

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

электронный журнал

[www.ecsoc.msses.ru](http://www.ecsoc.msses.ru)

**Т. 7. № 4. Сентябрь 2006**

Главный редактор журнала – **Радаев Вадим Валерьевич**, д. э. н., зав. кафедрой экономической социологии, руководитель Лаборатории экономико-социологических исследований, первый проректор ГУ–ВШЭ; профессор Московской Высшей школы социальных и экономических наук.

E-mail: [radaev@hse.ru](mailto:radaev@hse.ru)

Ответственный редактор – **Добрякова Мария Сергеевна**, к. соц. н., директор публикационной программы Независимого института социальной политики, заместитель руководителя Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ–ВШЭ.

E-mail: [m.dobryakova@socpol.ru](mailto:m.dobryakova@socpol.ru)

Корректор – **Андреева Елена Евгеньевна**, Издательский дом ГУ–ВШЭ.

Проект осуществляется при поддержке [Московской Высшей школы социальных и экономических наук](#).

Номер подготовлен при поддержке [Инновационной образовательной программы](#) Государственного университета – Высшей школы экономики.

Журнал выходит пять раз в год:

№ 1 – январь,

№ 2 – март,

№ 3 – май,

№ 4 – сентябрь,

№ 5 – ноябрь.

**Редакционный совет журнала**

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. (отв. редактор)	Независимый институт социальной политики
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
<u>Интервью</u>	
<b>Радаев В.В.</b> Инновационная образовательная программа ГУ–ВШЭ: симбиоз университета и аналитического центра.....	6
<u>Новые тексты</u>	
<b>Шабанова М.А.</b> О некоторых преимуществах интеграции экономического и социологического анализа институциональных изменений. Статья 1: Институты, практики, роли .....	11
<b>Юдин Г.Б.</b> Рынки как поля: попытка реконцептуализации.....	27
<u>Новые переводы</u>	
<b>Бейкер У., Фолкнер Р., Фишер Дж.</b> Риски рынка: продолжение и разрыв межорганизационных рыночных связей. Окончание ( <i>перевод З.В. Котельниковой</i> ).....	43
<u>Взгляд из регионов</u>	
<b>Жидкова Е.М.</b> Молодые работники промышленных предприятий: рекрутинг, адаптация, интеграция.....	65
<u>Дебютные работы</u>	
<b>Варзакова А.</b> Сетевые отношения между конкурентами (на примере рынка радиорекламы Москвы).....	79
<u>Профессиональные обзоры</u>	
<b>Куракин А.А.</b> Сельское хозяйство СССР глазами современников – 2 (1985–1991 гг.) .....	97
<u>Новые книги</u>	
<b>Барсукова С.Ю.</b> Куда ведут дороги, мощенные благими намерениями государства? (размышления над книгой Дж. Скотта «Благие намерения государства»).....	127
<u>Исследовательские проекты</u>	
Плагиат-контроль .....	133
<u>Учебные программы</u>	
<b>Чепуренко А.Ю.</b> Российское малое предпринимательство .....	135
<u>Конференции</u>	
1-я Летняя школа «Российского журнала менеджмента», 3–7 июля 2006 г.....	157

**VR Вступительное слово главного редактора**

Не знаю как у Вас, а у меня лето прошло в постоянных хлопотах. Обычная приемная кампания с необычным притоком абитуриентов, желающих отдать свои деньги за обучение в ГУ–ВШЭ. Начало переезда Университета в новый комплекс зданий на Покровском бульваре, освобожденный для нас Военно-инженерной академией им. В. Куйбышева, – с лихорадочным ремонтом, вводом в строй санузлов, неработающими лифтами, планировкой помещений и прочими «радостями» освоения новых территорий. Усилия по запуску Инновационной образовательной программы, которую ГУ–ВШЭ выиграл в жестокой конкуренции с двумя сотнями лучших вузов страны, войдя в число семнадцати победителей. Теперь отдыхаемся. Большие деньги – большие проблемы!

Кстати, упоминание об Инновационной образовательной программе более чем уместно. Ибо с данного номера журнал начал получать поддержку из ресурсов данной программы. За что искренне благодарим!

В связи с этим не случайно, что номер открывается моим **интервью** о содержании и задачах Инновационной образовательной программы, которое было подготовлено для Национального информационного центра по науке и инновациям.

В рубрике «**Новые тексты**» публикуется первая часть статьи *М.А. Шабановой*, где она пытается выявить специфику экономического и социологического подходов к анализу институтов. Специфика социологии видится, в том числе, в использовании теории социальных практик и теории социальных ролей.

Второй новый текст – «Рынки как поля: попытка реконцептуализации» *Г.Б. Юдина* – появился из недр методологического семинара Лаборатории экономико-социологических исследований, где он обсуждался весной 2006 г. Автор подходит к понятию рынка с феноменологических позиций и пытается определить его через категорию взаимодействия. Версия не бесспорная, но весьма интересная.

В рубрике «**Новые переводы**» мы завершаем ранее начатый перевод статьи об отношениях между рекламодателями и рекламными агентствами (авторы – *У. Бейкер, Р. Фолкнер и Дж. Фишер*). В этом номере публикуется эмпирическая часть данного исследования. Перевод выполнен *З.В. Котельниковой*.

В рубрике «**Взгляд из регионов**» нас ожидает статья *Е.М. Жидковой* (Самарский государственный университет), посвященная проблемам привлечения, удержания и адаптации молодых работников на предприятиях. Речь идет о результатах проекта EERC, выполненного совместно Институтом сравнительных исследований трудовых отношений (ИСИТО) и Уорвикским университетом (Великобритания) под руководством С. Кларка, Т. Элгара и В. Кабаиной.

Интересный текст предлагается в рубрике «**Дебюты**». Речь идет о сокращенной версии магистерской диссертации *А. Варзаковой*, посвященной анализу сетевых отношений, в том числе отношений сотрудничества, между конкурентами. В качестве объекта исследования выбран московский рынок радиорекламы.

В разделе «**Профессиональные обзоры**» Вы найдете вторую часть подготовленного *А.А. Куракиным* детального обзора работ и научных событий, посвященных сельскому хозяйству в советский период. Напомним, что первая часть была опубликована два номера назад (2006. Т. 7. № 2) и была посвящена работам, изданным в период с 1980 по 1984 гг. Сейчас речь пойдет о периоде перестройки.

В рубрике «**Новые книги**» перед нами оказывается содержательная и живо написанная рецензия *С.Ю. Барсуковой* на недавно переведенную книгу *Дж. Скотта* – одного из лидеров направления так называемой «моральной экономики». Книга посвящена ограничениям и

противоречиям формального государственного регулирования. Советуем ознакомиться (и с рецензией, и с книгой)!

В рубрике «**Исследовательские проекты**» мы освещаем несколько необычный проект – создания системы Плагиат-контроля в рамках Инновационной образовательной программы ГУ–ВШЭ, где основным разработчиком выступает Центр «Гуманитарные технологии». Некоторое время назад ГУ–ВШЭ объявил о своих намерениях бороться с плагиатом и разного рода подлогами. Но чтобы работа преподавателей в этом отношении была эффективной, нужны современные технические средства. Именно такие средства и разрабатываются в настоящее время в рамках проекта. Плагиаторы всех стран, берегитесь!

Ранее в рубрике «**Учебные программы**» мы размещали программу курса *А.Ю. Чепуренко* «Социология предпринимательства» (2004. Т. 5. № 4. С. 129–149). Мы продолжаем эту проблематику, переходя к более специальному предмету – «Российскому малому предпринимательству». Программа тем более интересна, что ее автор бесспорно является одним из ключевых российских исследователей данного предмета.

Наконец, в рубрике «**Конференции**» мы знакомим Вас с программой I-й Летней школы «Российского журнала менеджмента», прошедшей 3–7 июля 2006 г. в Зеленогорске (Ленинградская область). Школа была посвящена вечно актуальной проблеме – подготовке исследовательских проектов и написанию статей с изложением их результатов. В ней приняли участие десятки молодых исследователей из самых разных регионов России. Как непосредственный очевидец, хочу сказать, что Школа прошла весьма успешно. Первый блин выдался отнюдь не комом!

\* \* \*

Казалось бы, только что отпраздновали пятилетие журнала. А уже еще один год прошел. Просто ужас (но не ужас-ужас).

## Интервью

### **ИННОВАЦИОННАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ГУ–ВШЭ: СИМБИОЗ УНИВЕРСИТЕТА И АНАЛИТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА**

**Радаев Вадим Валерьевич**

*Интервью Национальному информационному центру по науке и инновациям, 27 июля 2006 г.*

– Вадим Валерьевич, недавно в рамках приоритетного национального проекта образования были подведены итоги первого конкурса среди высших учебных заведений, внедряющих инновационные программы. Из двухсот вузов были названы победителями семнадцать, среди которых есть и Высшая школа экономики. Ваш вуз, вероятно, самый молодой из конкурсантов. Хотелось бы также узнать подробнее о проекте создания Высшей школы экономики.

– Действительно, это был очень представительный конкурс. Было подано 197 заявок, и цель конкурса заключалась в том, чтобы поддержать инновационные образовательные программы ведущих российских вузов. Был очень суровый отбор, проводимый независимыми экспертами из представителей науки и бизнеса.

ГУ–ВШЭ, действительно, самый молодой из отобранных ведущих вузов, попавших в число семнадцати победителей. Университет был образован Российским правительством в 1992 г. За эти годы удалось войти в число лучших вузов. А среди семнадцати победителей наш вуз, кажется, единственный социально-экономического профиля.

– Изначально при создании ВШЭ замышлялась как симбиоз университета и аналитического центра? Это тоже – новация в образовательном процессе?

– Да, ВШЭ с самого начала замышлялась как вуз, в котором задается высокая планка и преподавание ведется на уровне международных стандартов. Для этого обучались за рубежом преподаватели, разрабатывались новые программы, привлекались лучшие специалисты в России. А вторая особенность ВШЭ, действительно, заключалась в том, что она изначально создавалась не только как высшее учебное заведение, но и как аналитический центр. Сейчас это один из крупнейших аналитических центров, который работает на органы государственной власти и на поддержку самого разного рода реформ. В университете выполняется большой объем исследовательских проектов, которые выигрываются по конкурсам. По объему такого рода научно-исследовательских работ мы, вероятно, находимся сейчас на одном из первых мест в стране.

