы бухгалтерского учета и отчетности крестьянских (фермерских) хозяйств, сельскохозяйственных кооперативов и их ассоциаций. М.: Аккоринформиздат, 1993.
- Основы рыночной экономики в агропромышленном комплексе: Учеб. пособие. Ростов-на-Дону: Изд-во РГЭА, 1994.
- Панин А.У.* Законы формирования и предпосылки функционирования хозяйственного механизма. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1995.
- Панкова К.И.* Собственность в экономической реформе аграрного сектора. М.: ВНИЭТУСХ, 1992.
- Папцов А.Г.* Социально-экономические проблемы формирования фермерских хозяйств в России. (Сер. «Экономика, организация и управление АПК»). М.: ВНИИТЭИагропром, 1993.

- Пахомчик С.А., Никитина И.А.* Управление АПК в условиях перехода к рыночным отношениям. Региональный аспект. (На примере Тюменской области): Учеб. пособие. Омск: ОмГАУ, 1994.
- Пашенцев В.Ф.* Становление хозяина на селе в условиях реформирования экономики. М.: РАУ, 1993.
- Пашков В.А.* Теоретические проблемы сельскохозяйственной кооперации в советской литературе 20-х годов / Отв. Ред. В.М. Белоусов. Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. гос. пед. ин-та, 1992.
- Петренко И.Я., Чужинов П.И., Исмурастов С.Б.* Экономика крестьянского хозяйства. М.: Интерпракс, 1995.
- Петриков А.В.* Специфика сельского хозяйства и современная аграрная реформа в России. М.: Энциклопедия российских деревень, 1995.
- По пути преобразований аграрного производства. Н.Новгород: Нижегород. гос. с.-х. акад., 1995.
- Поволжский регион: состояние и перспективы. Саратов: ИСЭП АПК, 1992.
- Повышение эффективности агропромышленного комплекса в условиях перехода к рыночной экономике / Под ред. М.И. Синюкова и А.В. Пошатаева. М.: МСХА, 1992.
- Подгорбунских П.Е., Светлакова Н.А., Зорин Г.Г.* Организация фермерского производства. Учеб. пособие. Пермь: ПСХИ, 1992.
- Подсобные, приусадебные хозяйства и промыслы. Указ. отеч. лит. за 1988–1992 гг. / Сост. О.И. Лобанова, Т.Г. Манько. М.: ЦНСХБ, 1994.
- Половинкин П.Д., Попов Н.А.* От стихийной фермеризации к эффективной аграрной кооперативной системе хозяйствования. Пермь, 1994.
- Половцев П.И.* Рыночная экономика и финансово-кредитное обеспечение предприятий АПК: Учеб. пособие. Вологда, 1992.
- Практические инструктивные материалы по реорганизации бесперспективного колхоза, совхоза, АОЗТ, ТОО в систему крестьянских хозяйств: На основе опыта АОЗТ «Трудовое» Каргат. р-на Новосиб. обл. Новосибирск, 1994.
- Практические рекомендации по организации крестьянских (фермерских) хозяйств в Омской области / Под общ. Ред. Г.П. Березенко. Омск: Изд-во Омского гос. с.-х. ин-та, 1993.
- Преобразование колхоза (совхоза) в ассоциацию сельских предпринимателей. (Сельский предприниматель, №7). М.: Аккоринформиздат, 1992.
- Приватизация земли и реорганизация сельскохозяйственных предприятий в России: Нижегородская модель. Рабочий проект. Нижний Новгород – Москва, 1994.
- Приватизация и реорганизация сельскохозяйственных предприятий в России. М., 1995.
- Приватизация собственности, преобразование (реорганизация) сельскохозяйственных предприятий, создание акционерных обществ, ассоциаций крестьянских хозяйств: Практик. пособие. М., 1992.
- Проблемы перестройки экономических отношений в АПК / Отв. ред. В.Ф. Курмачева. Благовещенск: БСХИ, 1992а.
- Проблемы перехода предприятий АПК к рыночным отношениям / Науч. ред. А.А. Семенов. Краснодар: КГАУ, 1992б.

- Проблемы реформирования собственности в сельскохозяйственном производстве / Отв. ред. Д.И. Евсеенко. Новосибирск: НГАУ, 1994.
- Проблемы совершенствования организационно-экономических основ земледелия. Воронеж: Центр.-Чернозем. кн. изд-во, 1993.
- Проблемы становления и развития нового хозяйственного механизма агропромышленного комплекса / Науч. ред. А.А. Ходырев. М.: МСХА, 1992в.
- Пути повышения эффективности сельскохозяйственного производства на основе совершенствования экономического механизма хозяйствования. Горки: БСХА, 1992.
- Пути совершенствования научного обеспечения АПК районов Крайнего Севера в условиях перехода к рыночным отношениям. Докл. всерос. конф. Якутск, 2–4 сент., 1993 г. / Отв. ред. И.А. Матвеев. Новосибирск: СО РАСХН, 1994.
- Рабинович Б.М., Федосеев И.А., Игнатьев А.Е., Шевчук А.В.* Земельная реформа в России: принципы и методы осуществления / Отв. ред. А.В. Шевчук. М.: Звезды и С., 1995.
- Радугин Н.П.* Аграрная экономика: проблемы обновления. М.: Финансы и статистика, 1993а.
- Радугин Н.П.* Проблемы аграрной реформы в России. М.: Финансы и статистика, 1993б.
- Развитие агропромышленного комплекса и фермерства в Российской Федерации. М.: Респ. информ.-изд. центр, 1992а.
- Развитие и реформирование АПК Поволжья. Саратов: СГУ, 1993.
- Развитие рыночных отношений в агропромышленном комплексе Сибири. Тез. докл. регион. науч.-практ. конф. Новосибирск, апр. 1992 г. / Гл. ред. И.В. Кузнецов. Новосибирск: СО РАСХН, 1992б.
- Развитие форм хозяйствования в АПК в условиях рыночных отношений / Отв. ред. А.П. Зинченко. М.: МСХА, 1993.
- Развитие экономических отношений в АПК. Сборник научных трудов. М.: ВНИЭТУСХ, 1992в.
- Разработка систем ведения агропромышленного производства в областях, краях и республиках Сибири в условиях перехода к рыночным отношениям. Метод. рекомендации. Новосибирск: СО РАСХН, 1992.
- Рау В.В.* Обоснование приоритетных направлений развития продовольственного комплекса. М.: Наука, 1993.
- Рациональные размеры крестьянских (фермерских) хозяйств Дальнего Востока: Метод. рекомендации. Вып.1. Новосибирск: ДВО РАСХН, 1992.
- Рациональные размеры крестьянских (фермерских) хозяйств Дальнего Востока. Метод. рекомендации. Вып.2. Хабаровск: ДВО РАСХН, 1993.
- Рекомендации по организации и ведению крестьянских хозяйств. Саратов: Сарат. СХИ, 1992а.
- Рекомендации по организации материального стимулирования труда в сельскохозяйственных товариществах, акционерных обществах и кооперативах. Ростов-на-Дону: ВНИИЭИН, 1995.
- Рекомендации по совершенствованию рыночных отношений в агропромышленном комплексе Российской Федерации. М.: РАСХН, 1994.
- Рекомендации по совершенствованию хозрасчетных отношений в различных формах хозяйствования в агропромышленном комплексе. Саратов, 1992б.

- Рекомендации по формированию кооперативного хозяйства. Саратов: ССХИ, 1992в.
- Реорганизация колхозов и совхозов. Законодательные акты и нормативные материалы / Сост. Л.А. Киселева. (Сельский предприниматель, №1). М.: Аккоринформиздат, 1992.
- Реформирование и развитие АПК Сибири в условиях перехода к рыночным отношениям / Науч. ред. И.В. Карцев. Новосибирск: СО РАСХН, 1993.
- Ромашин А.Ф., Малышев П.И.* Фермерские хозяйства Нижегородской области: Проблемы и суждения. Н.-Новгород: Изд-во Волго-Вят. кадрового центра, 1994.
- Рунова Т.Г., Волкова И.Н., Нефедова Т.Г.* Территориальная организация природопользования. М.: Наука, 1993.
- Руцкой А.В.* Аграрная реформа в России. М.: РАУ-корпорация, 1993.
- Рыбков А.Г.* Крестьянское хозяйство: историко-социологический аспект. Саратов: СГУ, 1992.
- Рывкина Р.В.* Социология села // Социология в России / Под ред. В.А. Ядова. 2-е изд. М.: Ин-т социологии РАН, 1998.
- Рыночные процессы в аграрно-промышленном комплексе: мнение специалистов. (Итоги анкетного опроса). Ростов-на-Дону: «Экост», 1994.
- Рысьмятов А.З., Багмут А.А. Агропромышленная кооперация и перестройка структуры региональных АПК в условиях перехода к рынку. Краснодар: КГАУ, 1994.
- Савельев П.И.* Пути аграрного капитализма в России. XIX век. (По материалам Поволжья). Самара, 1994.
- Сазонов С.Н.* Социально-экономические проблемы развития фермерского движения. Тамбов: ВИИТиН, 1995а.
- Сазонов С.Н.* Фермерское движение в России. М.: ВИИТиН, 1995б.
- Сазонов С.Н., Балашов А.В., Сазонова Д.Д.* Рекомендации по организации межфермерской кооперации в использовании сельскохозяйственной техники. Тамбов, 1994.
- Сазонов С.Н., Насыпайко И.Г., Балашов А.В., Попова О.Н.* Определение состава машинно-тракторного парка в крестьянских хозяйствах. Тамбов, 1992.
- Сайитбаев Ш.Д.* Предпринимательство в аграрной сфере производства. СПб.: Изд-во С-Пб. ун-та экономики и финансов, 1993.
- Сборник документов III съезда АККОР. М.: Агропромиздат, 1992.
- Светлакова Н.А.* Проблемы развития организационных форм хозяйствования в аграрном секторе экономики. Пермь: Перм. с.-х. ин-т, 1993.
- Севрюгин Н.В.* Тульский эксперимент в агропромышленном комплексе: саморазвитие села. Тула: «Левша», 1994.
- Сельскохозяйственная кооперация в России: быть или не быть? Материалы научно-практической конференции (13–15 декабря 1994 г.). М., 1995.
- Семенова Е.В., Степанова В.М.* Кредитное обеспечение земельной реформы в Российской Федерации. СПб.: Изд-во С-Пб. ун-та экономики и финансов, 1992.
- Серова Е.В.* Развитие сельскохозяйственной кооперации в России. М.: Агропромиздат, 1992.
- Сигидов Ю.И., Малофеев Т.Е.* Организация предпринимательской деятельности в АПК. В 3-х ч. / Под ред. И.Т. Трубилина. Краснодар: КГАУ, 1995.
- Система ведения отраслей агропромышленного комплекса Республики Татарстан. Казань: Татар. кн. изд-во, 1992.

- Смирнов В.Д., Яблочникова Я.Т.* Нижнее Приангарье: продовольственный комплекс. Новосибирск: ИЭиОПП, 1995.
- Совершенствование внутрхозяйственного экономического механизма в акционерных обществах закрытого типа в условиях перехода к рыночным отношениям: Рекомендации. Новосибирск, 1994а.
- Совершенствование рыночных отношений в агропромышленном комплексе. Тез. докл. всерос. конф. 16–18 авг. 1994 г. / Науч. ред. и сост. В.В. Кузнецов и Е.Г. Лысенко. Ростов-на-Дону, 1994б.
- Совершенствование хозяйственного механизма АПК в условиях перехода к рыночной экономике. Тез. докл. науч. конф. Казань: КСХИ, 1992.
- Современные концепции аграрного развития. Теоретический семинар // Отечественная история. 1992. №5.
- Современные концепции аграрного развития. Теоретический семинар // Отечественная история. 1993. №2.
- Социально-экономические проблемы реформирования народного хозяйства на современном этапе. Сборник статей. Чебоксары: ЧГИГН, 1994.
- Социально-экономические проблемы села в условиях совершенствования производственных отношений. СПб., 1992.
- Социальные проблемы села в условиях перехода к рыночной экономике. Уфа, 1992.
- Справочная книга фермера. Саратов: ССХИ, 1992.
- Справочник крестьянина / Сост. Я.Я. Узуленьш. М.: Колос, 1994.
- Справочник фермера / Сост. Л.К. Красногир и др. М.: Информагротех, 1992.
- Статистический анализ развития АПК / Отв. ред. В.Л. Макаров. М.: Наука, 1992.
- Территориальная структура хозяйства староосвоенных районов. М.: Наука, 1995.
- Типовые методические рекомендации по проведению маркетинговых исследований по проектам ГНТПР «Перспективные процессы в перерабатывающих отраслях АПК». М.: АгроНИИТЭММП, 1994.
- Удалов В.А.* Настольная книга российского фермера. М.: Знание, 1993.
- Узун В.Я., Шагайда Н.И.* Собственность на землю и имущество. Аграрная реформа в вопросах и ответах. (Сельский предприниматель, №5). М.: Аккоринформиздат, 1992.
- Улюкаев В.Х.* Что дает земельная реформа. (Серия «Усадьба. Подворье. Ферма», №2) М.: Знание, 1992.
- Устюкова В.В.* Крестьянское хозяйство. М.: Знание, 1992.
- Учет и финансы в крестьянских (фермерских) хозяйствах: Учеб. пособие / Под ред. Ф.И. Васькина, М.З. Пизенгольца. М., 1994.
- Федорова Г.П.* Организация прибыльного крестьянского хозяйства. (Сельский предприниматель, №9). М.: Аккоринформиздат, 1993.
- Фермер и партнеры: как выгодно строить взаимоотношения. М.: Информагротех, 1994.
- Фермерские хозяйства России (проблемы формирования и развития) / Подг. О.В. Костыгова. Сер. «Новые явления в российской экономике». Вып. 6. М.: Ин-т экономики РАН, 1993а.

- Фермерские хозяйства: проекты, технологии, оборудование / Сост. А.С. Астахов, С.В. Рыжов. М.: Информагротех, 1993б.
- Фледдерджен Д., Харви Б. Организация кооперативов мелких фермеров. Опыт стран центральной Америки. (Сельский предприниматель, №6). М.: Аккоринформиздат, 1992.
- Формирование и развитие рынка средств производства для агропромышленного комплекса. М.: Информагротех, 1992а.
- Формирование и эффективность новых организационных структур в АПК / Отв. ред. Ю.Г. Бинатов. Ставрополь: ССХИ, 1993а.
- Формирование продовольственной базы районов Крайнего Севера и Дальнего Востока. Матер. науч. сесс. Камчатка, 1–3 окт. 1992 г. Новосибирск: СО РАСХН, 1993б.
- Формирование рыночной экономики в АПК / Под общ. ред. А.Ф. Шишкина. Воронеж: ВГАУ, 1992б.
- Формы сельскохозяйственного производства и государственное регулирование. XXIV сессия симпозиума по аграрной истории Восточной Европы. Тезисы докладов и сообщений. М., 1994.
- Хагуров А.А., Тлеуж А.Х.* Аграрная реформа на Кубани: проблемы и перспективы. М.: Ин-т социологии РАН, 1993.
- Хаджимуратов А.А.* Распределение продукта агропромышленного комплекса. СПб.: Изд-во С-Пб. ун-та экономики и финансов, 1992.
- Цыпкин Ю.А.* Эффективный агромаркетинг. М.: Колос, 1994.
- Чубуков Г.В.* Фермерам отвечает юрист. М.: Юрист, 1994.
- Чудинов Д.В.* Социально-экономический механизм формирования трудового потенциала системы АПК. М.: ВНИИМ, 1993.
- Шабьков А.И.* Предпринимательство в предприятиях АПК. Йошкар-Ола, 1995.
- Шакиров Ф.К.* Хозяйственный расчет предприятий и объединений АПК в системе новых производственных отношений. М.: МСХА, 1992.
- Шанин Т. Формы хозяйства вне систем // Вопросы философии. 1990. №8.
- Широкалова Г.С.* Аграрная реформа 1990–1993 гг. в России. Н. Новгород: Изд-во Нижегород. с.-х. ин-та, 1993а.
- Широкалова Г.С.* Аграрная реформа в России и развитие АПК в странах Запада. Н. Новгород: Нижегород. СХА, 1995.
- Широкалова Г.С.* Аграрный вопрос в политической борьбе современной России. М., 1993б.
- Шишкин А.Ф.* Темпы и пропорции воспроизводства чистого продукта АПК. Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1993.
- Экономическая реформа в аграрном секторе. Краснодар: КГАУ, 1995.
- Экономические проблемы развития АПК в Республике Башкортостан / Отв. ред. У.Г. Гусманов. Уфа: Башк. гос. аграр. ун-т, 1995.
- Экономические проблемы развития АПК в условиях рыночной экономики. Ульяновск: УСХИ, 1994.

- Экономические, социальные, экологические проблемы организации использования земли в условиях осуществления земельной реформы / Отв. ред. Ю.М. Рогатнев. Омск: ОмСХИ, 1993.
- Экономический механизм хозяйствования и интенсивные технологии. М.: Агропромиздат, 1992.
- Яковлев А.В.* Аграрная реформа на региональном уровне. Саратов: СГУ, 1995а.
- Яковлев А.В.* Государственное управление региональной агросистемой. Саратов, 1995б.
- Яковлев А.В.* Роль государственного экономического регулирования в период перехода к рыночным отношениям. Саратов: Саратов. гос. с.-х. акад., 1995в.
- Ястребова О.К.* Введение в агробизнес. М.: МГУ, 1994.
- Artemov V.* Distribution of Rural Population's Time: The First Period of Reforms. Preprint to XIIIth World Congress of Sociology. Novosibirsk: IEIE, 1994.
- Kalugina Z.I., Martynova I.N.* Autonomous Privately-Operated Farms in Russia. Preprint to XIIIth World Congress of Sociology. Novosibirsk: IEIE, 1994а.
- Kalugina Z.I., Martynova I.N.* Of-Formal Labor in the Russian Agrarian Sector. Preprint to XIIIth World Congress of Sociology. Novosibirsk: IEIE, 1994б.

НОВЫЕ КНИГИ

З.В. Котельникова

ОБЗОР КНИЖНЫХ НОВИНОК: экономическая социология на английском – 2006



КОТЕЛЬНИКОВА

Зоя Владиславовна – научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ.
Email: kotelnikova@hse.ru

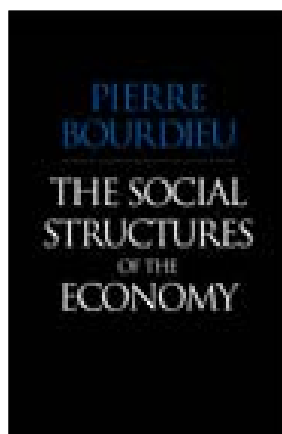
Мы продолжаем знакомить читателей с новинками экономической социологии и публикуем краткие аннотации к зарубежным книгам по экономической социологии, вышедшим в 2006 г. Все аннотируемые работы мы сгруппировали по следующим категориям:

- методология экономической социологии;
- культура и хозяйство;
- гендер и хозяйство;
- деньги и хозяйство;
- неформальная экономика;
- рынки труда и занятость;
- международные связи и глобализация.

Методология экономической социологии

Постструктуралистский подход

Bourdieu P. **The Social Structures of the Economy**. Cambridge: Polity, 2005.



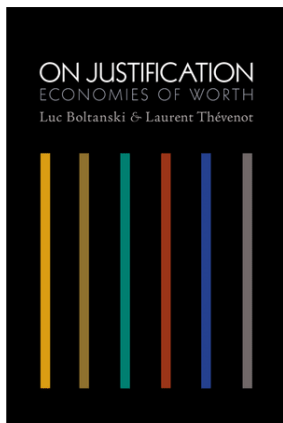
Монография издана через три года после смерти Пьера Бурдьё (2002 г.) и представляет результаты экономико-антропологического исследования рынка частных жилых домов. В конце 1960-х гг. во Франции произошла смена курса жилищной политики: с социалистического на неолиберальный, что привело к увеличению числа строительных фирм, росту спроса на частные жилые дома, изменению принципа расселения населения во Франции и т.д.

Согласно Бурдьё, рынок конструируется государством, им задаются базовые принципы функционирования рынка – частные или коллективные. В свою очередь индивиды действуют в поле символических конструктов. Последние создают стоимость жилья, оформляют институт соседства и

организуют порядок городской жизни. Спрос, предложение, рынок и даже покупатели с продавцами суть порождения одного процесса – социального конструирования.

Кроме прочего, Бурдьё доказывает, что две дисциплины – экономика и социология – это составные части одной науки, объектом которой выступает анализ социальных фактов. По мнению автора, хозяйственные процессы могут быть адекватно описаны социологическими инструментами. И своей работой Пьер Бурдьё блестяще демонстрирует нам применение поструктуралистского подхода к изучению экономических феноменов.

Экономическая теория конвенций



Boltanski L., Thévenot L. **On Justification: Economies of Worth** / Transl. by C. Porter. Princeton: Princeton University Press, 2006.

Это первый перевод на английский язык монографии Люка Болтански и Лорана Тевено – авторов экономической теории конвенций. Многочисленные труды этих исследователей уже давно влияют на французскую социологию в частности и на мировую социальную науку в целом. Однако до сих пор их основной труд оставался доступным в полном объеме лишь для франкоговорящих читателей.