– Вернемся к конкурсу. Как осуществлялась подготовка к нему, и какие цели и задачи ставились при этом?

– Прежде всего, определяя цели нашей образовательной программы, мы попытались представить, каким мы хотим видеть нашего выпускника и что этот выпускник должен уметь делать. А хотим мы готовить специалистов, которые обладают набором компетенций для успешной работы в двух крупнейших сферах нашего хозяйства и общества, а именно – в бизнесе и в государственном управлении. И в итоге вся наша программа ориентирована на эту цель – формирование компетенций наших будущих выпускников для успешной работы в бизнесе и госуправлении.

– Инновационная программа, действительно, названа «Формирование системы аналитических компетенций для инноваций в бизнесе и государственном управлении». Что означает слово «компетенция», и как они формируются в ВШЭ?

– Если дать простое определение, то компетенция – это мотивированная способность к совершению определенных видов деятельности. В нашем случае речь идет о пяти группах

компетенций, каждая из которых и представляет собой задачу нашей инновационной программы.

Первая из них состоит в том, чтобы наши выпускники овладевали широким набором экономических и социальных знаний. В настоящее время уже недостаточно готовить узких специалистов: экономистов узкого профиля, или социологов, или менеджеров, специализирующихся в какой-то области. В нынешней ситуации, когда очень часто приходится менять сферы деятельности и решать самые разные задачи, нужно иметь достаточно широкий образовательный фундамент. И у нас очень большое внимание уделяется фундаментальной подготовке в области социально-экономических дисциплин. На всех факультетах у нас читается широкий набор экономических, менеджериальных, правовых, социологических, выходящий за рамки государственного стандарта. Они обязательны для всех и закладывают этот образовательный фундамент. Плюс мы стремимся и будем стремиться использовать ресурс инновационной программы, чтобы развивать разного рода междисциплинарные направления, способствовать междисциплинарным переходам студентов при поступлении в магистратуру, развивать новые магистерские программы и направления.

Вторая задача – развивать в наших студентах, будущих выпускниках навыки к проектной деятельности. Сегодня уже недостаточно просто пассивно усваивать какую-то информацию, накапливать знания. Сегодня молодые люди должны сразу учиться, как проектировать свою деятельность и как реализовывать проект от начала до конца. И здесь речь идет о новых формах организации учебного процесса: разного рода проектных семинарах, практикумах, на которых студенты учатся эти проекты реализовывать. Работа в малых группах, работа в более крупных коллективах – всему этому мы должны научить.

Третья важная компетенция – это способность молодых специалистов быстро находить, обрабатывать, систематизировать и использовать большие, все возрастающие потоки информации. Они должны в этом свободно ориентироваться, иметь доступ к самым разным базам данных. Для нас это очень важное направление. ВШЭ, помимо своего корпоративного портала (одного из лучших и посещаемых в стране), является также разработчиком Федерального образовательного портала по экономике, социологии и менеджменту – это тоже один из наиболее посещаемых ресурсов. У нас также есть очень хороший библиотечный портал. Мы гордимся нашей коллекцией электронных баз периодических и других изданий, которые находятся в открытом доступе для всех преподавателей и студентов. И мы собираемся сделать серьезный новый шаг в этом направлении. Будут закупаться новые базы библиотечных данных, статистических данных, обеспечиваться доступ к другим информационным источникам. Планируются и специальные курсы по обучению преподавателей и студентов: как пользоваться этими источниками, как с ними работать.

Четвертая важная задача – если мы хотим, чтобы наши будущие выпускники действительно успешно работали в бизнесе и госуправлении, то мы должны со студенческой скамьи их вовлекать в эти сферы деятельности. Каким образом? Мы должны привлекать к образовательному процессу практиков, тех, кто уже имеет опыт и может этот опыт принести в университетскую среду. А с другой стороны, вовлекать студентов через разного рода практики в деятельность органов государственной власти и в работу корпоративных организаций – это очень важная задача, которой мы уделяем большое внимание.

Наконец, последняя, не по важности, а просто по порядку, задача – соединение образовательного и исследовательского процессов. Я уже говорил о том, что ВШЭ, действительно, была рождена как симбиоз образовательной и аналитической деятельности. И данное направление для нас принципиально – у нас создаются новые научно-образовательные центры, научно-учебные лаборатории, в которые активно вовлекаются молодые преподаватели и студенты. Они вместе со своими старшими коллегами, и зачастую

наравне с ними, выполняют исследовательские проекты, включая полевые исследования. То есть занимаются серьезной исследовательской работой. И мы хотим институционально и инфраструктурно поддержать этот процесс. Таковы основные пять задач и, соответственно, пять групп компетенций.

**– Как будет осуществляться финансирование (и есть ли софинансирование) этой инновационной программы? Какие это будут средства?**

– Бюджетные средства для этого выделяются весьма значительные, так как это очень серьезная программа. Средства выделены на два года (речь идет о 2006–2007 гг.), это более пятисот миллионов рублей. При этом обязательным условием является софинансирование (из внебюджетных средств вуза), следовательно, реально деньги эти больше. В нашем случае софинансирование составляет 24% от суммы, выделенной государством. Все эти деньги и пойдут на реализацию нашей инновационной образовательной программы.

**– Расскажите поподробнее про инновационные инициативы, предложенные на конкурс. Какие инновационные проекты ВШЭ, а также других вузов (из семнадцати победителей) заслуживают внимания для их дальнейшего применения в промышленности или в экономике в целом?**

– Я хотел бы обратить внимание на один очень важный аспект этого национального образовательного проекта. Здесь не просто ведущие вузы получили довольно солидные деньги на реализацию своих проектов, а образовался своего рода «клуб» из ведущих семнадцати вузов. К ним, мы надеемся, присоединятся и другие вузы, скоро будет новый конкурс. Мы уже начали активно общаться и будем дальше обмениваться опытом, изучать, что сделали другие вузы. Пока я немного могу сказать про инновационные проекты других вузов, но скоро мы будем знать больше.

Что я могу сказать о ВШЭ? У нас, конечно, есть изрядная специфика, поскольку, в отличие от большинства вузов технического профиля, нам не нужно в таком объеме, как им, лабораторное оборудование. Не надо модернизировать под него аудиторные фонды (этому в Национальном проекте «Образование» уделяется большое внимание). Мы работаем не с лабораторным оборудованием. Мы выпускаем экономистов, социологов, менеджеров, и нам нужны различные базы данных. Нам крайне необходима систематическая информация. И в значительной степени наши инновации будут базироваться на приобретенных базах и тех, которые мы сами разрабатываем, формируем, в том числе в процессе исследований. В этом отношении у нас и организационные инновационные формы предлагаются такие, которые, я думаю, будут интересны и для других вузов.

**– Можно сказать, что в этом и есть новизна, инновационная направленность?**

– Да, в этом одна из наших особенностей.

**– Как у Вас осуществляется партнерство с бизнес-сообществом? Сейчас много говорится о необходимости интеграции науки, бизнеса и образования. Тема достаточно обширная, но хотелось бы узнать Ваше мнение об этом.**

– Это одна из наших наиболее важных задач в реализации инновационной образовательной программы. Здесь у нас и раньше был опыт тесного взаимодействия с представителями бизнеса. Мы заимствовали практику, когда-то введенную МФТИ, – так называемых базовых кафедр. В нашем случае это означает, что крупнейшие бизнес-организации открывают в ВШЭ свои кафедры, возглавляемые руководителями этих корпораций. Они читают курсы, проводят мастер-классы, берут студентов на практику. Так и осуществляется та самая непосредственная связь между образованием и бизнесом.

Представители бизнеса приходят в аудиторию, отбирают лучших, забирают их на площадки своих фирм. Студенты начинают там практиковаться на реальных проектах уже со студенческой скамьи, со старших курсов. У нас таких базовых кафедр уже было несколько, а

сейчас мы планируем это число увеличить. Привлечь еще новых представителей, новые корпорации.

Также у нас введены новые формы преподавания. Поскольку представители бизнеса, крупные руководители – люди занятые, то они часто не в состоянии подготовить и читать систематический курс в течение целого семестра. Для них придуманы более гибкие формы организации занятий. Они проводят мастер-классы, в которых имеется больше возможностей сочетать разные формы: это могут быть полуллекции, полусеминары, элементы деловой игры или групповые консультации. Они могут быть самой разной продолжительности. Мы используем гибкие организационные формы, которые позволяют практикам более свободно в это дело войти. И подобные системы мастер-классов, консультаций, практикумов мы также собираемся расширять.

**– Если не секрет, какие это корпорации и какие новые компании ВШЭ собирается привлечь?**

– Лидером на данный момент в этом отношении является наш относительно новый факультет бизнес-информатики. Можно сказать, что почти все ведущие IT-компании эти кафедры уже открыли. Речь идет о компаниях «Microsoft», «IBS», «Ланит», «Крок». В будущем будет кафедра «1С». То есть компании и международные, и российские.

На факультете менеджмента только что образована кафедра компании «Видео Интернешнл», главного игрока на рынке медиаселлинга. На факультете социологии у нас базовая кафедра Фонда общественного мнения и одного из лидеров маркетинговых исследований – компании «ГФК-Русь». Мы собираемся и дальше развивать такого рода связи, в том числе связи не только с бизнесом, но и с органами государственного управления. Есть еще кафедра теории и практики взаимодействия бизнеса и власти, руководителем которой является Александр Николаевич Шохин, президент Российского союза промышленников и предпринимателей. На этой кафедре преподают виднейшие наши представители бизнеса, члены бюро РСПП.

**– Больше создают свои кафедры компании, представляющие IT-технологии?**

– Они оказались более активными. IT-структуры оказались более заинтересованы в том, чтобы готовить студентов, вовлекать их в свою работу. Видимо, у них больше ощущается голод в квалифицированных специалистах определенного профиля. Но остальные тоже подтягиваются.