В фокусе книги находится фундаментальный вопрос: каким образом достигаются конвенции? Болтанский и Тевено, развивая теоретические наработки П. Бурдьё, изучают широкий спектр ситуаций, в которых люди обосновывают/оправдывают свои действия. Авторы утверждают, что большинство способов оправдания действий можно свести к шести основным мирам, каждому из которых соответствует своя логика обоснования ценностей: гражданский мир (Руссо), рыночный мир (Смит), индустриальный мир (Сен-Симон), домашний мир (Боссо), мир вдохновения (Августин) и мир мнения (Гоббс).

Первая глава книги на сайте издательства: <http://press.princeton.edu/titles/8182.html>

Организационная экология



Aldrich H.E., Ruef M. **Organizations Evolving**, 2nd ed. L.: Sage Publications Ltd., 2006.

Второе издание известной книги, опубликованное через семь лет после выхода первого. Кроме того, что содержание монографии претерпело существенные изменения, у нее появился еще один автор – Мартин Руф (профессор Принстонского университета, США).

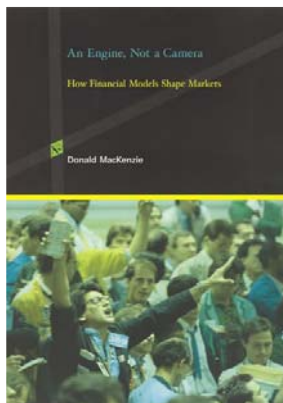
Основная цель книги состоит в применении эволюционного подхода к изучению формальных организаций. Понятие «эволюции» авторы раскрывают через анализ четырех ее неотъемлемых составляющих: разнообразие, отбор, сохранение и борьба за ограниченные ресурсы.

Окружающая среда формирует и отбирает гетерогенные организации, конкурирующие между собой за долю рынка, легитимность и выживание на рынке.

Книга – настоящий клад теории организации. Здесь вы найдете обзор литературы по организациям, рынкам и сетям, отдельные главы посвящены организационным формам, границам, популяциям. Авторы также акцентируют внимание на динамике и изменчивой природе рынков, институтов, сетей, организаций и других социальных единиц. Еще один

фокус книги – это процесс возникновения новых организаций и популяций. Авторы демонстрируют, что динамическое и статическое состояния организаций и других социальных феноменов тесно переплетены и что нередко организации служат предвестниками социальных изменений.

Теория перформативности



MacKenzie D. **An Engine, Not a Camera: How Financial Models Shape Markets**. Cambridge: MIT Press, 2006.

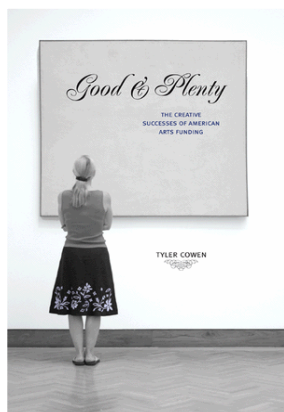
Перед вами книга, которая, по словам западных коллег, бросила настоящий вызов всем современным экономосоциологам и экономистам. Дональд Маккензи – адепт теории перформативности. В своей работе он представляет социальный анализ финансовых рынков. Автор убедительно доказывает, что появление современной теории финансов изменило финансовые рынки коренным образом. Новые теории, опирающиеся на элегантные математические модели, оказались не просто средством объективного анализа, а неотъемлемой составляющей реальных экономических процессов. Например, в 1970 г. торговля производными финансовыми инструментами (скажем, фьючерсами) почти не велась, а к июню

2004 г. сумма заключенных по ним сделок составила более 273 трлн. долл. По мнению Маккензи, такого скачка никогда бы не произошло, если бы не появились авторитетные финансовые теории, которые «узаконили» производные финансовые инструменты и объяснили их комплексную природу.

В своей монографии Маккензи показывает, какую роль сыграла современная теория финансов в двух серьезных кризисах мирового финансового рынка: обвал фондового рынка в 1987 г. и спад рынка, вызванный проблемами хеджевого фонда «Long-Term Capital Management», в 1998 г.

И еще несколько слов о понятии «перформативности»... Что это? Как объясняет Маккензи, перформативность отличается от других процессов коллективного конструирования, поскольку она касается узкого круга вопросов (например, соотношения экономической теории с реальными рынками). Механизмом перформативности являются технологии рынка капитала, среди которых алгоритмы, процедуры, рутинные практики и т.д. И наконец, перформативность не описывает ситуацию «завершенности». Это – не фотокамера, которая запечатлевает существующую реальность, а механизм, позволяющий трейдерам зондировать экономические феномены и рассуждать о них.

Культура и хозяйство



Cowen T. **Good and Plenty: The Creative Successes of American Arts Funding**. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2006.

Отношение американцев к государственному финансированию сферы культуры не однозначно. Одни выступают за закрытие Национального фонда поддержки искусства (National Endowment for the Arts), другие полагают, что государственное финансирование сферы культуры должно быть существенно увеличено, ведь творчество не в состоянии выжить в условиях свободного рынка. Только истинный ценитель искусства и одновременно отличный экономист либерального толка – Тайлер Кауэн – мог примирить эти полярные позиции. В своей книге автор

объясняет, почему американский способ финансирования сферы культуры привел не к «убогости и скудости», а к «образцовости и изобилию».

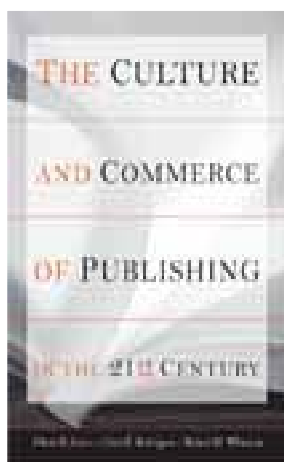
Первая глава книги на сайте издательства: <http://press.princeton.edu/titles/8137.html>



Guillén M.F. **The Taylorized Beauty of the Mechanical: Scientific Management and the Rise of Modernist Architecture**. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2006.

В монографии исследуется параллель между научным менеджментом и архитектурой стран Европы и Америки в период 1890–1940 гг. Автор изучает историю возникновения современной архитектуры, а также проводит анализ экономических, социальных и политических условий, способствовавших ее оформлению в эпоху модернизма. Существенное влияние здесь оказало развитие машиностроения и научного менеджмента. Именно они инициировали появление новых игроков, принимающих активное участие в финансировании зодчества, – промышленных фирм и государства.

Первая глава книги на сайте издательства: <http://press.princeton.edu/titles/8163.html>

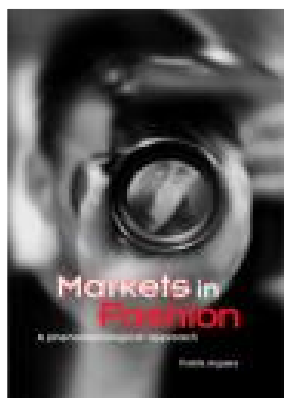


Greco A.N., Rodriguez C.E., Wharton R.M. **The Culture and Commerce of Publishing in the 21st Century**. Stanford: Stanford Business Books, 2006.

Издательское дело – это процесс производства культуры или коммерческое предприятие? На этот и другие вопросы пытаются ответить авторы монографии. В книге представлен социально-экономический анализ текущего состояния и будущего развития издательской индустрии в США. Авторы уделяют особое внимание потреблению и выпуску учебников и академических книг в США; они также исследуют культурную и экономическую составляющие структуры отрасли книгоиздания в XXI в.

Книга изобилует статистическими материалами и эмпирическими данными, на основе которых авторы демонстрируют динамику развития отрасли с 1945 по 2005 гг., анализируют ее специфику, описывают стратегии внутренней и мировой конкуренции, изучают влияние технологий и пр.

Введение и первая глава книги на сайте издательства: <http://www.sup.org/book.cgi?isbn=0804750319>



Aspers P. **Markets in Fashion: A phenomenological approach**. L.; N.Y.: Routledge, 2005.

По мере того, как в обществе увеличивается роль потребления, растет и исследовательский интерес к сфере производства культуры. Автор работы представляет междисциплинарный подход к изучению эстетических рынков, в частности – мира фотографии в индустрии моды. Асперс полагает, что на подобных рынках именно статусные и эстетические различия товаров и услуг образуют экономический порядок и порождают ценовую дифференциацию. По этой причине фотографы в сфере моды, столь тщательно разрабатывая свой неповторимый стиль, стремятся позиционировать себя на рынке и

выделиться среди остальных. Рынки данной категории отличны от рыночного обмена, описанного экономистами-неоклассиками, а посему они не поддаются анализу с позиции привычных моделей экономической теории. Поэтому Асперс проводит исследование, теоретической основой которого выступает эмпирическая феноменология, а в качестве методов используются включенное наблюдение и глубинные интервью с непосредственными участниками рынка.

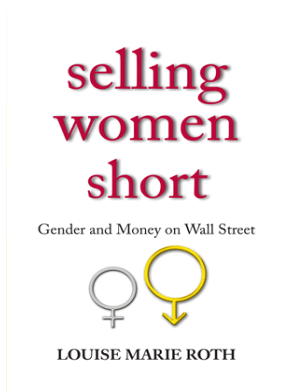


Jones E.L. **Cultures Merging: A Historical and Economic Critique of Culture**. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2006.

Проблема, рассматриваемая в данной работе, отнюдь не нова: какова связь между культурой и хозяйством? Существует разные интерпретации этого фундаментального вопроса. Одни считают, что культура первична по отношению к хозяйству, другие полагают – культура играет в нем незначительную роль. Эрик Джонс же предлагает свою позицию: культура влияет на экономические процессы, вместе с тем под воздействием рыночных сил она сама претерпевает изменения. Культура обладает меньшей силой, чем думают социальные теоретики, и большей властью, чем считают экономисты.

Первая глава книги на сайте издательства: <http://press.princeton.edu/titles/8158.html>

Гендер и хозяйство



Roth L.M. **Selling Women Short: Gender and Money on Wall Street**. Princeton N.J.: Princeton University Press, 2006.

Еще не так давно, в середине 1980-х годов, Уолл-Стрит напоминала огромный мужской клуб с прокуренными кабинетами и стриптизершами в торговом зале. Женщин сюда допускали исключительно на роли секретарш и объектов сексуальных притязаний. Длительная история бесчисленных судебных процессов, возбуждавшихся против фирм, дискриминирующих права женщин, помогла изменить ситуацию.

В своей книге автор сопоставляет положение мужчин и женщин, работавших на Уолл-Стрит в 1990-х годах, когда финансовый рынок стремительно набирал обороты. Луиза Мария Рот изучает вопросы гендерного неравенства на рабочем месте. А чтобы лучше понять динамику гендерного неравенства, она исследует истории карьерного пути трех когорт выпускников элитных программ МВА, начавших свою трудовую деятельность в качестве топ-менеджеров фирм Уолл-Стрит на заре 1990-х гг. Автор анализирует механизмы дискриминации и показывает, каким образом они проявляются на межличностном и межорганизационном уровнях.