**– В последнее время много идет разговоров о частно-государственном партнерстве. Есть ли у Вас мысли применить это к образовательным инновационным программам?**

– На днях было опубликовано интервью первого вице-премьера Дмитрия Медведева в журнале «Эксперт». Он упомянул две довольно важные вещи, которые напрямую относятся к этому вопросу. Прежде всего создание в вузах попечительских советов и создание так называемых эндаументов, т.е. фондов, средства которых используются для развития университетов. Это и есть одна из форм частно-государственного партнерства, потому что речь идет о том, что бизнес, наконец, будет более активно поддерживать ведущие вузы. А одновременно, входя в попечительские советы и контролируя деятельность вузов, создавая эндаументы, – и участвовать в стратегическом управлении. Так что это важная вещь, и мы надеемся, что в сентябре такой попечительский совет у нас будет создан.

**– Что Вы можете сказать о тех программах МВА, которые сейчас активно развиваются, – в частности об инициативе Рубена Варданяна по созданию школ МВА в России, где собираются учиться не только представители нашей страны, но и западного мира?**

– В ВШЭ очень развита система дополнительного профессионального образования. У нас работает несколько институтов в этой области, предлагая программы самой разной продолжительности: от второго высшего образования до коротких курсов профессиональной

переподготовки. Наряду с этим у нас есть и своя молодая, но уже весьма популярная бизнес-школа под руководством Сергея Филоновича, она находится сейчас в числе ведущих и успешно развивается. Среди новаций сейчас в этой школе готовится новая программа DBA, которую мы надеемся ввести вскоре. Что касается проекта супербизнес-школы, которую организует Варданян, то здесь планы, насколько мне известно, состоят в том, чтобы осуществить «Greenfield Investment», т.е. начинать все с нуля, не опираясь на существующие структуры. Представители нашего вуза участвуют в работе комитета, который разрабатывает концепцию этой школы. Мы готовы сотрудничать, если будет такая заинтересованность.

**– Если вернуться к конкурсу, будет ли такой конкурс продолжен?**

– Мы не знаем, будет ли для нас конкурс продолжен, но, говорят, новый конкурс состоится уже в конце этого года. В нем смогут принять участие вузы, которые на первом этапе не прошли. То есть расширится список инновационных образовательных программ, расширится клуб ведущих вузов.

**– Что известно про рейтингование наших вузов? Раньше наши вузы, в частности МГУ, занимали ведущие позиции в мире. С началом реформ образование у нас как-то отошло немножко в сторону, но сейчас начинается возрождение. Что Вы можете про это сказать?**

– На данный момент наши вузы не попадают в верхние эшелоны международных рейтингов. Но тут проблема другая – нам нужно позаботиться для начала о собственной образовательной среде. Дело в том, что в России отсутствуют независимые, объективные и в то же время достаточно развитые системы рейтингования. Я знаю, что сейчас делаются такие предложения, идет работа по подготовке. В частности, РСПП планирует проекты по организации рейтингования. Это очень важно для того, чтобы повысить прозрачность образовательной среды, дать ориентиры и для абитуриентов, и для работодателей.

Нельзя сказать, что рейтингов сейчас нет. Просто они, как правило, распространяются на пару десятков вузов, методики их не всегда понятны. Поэтому пока мы не можем быть удовлетворены, не можем сказать, что у нас существует система действительно независимого рейтингования. Но, кстати, по поводу конкурса инновационных программ: это первый конкурс такого рода, проведенный Министерством образования и науки, к тому же на весьма высоком уровне, и его можно вполне расценивать как элемент рейтингования. В нем участвовали почти двести лучших вузов страны, и отбор действительно был очень строгим. Так что можно сказать, что такой элемент независимого рейтингования был осуществлен в рамках Национального проекта «Образование».

**Новые тексты****О НЕКОТОРЫХ ПРЕИМУЩЕСТВАХ ИНТЕГРАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ****Статья 1. Институты, практики, роли\*****Шабанова Марина Андриановна,**

д.э.н., профессор кафедры социально-экономических систем и социальной политики ГУ–ВШЭ

Email: [mshabanova@msses.ru](mailto:mshabanova@msses.ru)**1. Постановка проблемы**

Институциональные изменения – один из важнейших аспектов трансформации современной российской экономики и общества. Однако вклад институциональных сдвигов в экономике в повышение конкурентоспособности и жизнеспособности как самой экономики, так и общества неоднозначен. В самом деле, институциональные преобразования хозяйственной системы могут содействовать перераспределительной активности хозяйствующих субъектов или, напротив, росту производства; сохранению за Россией места сырьевого прироста или развитию высоких технологий; они могут благоприятствовать или, напротив, препятствовать новациям, формированию правовых или неправовых практик и др. Кроме того, становление *рыночных* институтов в экономике сказывается и на состоянии других институтов общества<sup>1</sup>. Институциональные изменения могут закреплять или изменять сложившуюся систему социальных неравенств, сдерживать или, напротив, поощрять восходящую социальную мобильность, формирование среднего класса, более полную реализацию способностей разных социальных групп. Наконец, трансформация институциональной структуры может по-разному сказываться и на состоянии человеческого потенциала общества (уровне образования и квалификации, состоянии здоровья и продолжительности жизни, особенностях ценностных ориентаций, правового сознания, инициативности и др.). Так что, вопреки расхожему мнению, совершенствование институтов (в том числе экономических) нельзя считать *конечной* целью реформ, оно всего лишь *инструмент* достижения более фундаментальных целей, заключающихся в совершенствовании *социально-групповой структуры* и *росте человеческого потенциала* [Заславская 2004: 103, 104–105; Machonin 1997], словом, – в повышении конкурентоспособности и жизнеспособности общества.

---

\* Работа выполнена при поддержке Научного фонда ГУ–ВШЭ (индивидуальный исследовательский грант 2005 г. «Рынок и “нерыночное” общество: проблема встраивания»).

<sup>1</sup> В частности, А. Олейник обращает внимание на тот факт, что, если в западных странах экспансия рынка происходит *уже после того*, как остальные сферы (политика, семья, наука, средства массовой информации) приобрели достаточную степень автономии относительно друг друга, то в России рыночная экспансия началась еще *до того*, как произошло обособление этих сфер (в связи с тем, что этот процесс тормозился тоталитаризмом партии/государства). Эти сферы, в идеале живущие по своим собственным правилам, превращаются в рынок, т.е. их субъекты строят свои взаимодействия в полном соответствии с рыночными императивами (эгоизма и максимизации материального благосостояния), идет ли речь о науке, исполнительной власти или судебной системе. Вследствие этого экспансия рынка в России обретает особо уродливые формы [Олейник 2003: 29–35].

В свою очередь, экономика как институциональная подсистема общества не только влияет на состояние других подсистем, но и сама подвергается воздействию с их стороны. Так, ход институциональных изменений в экономической сфере зависит не только от полноты и непротиворечивости элементов, регулирующих собственно эту сферу, наличия комплекса поддерживающих экономических институтов в ней, но и от того, с какими социальными институтами соседствуют базовые экономические институты (каково качество институтов власти, гражданского общества, прав и свобод человека и др.). Большое значение для понимания траектории институциональных сдвигов имеет и качество социально-групповой структуры общества, интересы и ресурсы действующих в хозяйственной сфере акторов.

На сильную зависимость типа формирующегося рынка от более широкого социального контекста, в который погружена хозяйственная система (ценностей, властных отношений, социальных сетей и др.), указывает мировой опыт. Многие страны (Япония, Франция, США, Южная Корея, Тайвань и др.) превратили порой прямо противоположные особенности своей социальной организации и культуры в важные преимущества своих экономик. Так, *японский рынок* строится на устойчивых социальных сетях как внутри фирм, так и между ними и находится под сильным влиянием государства, в то время как *рынок США*, напротив, предполагает высокую степень автономности индивидуальных решений в сфере трудовых, кредитных, производственных и прочих отношений. Сильно стратифицированное *южнокорейское общество* преуспело в рыночной экономике благодаря способности аристократической элиты накопить капитал в автомобиле- и кораблестроении, выплавке стали и др. А *тайваньское общество*, базирующееся на мелких и средних межсемейных сетях, не способных накопить достаточно крупный капитал из-за традиции дробления состояния для передачи в наследство сыновьям, напротив, воспользовалось гибкостью своих *малых* предприятий, быстро меняющих производство по мере изменения вкусов потребителей [Биггарт 2001: 49–58; Fukuyama 1996]. Иными словами, рынки как институциональные устройства сильно различаются своей *социальной организацией*. И если в настоящее время и на ближайшую перспективу актуализируется вопрос о том, какой *тип* рынка *формируется* и, в принципе, *возможен* в России, да и в других посткоммунистических обществах тоже, то важно осмыслить силу и характер обратного воздействия на рынок той социальной системы, в которую он встраивается [Шабанова 2005: 33–45].

В частности, для того чтобы понять экономическое поведение макро-, мезо- и микроакторов, оценить их вклад в формирование новых правил игры, важно знать, каковы их интересы, в какой степени они реализуются в тех или иных условиях, и какими ресурсами располагают эти акторы. Причем, оценивая ресурсно-деятельностный потенциал тех или иных акторов, важно принимать во внимание не только экономические и профессионально-квалификационные ресурсы, но и ресурсы политические, административные, силовые (формальные и неформальные), культурные, социальные (сети, ассоциации, престиж, демографический, территориальный и др. статусы) [Заславская 2004: 389–390]. Сегодня уже и среди экономистов растет понимание того, что человек – существо целостное, и предположение о единственности его роли (как потребителя благ или поставщика труда), абстрагирование от всех прочих сторон его жизни значительно обедняет экономический анализ. Известный французский экономист Жак Лезурн назвал такое предположение даже опасным [Лезурн 1993: 10–15].

В самом деле, индивид выполняет множество ролей (профессиональную, потребительскую, семейную, воспитательную, гражданскую и т.п.), которые оказывают друг на друга сильное влияние. Если он не может в полной мере реализовать, скажем, потребительскую роль (например, из-за товарного дефицита, запредельных по сравнению с заработной платой цен), ослабляется мотивация к труду, хуже реализуется и профессиональная роль. Если ущемлен гражданский статус индивида (как, например, в случае с беженцами), он чаще будет соглашаться на менее выгодные условия найма, работу по устной договоренности и пр.

У низкодоходных слоев относительно чаще нарушаются трудовые права, они менее активно их защищают и существенно уступают другим слоям по успешности правозащитного поведения [Заславская, Шабанова 2002: 10–12]. И все это, разумеется, сказывается на качественных особенностях потребительского рынка, института предпринимательства, наемного труда и пр.

Итак, констатируем. Оценка хода, результатов и потенциала институциональных сдвигов в хозяйственной сфере, объяснение и прогнозирование их траектории предполагает учет *двусторонней* связи между экономикой и обществом, экономическими и неэкономическими переменными. Актуальность такой оценки велика при самых разных источниках институциональных изменений, будь то: институциональное проектирование, «трансплантация» (заимствование) институтов, внутривострановое макроэкономическое управление, целенаправленная инновационная деятельность и др. Такая оценка необходима для выбора таких стратегий экономической и социальной политики при осуществлении институциональных реформ, которые способствовали бы росту вклада последних в повышение конкурентоспособности и жизнеспособности данного общества, повышали эффективность использования ограниченных экономических ресурсов и человеческого потенциала, уменьшали социальные издержки реализации экономических реформ. Как же современная наука, изучающая институциональные трансформации, реагирует на этот «практический запрос»?

Экономические институты в их взаимосвязи с более широким социальным контекстом активно изучаются представителями двух наук: экономической теории и социологии. В каждой из них есть мощные течения, различающиеся своим «ядром»<sup>2</sup>. В соответствии со своим предметом и методом каждая из этих наук разработала специфический понятийный аппарат и инструментарий для анализа институциональных изменений и имеет серьезные достижения в своей области, представляющие интерес для другой стороны. Однако представители разных наук по-прежнему почти не слышат друг друга. И хотя в последнее время и экономисты, и социологи делают активные шаги навстречу друг другу<sup>3</sup>, в том числе и организационные<sup>4</sup>, диалог между этими науками, который мог бы обогатить анализ институциональных изменений, пока еще очень слаб.

Нередкие (что само по себе уже отрадно) заявления экономистов о необходимости инкорпорирования в экономический анализ достижений других наук в действительности либо так и остаются «благими намерениями», по существу, уже обретшими ритуальный характер, либо учет факторов, принадлежащих другим наукам, делается в отрыве от понятий, сложившихся в этих науках (во всем богатстве их содержания), без каких бы то ни было попыток теснее связывать их друг с другом. Такую ситуацию в науке обычно именуют «псевдокомплексностью» исследований [Заславская, Рывкина 1974: 163].

В принципе, диалог экономистов и социологов может протекать на разных уровнях глубины. Первый ограничивается периодическим (от случая к случаю) ознакомлением экономистов и социологов с результатами работ друг друга и их учетом «на входе» в собственное

---

<sup>2</sup> «Старый» (или традиционный) институционализм и неинституционализм в экономической теории, старая и новая экономическая социология.

<sup>3</sup> См., например: [Радаев 2001а; Козат, Толчетш 2005: 86–102].

<sup>4</sup> По инициативе социологов создано международное Общество развития социоэкономики [Society for the Advancement of Socio-Economics (SASE)]. Растет популярность нового институционализма в социологии. Экономисты организовали Международное общество новой институциональной экономики [International Society for New Institutional Economics (ISNIE) – <http://www.isnie.org/>], Общество развития поведенческой экономики [Society for the Advancement of Behavioral Economics (SABE) – <http://www.usask.ca/economics/SABE/>].

исследование или «на выходе» из него. Уже это позволяет осмысливать в более широком контексте результаты и факторы (барьеры) институциональных сдвигов в хозяйственной системе и обществе. Второй уровень касается стадии «собственно анализа» и предполагает инкорпорирование в экономический анализ элементов социологической теории, а в социологию – элементов экономической теории, без особых посягательств на методологическое «ядро» каждой из наук. Теоретически возможен и третий уровень диалога, затрагивающий методологическое ядро. Однако он либо выльется во взаимные упреки представителей разных наук, либо со временем приведет к рождению какой-нибудь новой науки, изучающей институты с помощью нового метода. Но этот вопрос мы пока оставим за кадром.

Цель данной статьи – попытаться обосновать некоторые возможности и преимущества инкорпорирования в экономический анализ элементов социологического подхода при изучении институциональных изменений, не посягая при этом на особенности метода экономической науки. В мою задачу, разумеется, не входит осмысление всего пространства продуктивных точек соприкосновения в исследовании институтов: оно слишком широко. Вместе с тем мне бы хотелось показать, что «перекрестное опыление» экономической и социологической наук не всегда ведет к их «взаимной стерилизации» (как нередко кажется экономистам), и активизировать конструктивный диалог между представителями этих центральных – для анализа институциональных изменений – наук.

## **2. Взгляд на «институт» в экономической науке и социологии: в поиске точек соприкосновения**

Возможность и глубина интеграции экономической науки и социологии в анализе институциональных изменений в значительной степени предопределяется общностью понимания центральной категории – *социального института*. Хотя институты – в центре внимания представителей этих наук, несмотря на многочисленные споры единого понимания термина до сих пор не сложилось ни в одной из них. Из множества его разных наполнений выделим прежде всего такие, которые получили *заметное* распространение и в социологии, и в экономической науке. Их два. Согласно первому пониманию, институты представляют собой совокупность действующих в конкретных сферах *«правил игры»* и реализующих эти правила *социальных субъектов*, в первую очередь – организационных структур. Так, в Докладе о мировом развитии 2002 г., который специально посвящен вопросам создания институциональных основ рыночной экономики, институты определяются как «нормативы и правила, механизмы, обеспечивающие реализацию права, и организации» [Доклад о... 2002: 6]. «Под институтами будем понимать не только формальные и неформальные правила и механизмы принуждения к их соблюдению, но и в широком смысле организации и иные экономические структуры» [Сухарев 2005: 78]. В социологии также можно встретить мнение о том, что социальные институты представляют собой «системы учреждений, в которых определенные люди, избранные членами групп, получают полномочия выполнять определенные и безличные функции ради удовлетворения существующих индивидуальных и групповых потребностей индивидов и ради регулирования поведения других членов групп» [подробнее см.: Щепаньский 1967: 105–106].

Во втором значении (которое сейчас имеет, пожалуй, наибольшее число сторонников), термин «институт» отделяется от термина организация (индивид, группа) и служит для обозначения *только правил игры*. Согласно этому пониманию, институт – это «устойчивый комплекс формальных и неформальных правил, принципов, норм, установок, регулирующих различные сферы человеческой деятельности...» [Институт социальный... 1990: 117]. Этот взгляд доминирует не только в социологии, но и широко распространен в современной экономической науке. В частности, известный неинституционалист Д. Норт термином «институт» обозначает реальные правила игры и контроль за их соблюдением (который,

кстати сказать, также представляет собой комплекс определенных правил игры). Организации (индивиды, группы) рассматриваются здесь как субъекты, в целом играющие по институциональным правилам, но обладающие и определенной свободой. Степень их подчинения правилам зависит от строгости институционального контроля [Норт 1997: 18–20; Заславская 2004: 111–112].

Таким образом, несмотря на то что согласия по поводу термина «институт» нет ни среди социологов, ни среди экономистов, важно констатировать, что по поводу актуального с точки зрения выбранной перспективы анализа второго определения, по крайней мере, между частью представителей этих наук имеется единое мнение, что увеличивает шансы на взаимопонимание.

Однако в рамках этого «поля согласия» в понимании институтов между экономистами и социологами все же имеется ряд различий. Каковы наиболее важные из них, если взять за основу *доминирующие* позиции в каждой из наук? И насколько принципиальный характер они имеют для анализа институциональных изменений?

1. Социологи чаще трактуют *институт* более строго, чем экономисты: они исходят из того, что институты удовлетворяют *важные* потребности общества, его членов, отдельных социальных групп и регламентируют *наиболее важные* социальные связи, образующие своего рода «скелет» *общественного устройства*. В экономической науке можно встретить большее разнообразие позиций по этому вопросу: от системных определений экономических институтов (как «общественно признаваемых функционально-организационных форм коллективной экономической деятельности, через которые реализуются *системные функции экономики* [курсив мой. – М.Ш.]» [Зотов, Пресняков, Розенталь 1999: 10] до «индивидуализированных». Иными словами, институты могут иметь самые разные сферы применения, вплоть до предельно узкой – одного-единственного субъекта – вроде «каждодневного приема конкретным индивидом определенного лекарства в течение многих лет»<sup>5</sup>.
2. В социологии институты суть *комплексы* устойчивых норм, они не отождествляются с какой-либо одной нормой, какой бы устойчивой она ни была. В отличие от социологов, мнения экономистов по этому вопросу различаются [Клейнер 2004: 13–21]. Экономисты вообще нередко не проводят разграничения между нормами и правилами, с одной стороны, и институтами – с другой. Любые устойчивые правила поведения они могут отождествлять с институтами. Институты организуют взаимоотношения между людьми, структурируют повседневную деятельность, «они организуют взаимоотношения между людьми, так что когда мы хотим поздороваться с друзьями на улице, поехать на автомобиле, купить апельсины, занять деньги, организовать свой бизнес, похоронить близких и совершить любые другие действия, с которыми сталкиваемся в обычной жизни, мы знаем (или можем легко научиться), как это сделать» [Норт 1997 (1990): 18]. Расширительная трактовка институтов экономистами позволяет отнести к институтам «институт празднования дня рождения», «институт налогового декларирования», моральное поощрение и карьерный рост директоров, «фирменный» патриотизм работников и т.п. вплоть до «мытья рук перед едой» [Клейнер 2004: 19, 22, 49].

Представляется, что многие из приведенных выше примеров служат иллюстрацией лишь *норм* поведения и взаимодействий (формальных и неформальных), повседневных социально-экономических *практик*, а не институтов<sup>6</sup>. Как известно, поведение людей в обществе организуется (ограничивается) многими нормами самой разной природы: обычаями, традициями, нравами, законами, верованиями, доминирующими ценностями, принятым в

---

<sup>5</sup> Детальный обзор см. в работе: [Клейнер 2004: 13–22].

<sup>6</sup> О соотношении институтов и практик см. раздел 3 данной статьи.

определенных кругах этикетом и др. Коль скоро эти нормы и правила отождествляются с институтами, возникает вопрос: какой содержательный прирост дает введение в оборот еще одного термина? Какое место среди этих понятий занимает *институт*? В экономическом предметном поле этот вопрос чаще всего остается открытым.