Первая глава книги на сайте издательства: <http://press.princeton.edu/titles/8246.html>

Деньги и хозяйство. Финансовое поведение



The Year of the Euro: The Cultural, Social and Political Import of Europe's Common Currency / Ed. by R.M. Fisherman, A.M. Messina. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 2006.

1 января 2002 г. – официальная дата введения евро в обращение в двенадцати европейских странах. Несомненно, запуск новой валюты повлек за собой важные преобразования финансовых институтов и изменения в сфере торговли западных государств. Однако возникает вопрос: а оказал ли влияние этот факт на социальную, политическую и культурную жизнь объединенной Европы? Если да, то каким образом? И какие изменения еще последуют?

На перечисленные выше и многие другие вопросы отвечают авторы данного сборника работ.

Рынки труда и занятость



Iversen R.R., Armstrong A.L. **Jobs Aren't Enough: Toward a New Economic Mobility for Low-Income Families**. Philadelphia: Temple University Press, 2006.

«Американская мечта» разрушается неприглядной реальностью – существующими барьерами на пути экономической мобильности семей с низкими доходами. Сегодня в США 25% всех занятых на рынке труда не могут достичь желаемого уровня материального обеспечения.

На протяжении пяти лет авторы проводили исследование в пяти американских городах и пришли к выводу, что идея о безграничных возможностях осталась в прошлом. Люди, наивно верящие в «американскую мечту», лишь попусту подрывают свое здоровье и тщетно разрушают семьи в попытке вырваться из окружающей их реальности.

В книге показано, что социальные институты семьи, образования, рынка труда и социальной политики конкурируют между собой и своим совокупным воздействием сдерживают профессиональную мобильность. Авторы предлагают новую парадигму мобильности, основанную на конструктивном взаимодействии названных институтов.



Williams C.L. **Inside Toyland: Working, Shopping, and Social Inequality**. Berkley, CA: University of California Press, 2006.

Кристина Уилльямс – профессор социологии Техасского университета – в 41 год устроилась на работу в сетевой магазин игрушек. Зачем? Чтобы поделиться с нами опытом работы кассиром, продавцом, кладовщиком и затем рассказать о результатах включенного наблюдения. В монографии автор описывает общую политику сетевых магазинов, анализирует их влияние на поведение потребителей, рассказывает о жизни рядового низкооплачиваемого работника в ритейле и

демонстрирует, каким образом в культуре шоппинга воспроизводятся классовые, расовые и гендерные различия.

Согласно Уильямс, магазины поддерживают социальное неравенство и делают это различными способами. Например, распределяя задания среди рабочих и закрепляя за ними определенные функции, руководство порою ориентируется в первую очередь на гендерную и расовую принадлежность рабочих. А то, чему родители учат своих детей в сфере шоппинга, нередко легитимизирует экономические и социальные иерархии. Кроме прочего, автор предлагает внести конкретные изменения в трудовое законодательство и в организацию розничной торговли, которые будут способствовать установлению социальной справедливости.

Вторая глава книги на сайте издательства: <http://www.ucpress.edu/books/pages/10529.html>

Неформальная экономика

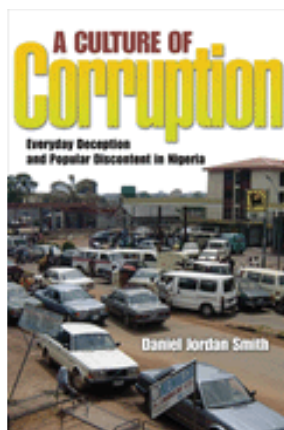


Out of the Shadows. Political Action and the Informal Economy in Latin America / Ed. by P. Fernández-Kelly, J. Shefner. University Park, PA: Pennsylvania State University Press, 2006.

Сборник работ посвящен исследованию различных аспектов неформальной экономики в Латинской Америке: процессам саморегулирования мексиканских уличных продавцов, экономике домохозяйств, мобилизации живущих по соседству бедняков и т.д. Внимание фокусируется на тесной взаимосвязи государства и неформального сектора, а также – влиянии глобализации на локальные попытки государств решить политические и экономические задачи.

Книга открывается работой Мигеля Чентено и Алехандро Портеса, в которой авторы убедительно доказывают, что неформальная экономика играет главную роль в достижении странами Латинской Америки политической стабильности. Однако одновременно неформальный сектор сдерживает их экономическое и социальное развитие. И страны Латинской Америки оказываются в ловушке: чтобы выжить, они должны отказаться от прогресса.

Среди других авторов сборника: John C. Cross, Sergio Peña, José Itzigsohn, Mercedes González de la Rocha, Robert Gay, Juan Manuel Ramírez Sáis, Jon Shefner.



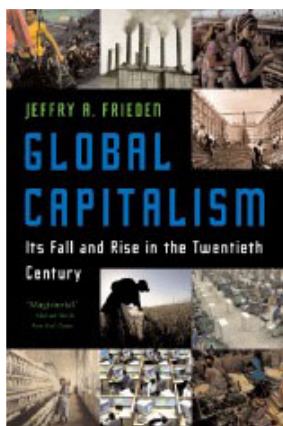
Smith D.J. A Culture of Corruption: Everyday Deception and Popular Discontent in Nigeria. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2006.

Дэниэл Джордан Смит исследует взаимоотношения между культурой и коррупцией в одной из наиболее населенных стран Африки – Нигерии. Автор пытается ответить на вопрос: почему обычные нигерийцы, постоянно оказываясь жертвами мошенничества и обмана, сами являются активными участниками социального воспроизводства коррупции? В книге представлены результаты этнографического исследования. Она позволяет читателям переместиться в повседневный мир нигерийцев и увидеть, как они существуют в обществе, пораженным коррупцией. Перед вами оказываются и проверочный пост, где

автомобилисты платят дорожной полиции за безопасный проезд, и Интернет-кафе, где тысячи молодых нигерийцев рассылают электронные письма с фальшивыми деловыми предложениями, и местные неправительственные организации, где выделенные международными организациями благотворительные деньги присваиваются в индивидуальном порядке. В своей работе Смит изучает не только механизмы и контекст, объясняющие коррупцию, но и то, почему острое недовольство нигерийцев по отношению к коррупции стимулирует ее развитие.

Введение к книге на сайте издательства: <http://press.princeton.edu/titles/8266.html>

Международные связи. Глобализация



Frieden J. **Global Capitalism: Its Fall and Rise in the Twentieth Century**. N.Y.: W. W. Norton, 2006.

В 1900 г. международная торговля разрослась во всю мощь, мировые экономики были открыты друг другу как никогда прежде. Однако в 1914 г. тренды развития повернулись вспять.

Многие исследователи считали и считают глобализацию неизбежным процессом. Автор книги «Глобальный капитализм» полагает, что глобализация – не столько неминуемый факт, сколько результат сознательного выбора, стратегических решений и политических позиций. В своей работе Джеффри А. Фриден исследует историю развития глобализационных процессов: их золотой век – начало XX в., далее последовал кризис 1914–1945 гг., сменившийся периодом противостояния мировых держав во время «холодной войны», и наконец в конце XX века начался новый виток интеграции.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

МОНИТОРИНГ СЕКТОРА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ: РАЗРАБОТКА И ПИЛОТНАЯ АПРОБАЦИЯ МЕТОДИКИ И ИНСТРУМЕНТАРИЯ, ПРОВЕДЕНИЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Руководитель: директор Института статистических исследований и экономики знаний ГУ–ВШЭ, проректор ГУ–ВШЭ, д.э.н., проф. Л.М. Гохберг

Исполнители: д.э.н., проф. М.Е. Дорошенко, к.э.н. И.А. Кузнецова, к.соц.н. О.Р. Шувалова, к.э.н. Г.И. Абдрахманова, к.э.н. Г.С. Сагиева, Г.Г. Ковалева, А.Б. Суслов

Соисполнитель, организатор сбора информации и проведения опросов: ROMIR Monitoring (генеральный директор О.А. Горелова)

Исследование сектора интеллектуальных услуг относится к числу пионерных направлений научных разработок в первую очередь потому, что сам сектор возник сравнительно недавно. Традиция его вычленения зародилась в общем русле исследований постиндустриального общества, где ведущую роль начинает играть сектор услуг. В странах ОЭСР, например, в данном секторе производится уже порядка 2/3 ВВП, причем этот показатель обнаруживает устойчивую тенденцию к росту.

Однако услуги неоднородны. Так, услуги транспорта и связи имеют массовый характер, капиталоемки и требуют для своего производства труда как высокой, так и низкой квалификации. Другие же более диверсифицированы, не предполагают больших капитальных затрат и почти не используют малоквалифицированного труда (например, услуги по разработке программного обеспечения).

Данное соображение побуждает целый ряд исследователей последнего десятилетия утверждать, что среди услуг выделились так называемые «знаниеемкие услуги» [knowledge-intensive services, KIS]. В России чаще принято именовать его сектором интеллектуальных услуг.

Несмотря на недавнее возникновение, сектор интеллектуальных услуг динамично развивается, а его роль в современной экономике устойчиво растет. Годовой объем мирового рынка таких услуг уже сегодня оценивается в 50 млрд. долл. США. Темпы прироста объемов продаж на мировом рынке интеллектуальных услуг колеблются от 20 до 24% в год.

Значимость данного сектора определяется не только масштабами, но и тем, что темп его роста в развитых экономических системах опережает темп роста первичного и вторичного секторов. Поэтому развитие интеллектуальных услуг в четвертичном секторе может внести существенный вклад в экономический рост. По некоторым оценкам, мультипликатор прироста этого сектора¹ в 5 раз больше, чем прироста торговли сырьем.

¹ Отношение прироста ВВП к вызвавшему его приросту объема выпуска сектора интеллектуальных услуг.

Значимость данного сектора обуславливается также и качественными сдвигами, которые он привносит в традиционные сектора экономики (эффект spin off).

Однако, при всей научной и практической значимости, исследования данного сектора в литературе довольно фрагментарны. В значительной степени это объясняется тем, что исследовательский аппарат экономической науки традиционно ориентирован на изучение индустриального сектора экономики. Он не вполне приспособлен для анализа четвертичного сектора в силу специфики интеллектуальной услуги как продукта, которая порождает существенные особенности формирования спроса и предложения данного вида благ, структуры рынка и, особенно, инновационной деятельности в данном секторе. Сказывается также недостаточная на сегодняшний день эмпирическая база исследования, даже в развитых странах. Названными обстоятельством обусловлена постановка целей и задач проекта.