3. Следствием отождествления норм с институтами является встречающееся в экономической литературе редуцирование формальных *институтов*, сведение их к формальным *нормам*. «Институты бывают *формальными*, т.е. закрепленными в писанном виде... В реальной жизни формальными институтами являются конституция, гражданский и другие кодексы, законы, постановления, распоряжения и т.д. ...Другая группа институтов – *неформальные*: традиции, привычки, стереотипы поведения и другие устойчивые формы взаимодействия между людьми, которые определяются главным образом культурой, психологией и идеологией данного общества» [Нестеренко 2002: 309–310]. Социологическая же перспектива трактовки институтов практически не оставляет места для разногласий по этому вопросу: формальные нормы не тождественны формальным институтам, а представляют собой только их часть.

В самом деле, формальные (по способу установления и контролю) институты всегда включают неформальную составляющую, без учета которой нельзя понять механизмы их функционирования и развития, вектор возможной трансформации. Неслучайно характер соотношения между формальными и неформальными нормами *в рамках* формальных институтов – одна из центральных задач институционального анализа. Даже такой формальный институт, как *армия*, где четко расписаны функции каждого подразделения, система прав и обязанностей индивида, занимающего ту или иную позицию, где действует жесткий механизм контроля, а распоряжения командира не обсуждаются, невозможно понять без учета неформальной социальной составляющей (дедовщина, участвовавшие избитые солдаты офицерами, нелегальная торговля оружием, нежелание молодежи нести воинскую службу, настороженное отношение общества к армии, деятельность комитетов солдатских матерей, разные шансы у представителей разных социальных групп «скрыться от армии» и многое другое).

Еще сильнее роль неформальных норм в экономической сфере, где они за годы реформ не только расширились (в том числе и в *официальной* экономике), но и стали доминирующими. Без учета характера соотношения формальной и неформальной составляющих конкретных экономических институтов нельзя понять закономерности трансформации ни одного из них, будь то: институт собственности, предпринимательства, наемного труда, банкротства и др. «Наблюдения показывают, что, попадая в российскую среду, любые формальные институты сразу же прорастают неформальными отношениями и личными связями. Дело обстоит так, как если бы они подверглись мутации и в результате становились неспособными выполнять свое предназначение – служить общезначимыми “правилами игры”... Если в странах Центральной и Восточной Европы обратное пришествие формальных регуляторов привело к сужению зоны неформальных отношений, то в России базовые формальные институты продолжают, как и прежде, функционировать по образу и подобию неформальных» [Капелюшников 2001: 91–92].

В соответствии с этой логикой даже *конституция* как формальный (по способу установления норм и контролю за их выполнением) институт содержит сильную неформальную компоненту, учитывающую социокультурные нормы данного общества, элемент престижа государства на мировой арене и др. В нее могут входить не только реализующиеся на практике права вкупе с правами-идеалами, *абсолютное* претворение в жизнь которых в данных условиях *в принципе невозможно* (например, право каждого на благоприятную окружающую среду, в определенной мере – право на жизнь, личную неприкосновенность, на свободный труд, выбор профессии и др.) и которые, тем не менее, играют колоссальную конструктивную роль уже тогда, когда в обществе появляется *стремление* следовать им. В конституцию могут входить и такие права, которые хотя и

могли бы быть осуществлены, но *априори* провозглашались «не для практического применения», а в чисто политических целях. Конституции, содержащие такие права, Й. Элстер очень точно назвал «простыми клочками бумаги» [Элстер 1994: 4–10], приведя в качестве примера советскую Конституцию 1936 г. Примером из недавнего прошлого могла бы служить и Конституция 1977 г. с ее свободами слова, печати, собраний, демонстраций и др. Если рассматривать современную российскую Конституцию 1993 г. не просто как основной закон жизнедеятельности общества, а как *социальный институт*, нельзя не отметить по крайней мере два важных обстоятельства. Первое состоит в том, что *на практике* 30% актов законодательной и исполнительной власти, принятых в регионах, противоречат Конституции РФ [Автономов 2000: 7]. Так что в действительности регионы нередко живут в соответствии с другими *формальными* нормами. Второе – не только власти разных уровней, но и рядовые граждане (даже в условиях жесткого административного контроля) обладают определенной свободой выбора (в том числе и в сфере нарушения *нелегитимных* формально-правовых норм). Поэтому факт активного одобрения лишь четвертой частью россиян современной российской Конституции (в референдуме участвовала лишь половина избирателей, проголосовала «за» половина этой половины) сам по себе представляется весьма неблагоприятным для ее крепости как *социального института*.

Так или иначе часть формальных *норм* может восприниматься (и в действительности быть) пустым звуком, весьма отдаленным от реального жизненного пространства индивидов. Многие могут о них либо вообще ничего не знать, либо иметь очень смутное представление. Для других эти нормы могут быть неактуальными или нелегитимными. Однако, в отличие от формальных *норм*, формальные *институты* так или иначе присутствуют в жизни каждого из нас даже тогда, когда неформальная составляющая (*неформальные* механизмы реализации формальных норм и формального контроля) получает существенное развитие, внося серьезные коррективы в издержки обращения к формальным нормам и даже в функции соответствующих институтов.

Какая же трактовка институтов более подходит для анализа институциональных изменений? С учетом отмеченных обстоятельств думается, что более строгая и укрупненная. В социологии она распространена очень широко, а в экономической теории пока встречается лишь в единичных работах. В соответствии с ней каждый социальный институт, регулирующий конкретную область общественной жизни, состоит из четырех элементов. Это: а) формальные – правовые, административные и организационные – нормы и правила, регламентируемые властными и управленческими органами; б) механизмы государственного и в) общественного контроля за выполнением установленных норм и правил; г) неформальные нормы, укорененные в культуре данного общества (установления и правила типа «так должно», «так принято», «так все поступают») [Заславская 2004: 112–114]. Эти элементы взаимосвязаны, но на практике всегда сохраняют определенную автономность друг от друга.

В экономической литературе можно встретить критику «дуэтных» определений института («институт – это норма плюс механизмы, контролирующие и поддерживающие ее выполнение») [Клейнер 2004: 16–18]. Для стабильных общественных систем эта критика представляется весьма убедительной. Однако в кардинально *меняющейся* среде, когда ставится задача осмыслить ход, потенциал, перспективы институциональных *сдвигов*, возможности и направления экономической и социальной политики в этой области, мало обращаться лишь к одной категории – «устойчивая норма» или «система устойчивых норм» (как нередко делают экономисты). Важно обозначить *глубину укорененности* тех или иных норм, потенциал и возможности их изменения. На траектории институциональных сдвигов могут сказаться «пробелы» не только в государственном (вертикальном), но и в общественном (горизонтальном) контроле. Ведь «...контролировать общество совсем не так легко, как представляют мечтатели. Это, по английской пословице, – как пасти кошек»

[Хлебников 2003: 245]. Свой вклад может вносить и степень рассогласованности между формальными и неформальными нормами; или каждым из этих видов норм, с одной стороны, и формальным и неформальным контролем – с другой; и т.д. Изменения этих элементов *относительно независимы* друг от друга, и каждый вносит свою лепту в трансформацию того или иного института. Поэтому в *аналитических* целях важно иметь в виду не один и даже не два, а все четыре элемента института и внимательно отслеживать степень соответствия и характер взаимосвязи между ними в меняющихся условиях. Ведь чем сильнее они поддерживают друг друга, тем успешнее трансформация того или иного института; и напротив, рассогласованность их динамики может существенно затруднить институциональные преобразования и даже придать им противоположный «знак».

Итак, констатируем: несмотря на сохранение разногласий по поводу наполнения термина «институт» внутри каждой из центральных для институционального анализа наук, предпосылки для взаимопонимания весьма благоприятны. Это проявляется, во-первых, в том, что трактовка институтов, представляющая наиболее перспективной для анализа институциональных *изменений*, получила широкое распространение и в экономической теории, и в социологии. А во-вторых, в том, что отмеченные выше терминологические расхождения, хотя в ряде случаев и кажутся принципиальными, в действительности не являются столь существенными из-за того, что экономисты нередко не доводят их до логического завершения. Например, они могут не придавать значения терминологической путанице, которая приводит в заблуждение представителей смежных наук, работающих с более детальным понятийным аппаратом, но которая может практически не сказываться на содержании аналитических построений самих экономистов. Так, В.М. Полтерович, известный своими оригинальными работами по институциональной экономике, порой пользуется терминами «институт» и «норма» («правило поведения») как синонимами [Полтерович 1999: 4], однако это не приводит его к редуцированию формальных *институтов* до формальных *норм*. «Формальные правила – лишь оболочка, в пределах которой могут возникать самые разные неформальные нормы» [Полтерович 2001: 32]. Наконец, в-третьих, отмеченные различия, как нетрудно заметить, вытекают одно из другого и могут быть практически сняты инкорпорированием в экономический анализ разграничения социальных *институтов* и социальных *практик*, доказавшего свою продуктивность в социологическом анализе институциональных изменений. Но нужно ли это экономистам?

### **3. Разграничение институтов и практик: зачем оно социологам и нужно ли экономистам?**

Как следует из четырехэлементной структуры социального института, он представляет собой результат взаимодействия акторов самых разных уровней (макро-, мезо- и микро-) и не может быть преобразован лишь по воле политических лидеров. В связи с этим для описания особенностей функционирования и изменения социальных институтов социологи все чаще обращаются к понятию «*социальные практики*». Институтом называют комплексы регулярных и долговременных [continuously repeated] *социальных практик*, которые санкционируются и поддерживаются социальными нормами и имеют важное значение в структуре общества [Abercrombie, Hill, Turner 1988: 124]. Разграничение социальных *институтов* и социальных *практик* – важное отличие аналитического инструментария социологов от экономистов. Что дает такое разграничение и нужно ли оно экономистам?

Социальные практики – системы *устойчивых* и *массовых* социальных действий и взаимодействий, т.е. устойчивые системы взаимосвязанного и взаимно ориентированного *ролевого* поведения акторов (индивидов, организаций, групп), которые и обеспечивают функционирование соответствующих институтов. Так, *институт рынка труда*, который нетрудно представить через комплекс формальных и неформальных норм, а также

механизмов государственного и общественного контроля за их исполнением, в действительности реализуется через систему самых разнообразных практик. Среди них: практики поиска работы и трудоустройства (формальные и неформальные; старые и новые, вроде трудоустройства через Интернет, практика собеседований, испытательных сроков и др.), содержания и оформления отношений найма (например, формальный или устный найм; формальный найм с неформальными оговорками или без таковых); социальные гарантии от разных форм риска; общепринятые принципы оплаты труда разных групп работников; способы разрешения трудовых конфликтов (увольнение «по собственному желанию», обращение в суд, апелляция в профсоюзы, обращение к неформальным силовым структурам и т.д.) и пр. Именно комплекс разного рода социальных практик в действительности служит конкретной формой реализации того, что мы называем социальным институтом [Заславская 2004: 116].

Иными словами, социальные институты соотносятся с социальными практиками как содержание с формой или сущность с явлением. Институты как всякие сущности глубже и устойчивее своих форм. Практика как форма более конкретна. Институт не существует на базе какой-нибудь одной практики, он всегда реализуется через комплекс практик. Накапливающиеся изменения в практиках, реализующих тот или иной институт, могут приводить, а могут и не приводить (!) к изменению старого или становлению нового института. Прибегая к метафоре, можно сказать, что институт подобен дереву, а практики – веткам и листьям. Конкретные практики могут появляться, устойчиво воспроизводиться и меняться в определенных пределах, не затрагивая сущности, т.е. не меняя института.

Например, в советский период была широко распространена практика «шабашничества». Ежегодно большие группы строителей – преимущественно выходцев из трудоизбыточных регионов СССР (Западной Украины, Северного Кавказа, Закавказья), а также ближайших городов устремлялись на строительные работы в сельскую местность восточных регионов страны, за полгода выполняя там от 60 до 80% годовой строительной программы. Практики поиска объектов и заключения договоров, оплаты и режима труда (по 16 часов в день, часто без выходных), отсутствие каких бы то ни было социальных гарантий, практики решения трудовых споров значительно отличались от общепринятых в СССР [Шабанова 1985; 1992а: 55–63; 1992б: 29–39]. Но они не смогли «переломить» закостенелость советского института труда и занятости, в том числе во многом из-за того, что самостоятельная деятельность строительных бригад противоречила доминирующим нормам. К тому же власти, на практике вынужденные «закрывать глаза» на стихийное распространение сезонных строительных бригад (ибо к моменту принятия партийного решения о развертывании широкого строительстве в селе строить там было уже некому), активно использовали СМИ для поддержания негативного отношения общества к этой группе работников, наклеивания на них разного рода ярлыков («рвачей», «стяжателей», «аморальных элементов» и т.д.). Аналогичным образом практика спекуляций в советский период, несмотря на широкое распространение, не привела (не могла привести) к становлению института предпринимательства.

Кроме того, подобно тому как ветки разных деревьев сплетаются (и порой очень сильно), одна и та же практика может присутствовать в разных институтах. Например, широко распространенная в современной России практика взяточничества входит и во властные институты, и в институт предпринимательства, и в институт образования, и др. В этой связи представляется продуктивным разделение социальных практик на *институционализированные* и *неинституционализированные*. Институционализированные практики составляют устойчивое ядро жизнедеятельности данного общества или его основных подсистем. Они отличаются либо большей значимостью и массовостью, либо устойчивостью и традиционностью. Менее же распространенные, спорадические, недостаточно освоенные практики, а также практики, противоречащие принятым в данном обществе нормам,

представляют периферию общественной жизни и не инкорпорируются в институты [Заславская 2004: 116].

Возвращаясь к нашим примерам, можно заключить, что практики «шабашничества», равно как и спекуляции в советский период не были институционализированными хотя бы по причине несоответствия общепринятым нормам, а вот современная практика взяточничества, по-видимому, уже успела утвердиться в культуре и потому может быть отнесена к институционализированным. Как показывают социологические исследования, в настоящее время в России идет активный процесс *институционализации* многих *неправовых* практик, т.е. их превращения в устойчивый, постоянно воспроизводящийся феномен, который, интегрируясь в формирующуюся систему общественных отношений (экономических и неэкономических), становится нормой, привычной моделью поведения акторов самых разных уровней и постепенно *интернализуется* ими [Шабанова 2001: 326]. Этот процесс зафиксирован в самых разных сферах: труда и занятости [Заславская, Шабанова 2002: 3–17; Заславская, Шабанова 2004: 208–261], налоговой сфере [Радаев 2001б: 60–79], правосудии [Пашин 2001: 157–177; Латов 2003: 280–285] и др.

Таким образом, если экономисты, как правило, «как-то сразу» имеют дело с институтами как «устоявшимися стереотипами человеческого поведения» [Нестеренко 2002: 310], «долговечными системами сложившихся и укорененных правил, которые придают структуру социальным взаимодействиям» [Ходжсон 2003: 13], и, как следствие, при анализе институциональных изменений обращаются к концепциям «рынка институтов», «институциональных сделок» [Bromley 1989; Тамбовцев 1999, 2001], то социологи осмысливают институциональные изменения по более длинной цепочке. А именно: *массовые действия и взаимодействия – неинституционализированные практики – институционализированные практики – комплекс взаимосвязанных практик – институт (трансформация института)*. Представляется, что включение в институциональный экономический анализ этой цепочки позволит более точно отследить ход, оценить глубину, потенциал и перспективы институциональных сдвигов в экономической сфере.

Разумеется, экономисты правы, когда говорят, что хозяйствующие субъекты «покупают» или «не покупают» произведенные государством «правила игры». Однако верно и то, что они часто просто *делают вид, что покупают* эти правила. Причем в современной российской действительности последнее обстоятельство представляется очень важным. Прибегая к метафоре, можно сравнить российское государство с единственным имеющим лицензию мастером по пошиву одежды (производству формальных норм) для своих граждан, которая, хотя и не отвечает вкусам очень многих, тем не менее покупается. Но впоследствии мастер с трудом обнаруживает сшитую им одежду на людях: кто-то ее перешил, изменив до неузнаваемости; кто-то надел ее задом наперед, а кто-то – наизнанку. Тем самым люди высказали определенные предпочтения, доступные их социальным позициям, и эти предпочтения нашли отражения в реальных социально-экономических практиках.

Какие же ролевые ожидания и модели поведения складываются в действительности? Какие из них имеют больше шансов стать доминирующими, а какие – так и останутся на периферии? Как это скажется на качестве институтов, которые воспроизводят (изменяют) эти практики? Поиск ответов на все эти вопросы обуславливает необходимость анализа более длинной («социологической») цепочки феноменов, приводящих к институциональным сдвигам.

Отрадно, что в современной институциональной экономической теории при изучении процессов воспроизводства или изменения норм можно встретить движение в сторону анализа *практик* (хотя они при этом могут именоваться по-разному: формы деятельности, протоинституты и др. – или вообще никак не именоваться). Яркий тому пример – метафора, к которой обращается Г.Б. Клейнер: «Устойчивую норму можно уподобить гигантскому камню, который не в состоянии сдвинуть с места самостоятельно ни один агент или группа

агентов. Только собравшись вместе в значимом числе [или, что то же самое, – включившись в социальные практики как массовые и устойчивые социальные действия и взаимодействия, – *М.Ш.*] или воспользовавшись специальными механизмами, агенты могут разрушить или сдвинуть с места этот камень...» [Клейнер 2004: 17–18]. В тех редких случаях, когда экономисты сотрудничают с социологами в осмыслении институциональных сдвигов, термин *практика* непосредственно и активно используется [Кузьминов, Радаев, Яковлев, Ясин 2005: 26]. Однако и в этих единичных случаях пока за кадром остается соотношение между институтами и практиками, различие практик институционализированных и неинституционализированных.

#### 4. Институциональные изменения: вклад теории социальных ролей

Социологи при анализе социальных практик и институтов (и это важное отличие их аналитического инструментария) обращаются к понятиям *ролей и статусов*. Роль – типичная реакция на типичное ожидание [Бергер 1996: 91], безличная функция или норма, выполнение которой *обязательно* для каждого, кто занимает данную социальную позицию [Nadel 1965: 24]. При этом я отнюдь не имею в виду, что экономисты могут извлечь пользу из *прямой* реализации так называемой *социологической модели человека SRSM* (С. Линденберг): «социализированный человек; человек, исполняющий роль, и человек, который может быть подвергнут санкциям (*socialized, role-playing, sanctioned man*)» [Бруннер 1993: 59]. В социологии сложились мощные направления, которые выступают против представления индивидов в виде, если вспомнить меткое выражение Э. Гидденса, «структурных и культурных болванов» и вовсе не подпадают под саркастическое замечание Джеймса Дьюзенберри: «экономика – наука о том, как люди делают выбор, социология – о том, как им не приходится делать никакого выбора» [цит. по: Грановеттер 2004: 80–81]. В действительности ролевой анализ, сложившийся в социологии, вполне совместим (и совместим продуктивно) с реализацией *экономической модели человека*, обозначаемой акронимом REMM («*resourceful, evaluative, maximizing man*»), который был предложен Меклингом и Бруннером, т.е. «изобретательный, оценивающий, максимизирующий человек» [Бруннер 1993: 55]. Разумеется, со ставшей уже традиционной оговоркой – заменой максимизации «ограниченной рациональностью» [Саймон 1993: 16–38].

Какие конкретные аспекты ролевого анализа представляются полезными для экономистов в осмыслении институциональных трансформаций?

Начнем с того, что провозглашенные формально-правовые нормы в действительности сильно изменили «ролевою карту» хозяйственной системы: появились новые экономические (роль акционера, собственника и др.) и профессиональные (маклер, брокер, дилер, маркетолог и др.) роли; изменилась совокупность прав и обязанностей хозяйствующих субъектов. Иными словами, на формально-правовом уровне была задана новая система ролевых ожиданий. Но как эти семена проросли в российской почве? В действительности, в условиях кардинальных изменений институциональной системы ролевые ожидания находятся в стадии *формирования*, и наблюдается большая неопределенность ожидаемого поведения, соотносимого с рядом экономических и социальных позиций. К примеру, должны ли предприниматели платить налоги в полном объеме, если государство не выполняет своих обязательств ни перед ними, ни перед их наемными работниками? Допустимо ли ущемление трудовых прав наемных работников со стороны работодателей, если права последних также ущемляются более сильными экономическими и политическими субъектами? Оправдывается ли включение «низов» в неправовые практики уже тем, что «верхи» давно включились в них? Должны ли предприниматели заботиться о социальной сфере, или это – обязанность государства, которому они платят налоги? По поводу этих и многих других ролевых ожиданий в трансформирующемся российском обществе и экономике до сих пор не сложилось единого мнения. В этих условиях актуализируется потребность в систематическом

отслеживании степени согласия (раскола) экономических субъектов по поводу тех ролевых ожиданий, которые предполагаются новыми формально-правовыми нормами.