Цели и задачи мониторинга сектора интеллектуальных услуг

Целью мониторинга сектора интеллектуальных услуг является анализ основных характеристик и перспектив развития рынка интеллектуальных услуг в России

Достижение цели мониторинга обеспечивается решением нескольких **задач**:

- 1) идентификация интеллектуальной услуги, выявление специфики данного блага;
- 2) определение структуры спроса и предложения интеллектуальных услуг;
- 3) определение факторов спроса и предложения интеллектуальных услуг;
- 4) определение границ и структуры сектора интеллектуальных услуг;
- 5) выявление адекватных измерителей количественных и качественных факторов развития рынка;
- 6) анализ лучшей зарубежной практики мониторинговых исследований сектора интеллектуальных услуг;
- 7) проведение мониторингового исследования сектора интеллектуальных услуг;
- 8) накопление информации, необходимой для анализа ситуации, описания прогнозного фона и собственно прогнозирования динамики рынка интеллектуальных услуг.

Объекты мониторинга сектора интеллектуальных услуг

Объектами мониторинга рынка интеллектуальных услуг являются субъекты этих рынков: с одной стороны, различные группы потребителей (корпорации, государственный сектор, домохозяйства), а с другой стороны, – производители интеллектуальных услуг.

Основные гипотезы исследования

1. Основные признаки, позволяющие идентифицировать интеллектуальную услугу, следующие:
 - продукт сферы интеллектуальных услуг не является однородным, он должен быть либо полностью индивидуальным, либо в крайнем случае состоять из некоторого стандартного «ядра», на которое для каждого клиента наращивается своя «оболочка»;

- клиент является «сопроизводителем» как минимум «оболочки» услуги, или даже всей услуги целиком, если услуга полностью индивидуализирована;
 - в стоимости услуг велика доля добавленной стоимости, и основную часть этой добавленной стоимости производит высококвалифицированный труд.
2. По перечисленным признакам российский сектор интеллектуальных услуг включает следующие сегменты:
 - реклама;
 - маркетинговые услуги (кроме рекламы);
 - аудит;
 - IT-консалтинг, информационные технологии;
 - кадровый консалтинг;
 - инжиниринг;
 - финансы, доверительное управление и т.д.;
 - юридические услуги;
 - риэлтерские услуги;
 - дизайнерские услуги.
 3. Производство интеллектуальных услуг осуществляется не только специализированными производителями, но и внутренними подразделениями непрофильных фирм. При этом собственным подразделениям фирмы поручают рутинную деятельность, не обладающую особой знаниемкостью и не требующую принятия нестандартных решений. Сложные же услуги со значительной интеллектуальной составляющей выгоднее нанимать на стороне.
 4. Границы сектора интеллектуальных услуг проходят внутри традиционно выделяемых видов деятельности.
 5. Сектор интеллектуальных услуг предъявляет спрос на технологии с низкой капиталоемкостью и высокой наукоемкостью, а сам является генератором преимущественно продуктовых и организационных инноваций.
 6. В отличие от рынков других секторов, в четвертичном секторе риски асимметрии информации существуют и как риски потребителя, и как риски производителя.

Планируемые работы по проекту

В рамках проекта планируется следующий комплекс работ.

Аналитические работы

1. Анализ отечественной и зарубежной литературы в области теоретических и эмпирических исследований сектора интеллектуальных услуг.
2. Теоретические исследования продукта сектора интеллектуальных услуг, спроса и предложения этого продукта и рыночной структуры внутри сектора.
3. Методологические исследования, анализ лучшей зарубежной практики мониторинга рынков интеллектуальных услуг.
4. Разработка системы показателей и индикаторов сектора интеллектуальных услуг.

Проведение комплексного мониторингового обследования сектора интеллектуальных услуг в России

1. Разработка программы и организационной схемы мониторинга рынков интеллектуальных услуг.
2. Разработка и апробация инструментария обследования сектора интеллектуальных услуг, который призван обеспечивать систематизированное представление количественных и качественных индикаторов деятельности главных акторов сектора интеллектуальных услуг, а именно:
 - профессиональных производителей интеллектуальных услуг;
 - производителей интеллектуальных услуг, для которых это не является основным видом деятельности;
 - потребителей интеллектуальных услуг:
 - предприятий;
 - домохозяйств;
 - органов государственной власти.
3. Анализ эмпирических данных, характеризующих сектор интеллектуальных услуг в России.
4. Создание информационной базы мониторинга сектора интеллектуальных услуг.

Методы и параметры исследовательских мероприятий

1. Установочное кабинетное исследование сектора интеллектуальных услуг. Источники информации:

- данные информационных и рейтинговых агентств (РИА Новости, Росбизнесконсалтинг, Интерфакс, Эксперт РА и т.д.);
- данные отраслевых ассоциаций (списки участников, справочники, периодические издания, сайты);
- данные открытых индустриальных исследований.

2. Корректирующий экспертный опрос представителей сектора интеллектуальных услуг. В качестве экспертов будут опрошены: руководители отраслевых ассоциаций/объединений, журналисты специализированных изданий, руководители/ведущие специалисты крупных и средних компаний из 10 выделенных сегментов. Метод построения выборки – сплошной опрос контактных информаторов. Объем выборки – 60 экспертов (по 5–7 человек для каждого из десяти выделенных сегментов). Метод проведения исследования – личное («face-to-face») глубинное интервью по не жестко формализованной анкете. Основными целями данного этапа являются:

- обсуждение информации, полученной из «вторичных» источников, ее уточнение, коррекция;
- уточнение и при необходимости коррекция концепции проведения массового опроса производителей интеллектуальных услуг;
- получение дополнительной информации, прогноза развития рынков, расширение представлений о комплексе задач и проблем каждого из десяти выделенных сегментов;

- предварительное тестирование инструментария (анкеты для производителей интеллектуальных услуг) с целью ее доработки;

3. Количественный опрос представителей компаний, которые занимаются оказанием интеллектуальных услуг. Объем выборки – 600 респондентов (по 50–70 человек для каждого из десяти выделенных сегментов). Способ построения выборки – принцип «основного массива»: в каждом сегменте на основе информации, полученной на этапах 1 и 2 настоящего исследования, определяется круг из 20–30 компаний-лидеров, на долю которых приходится до 85% совокупного объема рынка. Исследователь будет стремиться к максимальному, до 85%, охвату этих компаний. В каждом сегменте выделяется круг «средних» компаний (100–200), на долю которых приходится 10–20% от общего объема рынка. Из этих компаний методом случайного отбора делается выборка в 35–50 компаний. Инструментом проведения данного исследования является жестко структурированная анкета (опросный лист). Основным способом проведения данного исследования является личное («face-to-face») интервью. В отдельных случаях (до 20%) допускаются такие способы связи с респондентом, как телефон и Интернет.

4. Количественный опрос государственных и некоммерческих организаций, которые оказывают и потребляют интеллектуальные услуги. Объем выборки – 200 организаций (100 государственных, 100 некоммерческих). Способ построения выборки – квотная по региону нахождения и численности сотрудников организации выборка из баз данных, имеющих в распоряжении исследовательской компании. Инструментом проведения исследования является анкета (опросный лист), жестко структурированная, с минимальным количеством открытых вопросов. Метод проведения – личное («face-to-face») интервью в местах, удобных для респондента.

5. Количественный опрос представителей компаний, которые потребляют интеллектуальные услуги. Объем выборки – 1000 представителей целевой аудитории:

- 500 из 1000 крупнейших компаний России (сплошной опрос контактных информаторов);
- 500 «средних» компаний – по 100 из 5 отраслей деятельности указанных руководителем проекта

Метод проведения - личное («face-to-face») интервью в местах, удобных для респондента.

5. Количественный опрос физических лиц, которые потребляют интеллектуальные услуги. Объем выборки – 2000 представителей целевой аудитории. Способ построения выборки – квотированная по полу, возрасту, доходу и географическому принципу выборка. Квотирование по полу и возрасту осуществляется на основе данных Росстата (перепись 2002 г.). Квота по доходу: в исследовании будут принимать участие граждане с доходом более 10 тыс. рублей в месяц на каждого члена домохозяйства (в Москве более 15 тыс. рублей). По данным Росстата, в I-м квартале 2007 г. такие доходы имели около 35% россиян (в крупных городах около 50%). Географические квоты будут определены следующим образом: опрос будет проходить в городах с населением свыше 100 тыс. жителей. В этих городах проживает более 50% от общей численности населения России, и на их долю приходится более 80% совокупного оборота розничной торговли. Эти города будут разделены на пять страт, примерно равных по численности населения в каждой стране:

- «столицы» (Москва, Санкт-Петербург);
- «миллионники» (14 городов с населением от 800 до 1400 тыс. жителей);
- «полумиллионники» (28 городов с населением от 400 до 800 тыс. жителей);
- «трехсоттысячники» (52 города с населением от 200 до 400 тыс. жителей);
- «стотысячники» (более 100 городов с населением от 80 до 200 тыс. жителей).

6. Каждая страта получает квоту в выборке, пропорциональную средней доле между долей совокупного населения страты в совокупном населении всех городов и долей оборота розничной торговли в совокупном обороте розничной торговли, приходящейся на долю этих городов. Внутри страты производится случайный отбор городов для проведения исследования – так, чтобы из каждой страты были представлены города каждого федерального округа. Центры федеральных округов выбираются для проведения исследования априорно. Внутри страт объемы выборок по отдельным городам делятся поровну. Таким образом, в исследовании будут представлены все федеральные округа (четырьмя городами по одному из каждой страты). Общее число точек проведения опроса (городов) – 30. Метод проведения – личное («face-to-face») интервью в местах, удобных для респондента.

Ожидаемые результаты работ и предполагаемое использование результатов работ

По итогам выполнения проекта будут:

- предложены теоретические основы исследования сектора интеллектуальных услуг;
- выработаны показатели, характеризующие сектор интеллектуальных услуг, сформирован и апробирован инструментарий сбора необходимой для их получения статистической и социологической информации;
- получены эмпирические данные, комплексно характеризующие структуру и динамику развития сектора интеллектуальных услуг;
- разработан исследовательский аппарат для изучения и прогнозирования развития сектора интеллектуальных услуг;
- положено начало информационной базе анализа сектора интеллектуальных услуг в России.

УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ

И.Б. Олимпиева

СОЦИОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

4-й курс, факультет социологии Санкт-Петербургского филиала ГУ–ВШЭ



ОЛИМПИЕВА

Ирина Будимировна – к.э.н.,
научный сотрудник Центра
независимых социологических
исследований.

Email: olimp@indepsores.ru

Требования к студентам

Студенты, приступающие к изучению курса, должны иметь базовые знания в области экономической социологии; иметь представление об основных подходах к исследованию социальной реальности; прослушать курсы «Методы социологических исследований», «Социальная структура».

Краткая характеристика курса

Настоящий курс предлагается студентам, обучающимся по специальности «Экономическая социология». Курс рассчитан на 24 часа лекций и 28 часов семинарских занятий. Дает представление об основных чертах предпринимательства как специфической формы экономической активности и как социального феномена, об особенностях развития предпринимательства в переходной экономике (на примере России).