Для понимания роли акторов в институциональных трансформациях важно и то, что любой индивид, выполняя совокупность ролей, не тождествен ни одной из них, ни всем им, вместе взятым. *У индивидов есть свои интересы, ценностные ориентации и ресурсы, которые в определенных условиях и обстоятельствах они используют для изменения существующих ограничений.* Более тонкий инструмент качественного анализа механизмов и потенциала институциональных изменений, который в данном случае дает ролевой анализ, на мой взгляд, связан с:

- различием ролевых ожиданий и *реальным* выполнением роли (будь то роль частного собственника, акционера, наемного менеджера, профессионала и др.);
- реального выполнения роли и привязанности индивида к ней, т.е. *ролевой дистанции* [Goffman 1959];
- выявлением силы и частоты внутриволевых и межролевых конфликтов;
- разным уровнем свободы экономических акторов, занимающих различные социальные позиции, в построении и реализации своих социальных ролей;
- стремлением людей (или давления на них) к соблюдению согласованности между различными ролями, которые они играют, и теми идентификациями, которые им сопутствуют, и др.

Небольшой пример. По данным нашего исследования одной из самых перспективных групп российского бизнес-сообщества<sup>7</sup>, даже у ее представителей *реальное* выполнение роли предпринимателя и менеджера сильно отклоняется от ожиданий, олицетворяющих цивилизованный рынок, – законопослушности его участников. Только 28% бизнесменов вошли в группу «законопослушных», считая, «хотя законы и несовершенны, их все-таки надо выполнять, потому что нарушение обойдется дороже». Причем в сравнении с другими массовыми группами работников эта часть российского бизнес-сообщества, представляющая преимущественно верхнюю часть (ядро) среднего класса, оказалась менее законопослушной. Однако этот, несомненно, тревожный факт выглядит менее удручающим, если сравнить *реальное выполнение* роли и *степень привязанности* к ней бизнесменов. Самую многочисленную группу авангарда российского бизнес-сообщества образуют не последовательные «нарушители» (24%), а действующие в зависимости от обстоятельств «релятивисты», или «ситуативники» (44%). Они гораздо больше дистанцированы от противозаконного поведения, чем группа «нарушителей»: многие из них испытывают внутриволевые конфликты (включение в неправовые отношения с контрагентами и чиновниками ставит под угрозу соблюдение ряда прав наемных работников) и конфликты межролевые (между предпринимательской, гражданской, семейной и др. ролями).

Так или иначе хозяйствующие субъекты, занимающие одни и те же социальные позиции, в сходных условиях ведут себя по-разному из-за различий в ценностных ориентациях. Одни пытаются успеть «поймать рыбку в мутной водичке», погружаясь в неправовое

---

<sup>7</sup> Информационная база исследования: слушатели программ МВА в Академии народного хозяйства при Правительстве РФ (1016 человек, 2004 г.), т.е. представители наиболее образованной, экономически и социально передовой части российского бизнес-сообщества. Более половины (54%) респондентов приходится на генеральных директоров, директоров, их заместителей, а также топ-менеджеров, еще 26% – на руководителей подразделений; 30% заняты в крупном или транснациональном бизнесе, 49% – в среднем, 18% – в малом; 25% стажировались за рубежом; 60% самостоятельно оплачивают весьма дорогостоящее обучение по программам МВА.

пространство, руководствуясь исключительно соображениями экономической выгоды. Для других это вынужденный процесс – плата за высоко ценимую самостоятельность, возможность самореализации. Есть и такие, кто делает шаги по выходу из неправового поля, несмотря на сопряженные с этим экономические потери. Все это приводит к тому, что соотношение между совокупными издержками и обретенными от погружения в неправовое пространство, а также степень привязанности к последнему у разных «ролевых типов» хозяйствующих субъектов в действительности неодинаково.

Неодинаковым будет и уровень свободы индивидов, занимающих разные социальные позиции, *в построении и реализации своих ролей*. К примеру, доступные возможности сопротивления погружению в неправовое пространство у представителей крупного и транснационального бизнеса гораздо выше, чем у среднего и малого. Первые менее погружены в неправовое пространство в значительной степени потому, что могут так заключить хозяйственные договоры, чтобы в случае возникновения споров обращаться в иностранные суды, а не давать взятки российским чиновникам и судьям. Российская бюрократия максимально использовала особенности «смутного времени» для конструирования и закрепления за собою отвечающих ее частным целям социальных ролей, в то время как рациональная западная *бюрократия* обладает минимальной свободой в этой сфере. Российские чиновники разных уровней, как правило, не утруждают себя задачей понять нормы и механизмы функционирования цивилизованного рынка, считают *нормальным* систематически и бессистемно вмешиваться в хозяйственную жизнь. В стране, несмотря на благоприятную ситуацию с притоком нефтедолларов, отсутствует программа инновационного развития.

Перечень конкретных проблем трансформирующейся экономики, в приложении к осмыслению которых методология *ролевого анализа* способна расширить познавательные возможности экономического анализа, весьма многообразен. Не претендуя на полноту, отмечу, что выявление степени распространенности в хозяйственной сфере тех или иных ролевых ожиданий, усвоения и привязанности индивидов к тем или иным экономическим и профессиональным ролям (интернализации ролей), степени и факторов отклонения реального выполнения роли от официально ожидаемого, частоты и характера ролевых конфликтов и др., проливает свет на ряд аспектов, особо актуальных для экономического анализа институциональных сдвигов, а именно:

- *степень и характер укорененности (устойчивости)* тех или иных правил игры и экономических практик;
- *адекватность распределения пучка прав собственности (правомочий)*: поиск структуры правомочий, которая будет способствовать наилучшей реализации экономических и профессиональных ролей (новых и сохранившихся старых), устойчивости эффективных норм и ослаблению отклонений от официальных ролевых ожиданий;
- *остроту проблемы и направлений сдвигов в контрактных отношениях*.

\* \* \*

Говоря о вкладе ролевого анализа социологов в расширение интерпретационных возможностей экономического анализа институциональных изменений, мы практически не посягали на принцип методологического индивидуализма, которым очень дорожат экономисты. Ибо мы негласно исходили из того, что индивиды имеют определенные цели (и ресурсы), которые побуждают их (дают возможность им) следовать тем или иным ролям, дистанцироваться или отклоняться от них. Обратное же влияние социальных ролей (их набора, степени реализации и др.) на цели и предпочтения индивидов пока чаще всего оставалось за кадром. Иными словами, в «усеченной» версии ролевой подход инкорпори-

руется в экономический анализ, без какого-либо посягательства на методологическое ядро последнего.

Однако более тонкий инструментарий анализа потенциала и механизмов институциональных изменений, предлагаемый социологией, разумеется, не ограничивается обозначенными аспектами ролевого анализа. В частности, мы отмечали, что экономические акторы, занимающие разные социальные позиции, обладают разным уровнем свободы в построении и реализации своих социальных ролей. Иными словами, параметры тех или иных экономических практик зависят не только от степени соответствия между ролевыми ожиданиями, с одной стороны, и интересами и ценностными ориентациями экономических акторов – с другой. Важное значение имеют *объем и структура* имеющихся у них *ресурсов, ресурсно-деятельностный потенциал экономических акторов*. Расширение спектра учитываемых ресурсов (факторов и ограничений), влияющих на экономическое поведение индивидов, с одной стороны, существенно расширяет возможности познания глубины, потенциала, механизмов и вероятных перспектив институциональных сдвигов в экономической сфере, а с другой, – явно усиливает угрозу посягательства на принцип методологического индивидуализма. Это – предмет следующей статьи<sup>8</sup>.

## Литература

- Автономов В.С.* «Не дорого ценю я громкие права». Вступительная статья // Истоки. Вып. 4 / Под ред. Я.И. Кузьмина. М.: ГУ–ВШЭ, 2000. С. 3–8.
- Бергер П.Л.* Приглашение в социологию: гуманистическая перспектива / Пер. с англ. Г.С. Батыгина. М.: Аспект Пресс, 1996.
- Биггарт Н.* Социальная организация и экономическое развитие // Экономическая социология. 2001. Т. 2. № 5. С. 49–58.
- Бруннер К.* Представление о человеке и концепция социума: два подхода к пониманию общества // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем. 1993. Т.1. Вып. 3. С. 51–72. <http://ecsocman.edu.ru/thesis>
- Грановеттер М.* Экономические институты как социальные конструкты: рамки анализа // Журнал социологии и социальной антропологии. 2004. № 1. С. 76–89. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>
- Доклад о мировом развитии 2002 года. Создание институциональных основ рыночной экономики: Пер. с англ. М.: Весь Мир, 2002.
- Заславская Т.И.* Современное российское общество: Социальный механизм трансформации. М.: Дело, 2004.
- Заславская Т.И., Шабанова М.А.* Неправовые трудовые практики и социальные трансформации в России // Социологические исследования. 2002. № 6. С. 3–17. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Заславская Т.И., Шабанова М.А.* Трансформационный процесс в России и институционализация неправовых практик // Истоки: Экономика в контексте истории и культуры. Вып. 5 / Под ред. Я.И. Кузьмина. М.: ГУ–ВШЭ, 2004. С. 208–261.

---

<sup>8</sup> *Шабанова М.А.* О некоторых преимуществах интеграции экономического и социологического анализа институциональных изменений. Статья 2. Ресурсы и механизмы. Готовится к публикации в следующем номере журнала: Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 5.