Задачи курса:

- ознакомить студентов с основными понятийно-категориальными элементами дисциплины «Социология предпринимательства»,
- дать студентам представление о социокультурных особенностях предпринимательства как особой формы экономической деятельности, о роли предпринимательства в формировании социальной структуры и гражданского общества;
- показать специфические отличия предпринимательства в обществе переходного типа;
- раскрыть особенности современного этапа развития предпринимательства в российском обществе;
- дать студентам представление о социологическом подходе к анализу феномена предпринимательства.

В результате изучения дисциплины студенты должны:

- знать основные особенности предпринимательства как формы экономической деятельности, типологию его форм,

иметь представление о месте предпринимательства в социальной структуре общества, о предпринимательской культуре и социальной ответственности предпринимательства;

- иметь представление об основных элементах и особенностях предпринимательской среды, о важнейших проблемах становления предпринимательства в переходных экономиках;
- понимать роль предпринимательства для формирования и развития гражданского общества;
- уметь использовать количественный и качественный подходы для анализа феномена предпринимательства.

Для разработки курса использовалась литература на русском и английском языках, а также ресурсы Интернета. Особенностью курса является широкое использование материалов ряда исследовательских проектов, выполненных под руководством и при участии автора курса.

Данный курс будет полезен в первую очередь тем студентам, которые предполагают в будущем работать в качестве социологов-исследователей, однако он также представляет несомненный интерес для тех, кто связывает свою профессиональную карьеру с работой в бизнесе.

Формы работы студентов

Программа предусматривает проведение лекций и семинаров. Лекции имеют интерактивный характер и предполагают активное участие слушателей. В ходе проведения семинарских занятий интенсивно используются общие групповые дискуссии, а также работа в малых группах с последующим обсуждением результатов. На семинарах используются материалы проведенных социологических исследований – интервью, описания кейсов и т.п.).

Курс предполагает значительный объем самостоятельной работы студентов, которая состоит, прежде всего, в интенсивном освоении различных источников информации для подготовки к занятиям (включая рекомендуемые списки обязательной и дополнительной литературы, использование ресурсов Интернета, материалов прессы). В ходе обучения студенты пишут одно эссе, а также выполняют небольшие практические домашние задания с последующим обсуждением их результатов на семинарских занятиях.

Контроль

Текущий контроль состоит в оценке активности и качества домашней работы студентов на семинарских занятиях. Студенты выполняют контрольную работу (после прохождения тем 1, 2). Эссе также является формой текущего контроля.

Эссе и контрольная работа (20 баллов) оцениваются по 10-балльной шкале. Студентам также выставляются оценки за работу на семинарских занятиях – по критериям посещаемости и активности (максимальная оценка – 10 баллов).

Дифференцированный устный зачет проводится по окончании курса. Максимальная оценка на устном зачете – 20 баллов.

Тематический расчет часов

№ п/п	Наименование тем	Количество часов			Всего часов
		Лекции	Семинары (практические занятия)	Самостоятельная работа	
1.	Предпринимательство как социально-экономическое явление. Экономическая функция и социальная роль предпринимательства.	6	4	10	20
2.	Типология предпринимательства. Женское предпринимательство. Этническое предпринимательство.	4	5	30	39
	Контрольная работа		1		1
	Эссе				
3	Особенности предпринимательства в переходной экономике.	4	4	10	18
4	Малое предпринимательство и его роль в реализации рыночных реформ	2	2	10	14
5	Предпринимательство в контексте неформальной экономики	4	4	10	18
6.	Этические основы предпринимательской деятельности. Силовое предпринимательство	2	4	10	16
7.	Предпринимательство, государство и гражданское общество.	2	4	30	36
	Итоговый зачет				
	Всего	24	28	110	162

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Тема 1. Предпринимательство как социально-экономическое явление. Экономическая функция и социальная роль предпринимательства

Предпринимательство: сущность предпринимательства как социально-экономического явления. Функциональный и структурный подход к феномену предпринимательства. экономическая функция предпринимательства. Классический социально-психологический портрет предпринимателя (Й. Шумпетер и др.) Предпринимательский дух (М. Вебер, В. Зомбарт и др.)

Социальная роль предпринимательства. Развитие и формирование концепций «социальной ответственности бизнеса» и «социального партнерства». Проблемы формирования социально ответственного бизнеса в российской переходной экономике. Проблемы становления социального партнерства (на примере сравнительного исследования моделей социального партнерства в судостроительной промышленности Германии и Санкт-Петербурга в 2003–2004: “Социальное партнерство в судостроении: сравнительный анализ ситуации в России и Германии”. (ЦНСИ, СПб и SFS (Dortmund, Germany).

Основная литература

- Шумпетер Й.* Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. С. 169–195.
- Зомбарт В.* Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М.: Наука, 1994. С. 45–49, 82–103.
- Вебер М.* Развитие капиталистического мировоззрения // Вопросы экономики. 1993. № 8. С. 153–159.
- Радаев В.В.* Экономическая социология. Курс лекций. М.: Аспект-Пресс, 1998. Разд. 3.
- Модель И.М., Модель Б.С.* Социальное партнерство в России // Социологические исследования. 2000. № 9. С. 42–49. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Бизнес как субъект социальной политики: должник, благодетель, партнер? / Авт. колл.; под общ. ред. С.В. Шишкина; Независимый институт социальной политики. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ, 2005.
- Радаев В.В.* Что значит «принять предпринимательское решение»? // Общественные науки и современность. 1995. № 1. С. 33. <http://ecsocman.edu.ru/ons>
- Шкаратан М.О.* Феномен предпринимателя: интерпретация понятий // Мир России. 1994. Т. 3. № 2. С. 149. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>

Дополнительная литература

- Шаповалов В.* Откуда придет «дух капитализма»? // Социологические исследования. 1994. № 2. С. 23. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Возьмитель А.А.* Способы бизнеса и способы жизни российских предпринимателей. М.: Ин-т социологии РАН, 1997.
- Иванов О.И., Гавра Д.П.* Социальное партнерство: Некоторые вопросы теории. СПб.: ИСЭП, 1994.
- Ионова О.Б.* Социальные технологии партнерства // Вестник Московского университета. Сер. 1: Социология и политология. 2000. № 4. С. 108–114.

Тема 2. Типология предпринимательства. Женское предпринимательство. Этническое предпринимательство

Типология предпринимательства: государственное и частное предпринимательство, производительная и посредническая предпринимательская деятельность. Интрапренерство как разновидность предпринимательства. Особенности инновационного предпринимательства, особенности инновационного предпринимательства в переходной экономике (на примере исследования трансформации постсоветских научных организаций в рамках проекта «Инновационные сети и индустриальная модернизация» INCO-COPERNICUS, 2000–2001).

Женское предпринимательство: особенности, исследования. Женское предпринимательство в России.

Понятие этнического предпринимательства. «Объективистский» и «понимающий» подходы к этническому предпринимательству на примере исследования, проведенного сотрудниками ЦНСИ «Кавказцы в большом городе: стратегии интеграции на фоне ксенофобии»).

Основная литература

- Барсукова С.Ю.* Женское предпринимательство: специфика и перспективы // Социологические исследования. 1999. № 9. С. 75–84. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Чирикова А.Е.* Женщина-менеджер в современном бизнесе // Гендерный калейдоскоп / Под общ. ред. М.М. Малышевой. М.: Academia, 2002. С. 378–403.
- Бредникова О., Паченков О.* Этничность «этнической экономики» и социальные сети мигрантов // Экономическая социология. 2000. Т. 3. № 2. С. 74–81. <http://ecsoc.msses.ru>
- Снисаренко А.* Этническое предпринимательство в большом городе современной России (на примере исследования азербайджанской общины в Петербурге) // Неформальная экономика. Россия и мир / Под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999. С.138–155.
- Олимпиаева И.Б.* Неформальные гетерархии: Трансформация крупных научных организаций в период постсоциалистических преобразований // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. № 3. С. 105–121. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>

Дополнительная литература

- Суковатая В.А.* Бизнес-леди: Мифы и реальность // Социологические исследования. 2002. № 11. С. 69–77. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Радаев В.В.* Этническое предпринимательство: Россия и мировой опыт // Полис. 1993. № 5. С. 79–87.
- Бузник В.М.* Малое наукоемкое предпринимательство при академических организациях // Вестник РАН. 1997. № 9. С. 787.
- Ежова Л.В., Олимпиаева И.Б.* Трансформация практик взаимодействия науки и производства в условиях рынка // Проблемы деятельности ученого и научных коллективов. Вып. XV. Материалы XII сессии Международной школы социологии науки и техники / Под ред. С.А. Кугеля. СПб.: Нестор, 2000. С. 99–106.

Тема 3. Особенности предпринимательства в переходной экономике

Волны становления предпринимательства в постсоветской России. Понятие «бизнес-слоя» и его структура: «собственники», «полупредприниматели», «менеджеры». Понятие «бизнес-элиты». Предпринимательский потенциал общества: основные понятия. Социально-демографические и психологические характеристики потенциальных предпринимателей в России. Типология потенциальных предпринимателей. Вынужденное предпринимательство. Восприятие предпринимательства в общественном сознании россиян.

Основная литература

- Заславская Т.* Бизнес-слой российского общества: Сущность, структура, статус // Общественные науки и современность. 1995. № 1. С. 17. <http://ecsocman.edu.ru/ons>
- Крыштановская О.В.* Трансформация бизнес-элиты России: 1998-2002 // Социологические исследования. 2002. № 8. С. 17–29. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Тихонова Н.Е., Чепуренко А.Ю.* Предпринимательский потенциал российского общества // Мир России. 2004. № 1. С. 116–145. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>

Дополнительная литература

1. Барсукова С. Август 1998 года и отечественное предпринимательство // Pro et Contra. 1999. Т. 4. № 2. С. 28–45. <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/>
2. Радаев В.В. Российские предприниматели: Кто они? // Вестник статистики. 1993. № 9. С. 3–14.
3. Радаев В.В. Новое российское предпринимательство в оценках экспертов // Мир России. 1994. Т. 3. № 1. С. 36–53. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>

Тема 4. Малое предпринимательство и его роль в реализации рыночных реформ

Малое предпринимательство как исходная форма предпринимательской активности, ее социокультурные, организационные, управленческие особенности. Малое предпринимательство в России: проблемы исследования. Качественные методы в исследовании малого предпринимательства (на примере изучения челночного бизнеса в Санкт-Петербурге в рамках проекта «Бум посредников» и неформальные отношения в бизнес сфере и повседневной жизни (ЦНСИ и Институт Джефферсона, 2005).

Основная литература

Малое предпринимательство в России: Прошлое, настоящее и будущее / Е.Г. Ясин, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буев. М.: Либер. миссия, 2003. Гл. 1, 2.

Чудиновский О.С., Жулин А.Б. Экономико-демографические аспекты челночного бизнеса в России. М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2001.

Дополнительная литература

Романюк В.Я. Мы из малого бизнеса: Очерки о лидерах рыночных преобразований на малых предприятиях России. М.: Бизнес для всех, 2000.

Жилкин О. Челночество в России: Новая жизненная стратегия в период экономических реформ (на примере Иркутской области) // Неформальная экономика в постсоветском пространстве: Проблемы исследования и регулирования / Под ред. И. Олимпиевой, О. Паченкова. СПб: ЦНСИ, 2003. С.164–172.

Тема 5. Предпринимательство в контексте неформальной экономики

Предпринимательство в условиях институционализации неформальных отношений в российской бизнес среде. Роль неформальных отношений бизнеса и власти для успешной экономической деятельности; формирование слоя (бизнеса) неформальных посредников, обслуживающих отношения бизнеса и власти (с использованием материалов исследований «Перспективы борьбы с коррупцией в пост-социалистических странах: случаи России и Венгрии», 2003–2004 гг., и ««Бум посредников» и неформальные отношения в бизнес сфере и повседневной жизни» (ЦНСИ и Институт Джефферсона, 2005). Теневая экономика как условие и предпосылка возникновения коррупционных отношений. «Черно-серо-белый» спектр неформальных отношений (на примере исследований российской таможни)

Основная литература

- Радаев В. В.* Таможня дает добро? Российский бизнес на пути к легализации // Неформальная экономика в постсоветском пространстве: Проблемы исследования и регулирования / Под ред. И. Олимпиаевой, О. Паченкова. СПб: ЦНСИ, 2003. С. 52–67.
- Олимпиаева И., Паченков О., Никифорова Е.* Слой: Неформальная прослойка между бизнесом и властью // Эксперт: Северо-запад, 2004. 2-8 февраля. С. 35–37.
- Олимпиаева И.Б.* Малый бизнес и рынок бюрократических услуг в Санкт-Петербурге // Телескоп: Наблюдения за жизнью петербуржцев. 2004. № 2. С. 22–29.

Дополнительная литература

- Барсукова С.Ю.* Неформальная экономика: Экономико-социологический анализ. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ, 2004.
- Радаев В.В.* Коррупция и формирование российских рынков: Отношения чиновников и предпринимателей // Мир России. 1998. № 3. С. 57–90. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Чепуренко А.Ю., Обидённая Т.Б.* Трудовые отношения на российских малых предприятиях (по материалам социологических обследований) // Вопросы экономики. 2001. № 4. С. 110–122.

Тема 6. Этические основы предпринимательской деятельности. Силовое предпринимательство

Деловая этика как неформальный институт предпринимательской среды. Практики формализации неформальных институтов. Понятие «силового предпринимательства» и проблема безопасности бизнеса. Бизнес «по правилам» и бизнес «по понятиям». Трансформация силовых отношений в сфере бизнеса.

Основная литература

- Радаев В.В.* Неформальная экономика и внеконтрактные отношения в российском бизнесе // Неформальная экономика: Россия и мир / Под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999. С. 35–60.
- Неформальный сектор в российской экономике / ИСАРП. М.: ИСАРП, 1998.
- Радаев В.В.* Формирование новых российских рынков: Транзакционные издержки, формы контроля и деловая этика. М.: Центр политических технологий, 1998.
- Волков В.В.* Силовое предпринимательство в современной России // Социологические исследования. 1999. № 1. С. 56–65. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Олейник А.* «Бизнес по понятиям»: Об институциональной модели российского капитализма // Вопросы экономики. 2001. № 5. С. 4–25.

Дополнительная литература

- Радаев В.В.* Малый бизнес и проблемы деловой этики: Надежды и реальность // Вопросы экономики. 1996. № 7. С. 72–82.

Тема 7. Предпринимательство, государство и гражданское общество

Государство и его роль в формировании предпринимательской среды. Формальные институты воздействия государства на предпринимательство. Поведенческие реакции предпринимательства на государственное регулирование (лояльность, конфронтация, уход в «тень»). Приватизация и проблема защиты прав собственности.

Консолидация предпринимательских интересов. Бизнес ассоциации как акторы гражданского общества в бизнес сфере. Роль бизнес ассоциаций в противодействии коррупции и административным барьерам: особенности России (с использованием результатов исследования «Гражданский активизм в бизнес сфере» (ЦНСИ и TraССС, 2004).

Основная литература

Малое предпринимательство в России: Прошлое, настоящее и будущее / Е.Г. Ясин, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буев. М.: Либер. миссия, 2003. Гл. 3, 4.

Власть, бизнес и гражданское общество. М.: О.Г.И. 2003.

Олимпиева И., Паченков О. Гражданские объединения предпринимателей в сфере малого и среднего бизнеса (на примере Санкт-Петербурга) // Отечественные записки. 2006. № 6. <http://www.strana-oz.ru>

Дополнительная литература

Колесникова Л.А. Порядок для хаоса: Государство и предпринимательство в переходной экономике. М.: УРСС, 2001.

«Круглый стол» Государство и частное предпринимательство в условиях «догоняющего развития» // Общественные науки и современность. 1999. № 1. С. 5–17. <http://ecsocman.edu.ru/ons>

ЛИТЕРАТУРА ПО ТЕМЕ КУРСА**Учебно-методическая литература**

Радаев В.В. Экономическая социология. Курс лекций. М.: Аспект-Пресс, 1998.

Радаев В.В. Социология рынков: К формированию нового направления. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ, 2003.

Малое предпринимательство в России: Прошлое, настоящее и будущее / Е.Г. Ясин, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буев. М.: Либер. миссия, 2003.

Дополнительная научно-монографическая и специальная литература

Автономов В.С. Человек в зеркале экономической теории. М.: Наука, 1993.

Бабаева Л.В., Лапина Г.П. Малый бизнес в России в эпоху экономических реформ. М.: Ин-т социологии РАН, 1997.

Барсукова С.Ю. Неформальная экономика: Экономико-социологический анализ. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ, 2004.

- Бизнес как субъект социальной политики: Должник, благодетель, партнер? / Авт. колл. под общ. ред. С.В. Шишкина; Независимый институт социальной политики.. М.: Издательский дом ГУ–ВШЭ, 2005.
- Бизнесмены России: 40 историй успеха / Бунин И.М. и др. М.: ОКО, 1994.
- Бусыгин А.В.* Предпринимательство. М.: Независ. ин-т росс. предпринимательства, 1992.
- Возьмитель А.А.* Способы бизнеса и способы жизни российских предпринимателей. М.: Ин-т социологии РАН, 1997.
- Зомбарт В.* Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М.: Наука, 1994.
- Иванов О., Гавра Д.* Социальное партнерство: Некоторые вопросы теории. СПб.: ИСЭП, 1994.
- Игнатьева С.В.* Государство и предпринимательство в России. СПб.: С-Пб. юридич. ин-т МВД России, 1996.
- Колесникова Л.А.* Порядок для хаоса: Государство и предпринимательство в переходной экономике. М.: УРСС, 2001.
- Малое предпринимательство в контексте российских реформ и мирового опыта / А.Ю. Чепуренко М.: РНИСиНП, 1995
- Неформальный сектор в российской экономике / ИСАРП. М.: ИСАРП, 1998.
- Неформальная экономика в постсоветском пространстве: Проблемы исследования и регулирования / Под ред. И. Олимпиаевой, О. Паченкова. СПб.: ЦНСИ, 2003.
- Модель И.М., Модель Б.С.* Социальное партнерство в России // Социологические исследования. 2000. № 9. С. 42–49. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Радаев В.В.* Становление нового российского предпринимательства. М., 1993.
- Радаев В.В.* Формирование новых российских рынков: Трансакционные издержки, формы контроля и деловая этика. М.: Центр политических технологий, 1998.
- Романюк В.Я.* Мы из малого бизнеса: Очерки о лидерах рыночных преобразований на малых предприятиях России. М.: Бизнес для всех, 2000.
- Российское обозрение малых и средних предприятий. М.: TACIS СМЕРУС, 2002.
- Российское предпринимательство: Стратегия, власть, менеджмент / Под ред. А.Е. Чириковой. М.: Ин-т социологии РАН, 2000.
- Рубе В.А.* Малый бизнес: История, теория, практика. М.: МГУ; ТЕИС, 2000.
- Чирикова А.* Лидеры российского предпринимательства: Менталитет, смыслы, ценности. М.: Ин-т социологии РАН, 1997.
- Чудиновский О.С., Жулин А.Б.* Экономико-демографические аспекты челночного бизнеса в М.: Экономический факультет МГУ; ТЕИС, 2001.
- Шумпетер Й.* Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
- Яковлев А.А.* Взаимодействие групп интересов и их влияние на экономические реформы в современной России. Препринт WP4/2004/01. М.: ГУ–ВШЭ, 2003. http://www.hse.ru/science/preprint/WP4_2004_01.htm

Статьи в научных и публицистических периодических изданиях и главы в монографиях:

- Авилова А.В., Бухвальд Е.М., Обыденнова Т.Б., Чепуренко А.Ю.* Малый бизнес после августа 1998 г.: Проблемы, тенденции, адаптационные возможности // Осенний кризис 1998 года: Российское общество до и после / М. Горшков, А. Чепуренко, Ф. Шереги. М.: РНИСиНП, РОССПЭН, 1998. С. 101–183.
- Авилова А., Голикова В.* Государственная поддержка малого бизнеса на региональном уровне // Предпринимательство в России / Институт стратег. анализа и развития предпринимательства. 1997. № 3 (10). С. 15–23.
- Малый бизнес в России. Адаптация к переходным условиям / Т. Алимова, В. Буев, В. Голикова, Т. Долгопятова, И. Евсеева // Вопросы статистики. 1995. № 9. С. 19–68.
- Андреев В., Василенко Е., Раскутина Т.* Об организации и некоторых результатах обследования социальных процессов в малом предпринимательстве // Вопросы статистики. 1997. № 6. С. 49–58.
- Барсукова С.Ю.* Август 1998 года и отечественное предпринимательство // Pro et Contra. 1999. Т. 4. № 2. С. 28–45. <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/>
- Барсукова С.Ю.* Женское предпринимательство: Специфика и перспективы // Социологические исследования. 1999. № 9. С. 75–84. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Белоконная Л., Плышевский Б.* Развитие малых предприятий в России // Вопросы статистики. 1995. № 9. С. 3–13.
- Браславский Д.* Большая поддержка малого бизнеса: Опыт Дании // Бизнес. 1995. № 1.
- Бредникова О., Паченков О.* Этничность «этнической экономики» и социальные сети мигрантов // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 2. С. 74–81. <http://ecsoc.msses.ru>
- Бузник В.М.* Малое наукоемкое предпринимательство при академических организациях // Вестник РАН. 1997. № 9. С. 787.
- Бунин И.М.* Социальный портрет мелкого и среднего предпринимательства в России // Полис. 1993. № 3.
- Бухвальд Е.М., Виленский А.В.* Развитие и поддержка малого бизнеса (опыт Венгрии и уроки для России) // Вопросы экономики. 2002. № 7. С. 109–118.
- Ватрин Х.* Социальная рыночная экономика – основные идеи и их влияние на экономическую политику Германии // Социальное рыночное хозяйство: Теория и этика экономического порядка в России и Германии. СПб.: Экономич. школа, 1999.
- Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 61–106, 136–207.
- Вебер М.* Развитие капиталистического мировоззрения // Вопросы экономики. 1993. № 8. С. 153–159.
- Волков В.В.* Силовое предпринимательство в современной России // Социологические исследования. 1999. № 1. С. 56–65. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Гимпельсон В.Е.* Новое российское предпринимательство: Источники формирования и стратегии социального действия // МЭМО. 1993. № 6. С. 31–42.
- Жилкин О.* Челночество в России: Новая жизненная стратегия в период экономических реформ (на примере Иркутской области) // Неформальная экономика в постсоветском пространстве: Проблемы исследования и регулирования / Под ред. И. Олимпиевой, О. Паченкова. СПб.: ЦНСИ, 2003. С. 164–172.

- Заславская Т.И.* Бизнес-слой российского общества: Сущность, структура, статус // Социологические исследования. 1995. № 3. С. 3–12. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Ионова О.Б.* Социальные технологии партнерства / Вестник Московского университета. Сер. 1: Социология и политология. 2000. № 4. С. 108–114.
- Крыштановская О.В.* Трансформация бизнес-элиты России: 1998–2002 // Социологические исследования. 2002. № 8. С. 17–29. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Олейник А.Н.* «Бизнес по понятиям»: Об институциональной модели российского капитализма // Вопросы экономики. 2001. № 5. С. 4–25.
- Олимпиева И.Б.* Неформальные гетерархии: Трансформация крупных научных организаций в период постсоциалистических преобразований // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. № 3. С. 105–121. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>
- Олимпиева И., Паченков О.* Некоммерческие организации предпринимателей: Опыт исследования // Отечественные записки. 2006. № 6. <http://strana-oz.ru>
- Олимпиева И., Паченков О., Никифорова Е.* Слой: Неформальная прослойка между бизнесом и властью // Эксперт: Северо-запад, 2004. 2-8 февраля. С. 35–37.
- Олимпиева И.Б.* Малый бизнес и рынок бюрократических услуг в Санкт-Петербурге // Телескоп: Наблюдения за жизнью петербуржцев. 2004. № 2. С. 22–29.
- Ежова Л.В., Олимпиева И.Б.* Трансформация практик взаимодействия науки и производства в условиях рынка // Проблемы деятельности ученого и научных коллективов. Вып. XV. Материалы XII сессии Международной школы социологии науки и техники / Под ред. С.А. Кугеля. СПб.: Нестор, 2000. С. 99–106.
- Предпринимательский потенциал российского общества: Анализ и рекомендации по содействию вовлечению населения в малый бизнес / А.Ю. Чепуренко, Т.Б. Обыденнова, Н.Е. Тихонова, Т.А. Алимova // Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 2, 3. С. 26–51; 12–38. <http://ecsoc.msses.ru>
- Пригожин А.И.* Деловая культура: Сравнительный анализ // Социологические исследования. 1995. № 9. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Радаев В.В.* Коррупция и формирование российских рынков: Отношения чиновников и предпринимателей // Мир России. 1998. № 3. С. 57–90. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Радаев В.В.* Малый бизнес и проблемы деловой этики: Надежды и реальность // Вопросы экономики. 1996. № 7. С. 72–82.
- Радаев В.В.* Неформальная экономика и внеконтрактные отношения в российском бизнесе // Неформальная экономика: Россия и мир / Под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999. С. 35–60.
- Радаев В.В.* Российские предприниматели: Кто они? // Вестник статистики. 1993. № 9. С. 3–14.
- Радаев В.В.* Четыре способа утверждения авторитета внутри фирмы // Социологический журнал. 1994. № 2. С. 149–157.
- Радаев В.В.* Этническое предпринимательство: Россия и мировой опыт // Полис. 1993. № 5. С. 79–87.
- Радаев В.В.* Что значит «принять предпринимательское решение»? // Общественные науки и современность. 1995. № 1. С. 33. <http://ecsocman.edu.ru/ons>
- Снисаренко А.* Этническое предпринимательство в большом городе современной России (на примере исследования азербайджанской общины в Петербурге) // Неформальная экономика. Россия и мир / Под ред. Т. Шанина. М.: Логос, 1999. С. 138–155.

- Старк Д.* Рекомбинированная собственность и рождение восточноевропейского капитализма // Вопросы экономики. 1996. № 6. С. 4–24.
- Суковатая В.А.* Бизнес-леди: Мифы и реальность // Социологические исследования. 2002. № 11. С. 69–77. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Тихонова Н.Е., Чепуренко А.Ю.* Предпринимательский потенциал российского общества // Мир России. 2004. № 1. С. 116–145. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Цыганов А.* Предприниматель и власть: Проблемы взаимодействия // Вопросы экономики. 1997. № 6. С. 97–103.
- Чирикова А.Е.* Женщина-менеджер в современном бизнесе // Гендерный калейдоскоп / Под общ. ред. М.М. Малышевой. М.: Academia, 2002. С. 378–403.
- Шаповалов В.* Откуда придет "дух капитализма"? // Социологические исследования. 1994. № 2. С. 23. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Шкаратан М.О.* Феномен предпринимателя: интерпретация понятий // Мир России. 1994. Т. 3. № 2. С. 149. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>

Примерные вопросы для подготовки к зачету

1. Предпринимательство как экономическая функция. Функциональный и структурный подходы к феномену предпринимательства.
2. Социальная ответственность бизнеса, особенности в России.
3. Социальное партнерство: модели, особенности в России.
4. Классический социально-психологический портрет предпринимателя (Й. Шумпетер и др.).
5. Предпринимательский дух (М. Вебер, В. Зомбарт).
6. Типология предпринимателей.
7. Малое предпринимательство и его роль для успеха рыночных реформ.
8. Женское предпринимательство – особенности в современной России
9. Этническое предпринимательство – различные подходы к исследованию.
10. Волны становления предпринимательства в постсоветской России.
11. Восприятие предпринимательства в общественном сознании россиян.
12. Предпринимательский потенциал общества: основные понятия.
13. Социально-демографические и психологические характеристики потенциальных предпринимателей в России. Типология потенциальных предпринимателей. Латентные предприниматели.
14. Малое предпринимательство как исходная форма предпринимательской активности, социокультурные, организационные и управленческие особенности.
15. Неформальная экономика как контекст развития предпринимательства в России.
16. Неформальные отношения бизнеса и власти.
17. Деловая этика как неформальный институт предпринимательской среды
18. Государство и его роль в формировании предпринимательской среды.

19. Формальные институты воздействия государства на предпринимательство (налоги, административный контроль).
20. Приватизация и проблема защиты прав собственности.
21. Поведенческие реакции предпринимательства на государственное регулирование (лояльность, конфронтация, уход в «тень»).
22. Коррупция и административные барьеры
23. Консолидация предпринимательских групп интересов для противодействия коррупции и административным барьерам.
24. Некоммерческие организации предпринимателей как акторы гражданского общества.
25. Понятие «бизнес-слоя» и «бизнес-элиты».
26. Проблемы «силового предпринимательства» и безопасность бизнеса.
27. Основные методы и подходы, используемые при проведении исследований предпринимательства.

КОНФЕРЕНЦИИ

Государственный университет – Высшая школа экономики ЛЕТНИЕ ШКОЛЫ – 2007

при поддержке Инновационной образовательной программы ГУ–ВШЭ

8–13 июля 2007 г., Московская область

Выездной семинар Лаборатории экономико-социологических исследований
«Как изучать современные потребительские рынки»



В программе: тренинг «Экономическая социология для “чайников”», круглый стол «Преподавание экономической социологии и социологии рынков», творческий конкурс «Экономическая социология в схемах», методологический семинар «Построение социологического исследования рынков» и многое другое.

2–6 июля 2007 г., Москва

Летняя школа факультета социологии ГУ–ВШЭ
«Анализ социально-экономического поведения населения на основе базы данных Российского мониторинга экономики и здоровья»



Задачи школы:

- дать представление слушателям о современном экономико-социологическом подходе к изучению поведения домашних хозяйств (теоретические модели);
- научить основам грамотной работы с панельными данными Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ).

Лектор: Рощина Яна Михайловна, к.э.н., доцент кафедры экономической социологии ГУ–ВШЭ

Подробнее о школе:

http://www.hse.ru/temp/2007/07_02-07_summerschool.shtml

2–8 июля 2007 г., Московская область

Летняя школа по экономике труда

«Анализ социально-экономического поведения населения на основе базы данных Российского мониторинга экономики и здоровья»



Объявляется конкурс на участие в Летней школе по экономике труда, которая проводится кафедрой экономики труда и народонаселения факультета экономики ГУ–ВШЭ. К участию в конкурсе приглашаются преподаватели российских вузов, а также научные работники, ведущие исследовательскую и/или преподавательскую деятельность в области экономики труда и смежных областях.

Заявки принимаются до 10 июня 2007 г.

В рамках Школы планируется чтение лекций по курсу "экономика труда", а также проведение мастер-классов по методологии преподавания экономики труда и включения результатов научных исследований в преподавание. Лекции и мастер-классы проводят ведущие российские исследователи в области рынка труда:

[С. Рощин](#), И. Денисова, [В. Гимпельсон](#).

Подробнее о школе:

http://www.hse.ru/temp/2007/07_02-08_summerschool.shtml

9–13 июля 2007 г., Московская область

Летняя школа по институциональной экономике



Лаборатория «Институциональный анализ экономических реформ» проводит в Московской области Летнюю школу по институциональной экономике (Russian Summer School on Institutional Analysis — RSSIA).

Целью Школы является формирование и поддержка сообщества молодых исследователей.

В Школе примут участие студенты старших курсов, аспиранты, преподаватели вузов и научные работники в возрасте до 35 лет, ведущие исследования в различных областях общественных наук.

Формат Школы предполагает комплекс лекций ведущих экспертов в области теории и практики институционального анализа, круглые столы по наиболее актуальным проблемам российской экономики, а также презентации и критическое обсуждение исследовательских проектов участников Школы в рамках работы секций по направлениям:

- экономика образования;
- экономика СМИ;
- рынки банковских услуг;
- институты рынка труда;
- институциональные формы организации бизнеса.

Подробнее о школе:

<http://lia-hse.com/rssia2007/>