- Заславская Т.И., Рывкина Р.В. О принципах и основных элементах программирования исследования трудовой мобильности // Методологические проблемы социологического исследования мобильности трудовых ресурсов. Новосибирск: Наука, 1974. С. 144–207.
- Зотов В.В., Пресняков В.Ф., Розенталь В.О. Институциональные проблемы функционирования и преобразования российской экономики // Экономическая наука современной России. 1999. №1. С. 7–21. <http://ecsocman.edu.ru/ecr>
- Институт социальный // Современная западная социология. Словарь. М.: Изд-во политической литературы, 1990. С. 117.
- Капелюшников Р.И. Институциональная природа переходных экономик: российский опыт // Кто и куда стремится вести Россию?.. Актеры макро-, мезо- и микроуровней современного трансформационного процесса / Под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2001. С. 91–92. <http://ecsocman.edu.ru/kir>
- Клейнер Г.Б. Эволюция институциональных систем. М.: Наука, 2004.
- Козат Е.М., Толчети Ю.А. О социологизации экономической науки // Журнал экономической теории. 2005. №2. С. 86–102.
- Кузьминов Я., Радаев В., Яковлев А., Ясин Е. Институты: от заимствования к выращиванию (опыт российских реформ и возможности культивирования институциональных изменений) // Вопросы экономики. 2005. № 5. С. 5–27.
- Латов Ю.В. Плюралистическая система защиты прав собственности предпринимателей // Куда пришла Россия?.. Итоги социетальной трансформации» / Под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2003. С. 280–285. <http://ecsocman.edu.ru/kir>
- Лезурн Ж. Основные элементы теории полезности // THESIS. 1993. Т. 1. Вып. 3. С. 10–15. <http://ecsocman.edu.ru/thesis>
- Нестеренко А.Н. Экономика и институциональная теория / Отв. ред. Л.И. Абалкин. М.: Эдиториал УРСС, 2002.
- Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Пер. с англ. А.Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б.З. Мильнера. М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997.
- Олейник А. Тоталитаризм рынка? // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. 2003. № 28. С. 29–35. <http://www.nz-online.ru>
- Пашин С.А. Человек в российском правовом пространстве // Кто и куда стремится вести Россию?.. Актеры макро-, мезо- и микроуровней современного трансформационного процесса / Под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2001. С. 157–166. <http://ecsocman.edu.ru/kir>
- Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы // Экономика и математические методы. 1999. Т. 35. № 2. С. 1–37.
- Полтерович В.М. Трансплантация экономических институтов // Экономическая наука современной России. 2001. № 3. С. 24–50. <http://ecsocman.edu.ru/ecr>
- Радаев В.В. Новый институциональный подход и деформализация правил в российской экономике. М.: ГУ–ВШЭ, 2001а.
- Радаев В.В. Деформализация правил игры и уход от налогов в российской хозяйственной деятельности // Вопросы экономики. 2001б. № 6. С. 60–79.
- Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем. 1993. Т. 1. Вып. 3. С. 16–38. <http://ecsocman.edu.ru/thesis>

- Сухарев О.С. Проблема качества институционального развития // Журнал экономической теории. 2005. № 2. С. 67–85.
- Тамбовцев В.Л. Институциональные изменения в российской экономике // Общественные науки и современность. 1999. № 4. С. 44–53. <http://ecsocman.edu.ru/ons>
- Тамбовцев В.Л. Институциональный рынок как механизм институциональных изменений // Общественные науки и современность. 2001. № 5. С. 25–38.
- Хлебников П. Разговор с варваром. Беседы с чеченским полевым командиром Хож-Ахмедом Нухаевым о бандитизме и исламе. М.: Детектив-Пресс, 2003.
- Ходжсон. Д. Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории / Пер. с англ. М.: Дело, 2003 (1988).
- Шабанова М.А. Проблема встраивания рынка в «нерыночное» общество // Социологические исследования. 2005. № 12. С. 33–45. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Шабанова М.А. Институциональные изменения и неправовые практики // Кто и куда стремится вести Россию?.. Актеры макро-, мезо- и микроуровней современного трансформационного процесса / Под общ. ред. Т.И. Заславской. М.: МВШСЭН, 2001. С. 319–327. <http://ecsocman.edu.ru/kir>
- Шабанова М.А. Современное отходничество как социокультурный феномен // Социологические исследования. 1992а. № 4. С. 55–63. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Шабанова М.А. Отходничество и рынок рабочей силы // Изв. СО РАН. Регион: экономика и социология. 1992б. № 2. С. 29–39.
- Шабанова М.А. Сезонные сельские строители: кто они и каковы их проблемы? Новосибирск: ИЭиОПП СО АН, 1985.
- Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии / Пер. с польск. В.Ф. Чесноковой. Новосибирск: Наука, 1967.
- Элстер Й. Влияние прав человека на экономическое развитие // Российский бюллетень по правам человека. Вып. 4. Проектная группа по правам человека. М., 1994. С. 4–10.
- Abercrombie N., Hill S., Turner B.S. The Penguin Dictionary of Sociology. L.: Penguin Books, 1988.
- Bromley D.W. Economic Interests and Institutions: The Conceptual Foundations of Public Policy. N.Y., 1989.
- Fukuyama F. Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity. N.Y.: Free Press, 1996. См. также перевод: Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и сотворение благоденствия / Пер. А. Эткинд // Неприкосновенный запас. 2001. № 2 (16). <http://www.nz-online.ru>; <http://www.liberal.ru/article.asp?Num=39>
- Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. N.Y.: Doubleday, 1959.
- Machonin P. Social Transformation and Modernization. To Constructing the Theory of Social Changes in the Postcommunist Countries. Praga: Sociologické nakladatelství, 1997.
- Nadel S.F. The Theory of Social Structure. L.: Cohen & West Ltd., 1965.

## РЫНКИ КАК ПОЛЯ: ПОПЫТКА РЕКОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ<sup>1</sup>

Юдин Григорий Борисович,

сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований  
на факультете социологии ГУ–ВШЭ

Email: [gregloko@yandex.ru](mailto:gregloko@yandex.ru)

Развитие социологии рынков в последнее время характеризуется поиском новых метафор, которые могли бы пролить свет на понятие «рынка». В.В. Радаев видит в разнообразии таких метафор теоретический каркас социологии рынков как исследовательского направления [Радаев 2003]. Отдельные течения довольно удачно классифицируются в соответствии с тем, какую метафору они находят для описания рынка («рынки как сети», «рынки как культуры» и т.д.).

Постоянное стремление представить «рынок как что-то» указывает на важную для современной социологии рынков проблему. С одной стороны, распространение конструкции «рынок как X» отражает множественность подходов к анализу рынка. В рамках каждого такого подхода предлагается свое видение рынка, которое обычно встраивается в какую-то общую экономическую или социологическую теорию (так, формула «рынок как институты» базируется на институциональной экономике). С другой же стороны, перебор метафор для рынка отражает фундаментальную недостаточность рынка, неполноту этого понятия. Сказав только «рынок», невозможно сказать ничего определенного: необходимо указать, с чем конкретно отождествляется рынок. Только через «X» можно задать теоретическую рамку обсуждения.

Каждый из существующих сегодня подходов к анализу рынка, каждая из предлагаемых метафор обладает своими преимуществами. Множественность метафор обеспечивает разнообразие исследовательских перспектив. Между тем все они являются в значительной мере произвольными. Именно эта произвольность увеличивает полисемию «рынка» и, как следствие, вызывает сомнения в правильности выбора объекта. В той мере, в которой процедура конструирования объекта требует обоснований, она не просто порождает множественность альтернативных описаний, но позволяет оценивать адекватность этих описаний.

Каков тот критерий, который позволил бы оценить, насколько удачно концептуализирован объект, и задать ориентир для такой концептуализации? С нашей точки зрения, социологический подход должен с необходимостью отталкиваться от феноменологического описания. А. Шюц называет это методологическое априори «постулатом субъективной интерпретации»<sup>2</sup>. Социологии рынка следует отталкиваться от некоторой базовой феноменологии рынка. Именно этот фундамент практически отсутствует в большинстве существующих подходов к анализу рынка.

В данной работе мы рассматриваем представление рынков как полей с целью не просто пополнить набор метафор для рынка, но предложить некоторую феноменологию и

---

<sup>1</sup> Данная статья появилась в результате участия автора в работе методологического семинара Лаборатории экономико-социологических исследований (<http://ecsoclab.hse.ru>). Автор благодарит коллег по лаборатории за создание неопределимой творческой обстановки.

<sup>2</sup> Указание для социолога состоит в том, что «образцы взаимодействия он должен интерпретировать с помощью присущей им структуры субъективных значений, в противном случае он теряет всякую надежду постичь «социальную реальность» [Шюц 2004: 40].

претендовать тем самым на адекватное конструирование объекта. В социологии предпринимались некоторые попытки концептуализировать рынки как поля – к настоящему времени представление о тех или иных полях как объекте анализа стало привычным в экономико-социологическом дискурсе. Установление более тесной связи между этими попытками и феноменологической основой теории полей позволит внести необходимые изменения и добиться более обоснованного результата.

### Феноменология рынка

Новая экономическая социология изначально развивалась как ответ на экономический империализм Чикагской экономической школы. Основная стратегия контратаки всегда строилась на помещении привычных для экономической теории понятий в социальный контекст: экономическое действие оказывается разновидностью или продолжением социального действия, экономические институты представляют собой разновидность социальных форм [Swedberg, Granovetter 1992: 5–6]. Цель редко состояла в том, чтобы переопределить ключевые для экономистов понятия или предложить вместо них другие – как правило, речь шла о том, чтобы дополнить их другими понятиями и показать, что существуют альтернативные способы хозяйствования. Тем самым воспроизводится логика К. Поланьи, для которого «экономика» экономистов была не столько неверным, сколько чрезвычайно узким и ограничивающим понятием [Поланьи 2004: 82].

Между тем сам Поланьи настаивает на том, что самая большая опасность экономического понятия «рынка» состоит в отождествлении с рынком всякого обмена<sup>3</sup>. К примеру, именно это делает Л. Роббинс, когда обращает внимание на неудовлетворительность определения предмета экономической науки через обмен. Согласно Роббинсу, следует исходить не из актов обмена, а из представления любого поведения в виде обмена [Роббинс 1993: 21]. Та же стратегия представления обмена в качестве рынка обнаруживается в рассуждениях лидера Чикагской школы Г. Беккера: «даже вне рыночного сектора каждый продукт – прямо или косвенно – обладает предельной теневой ценой» [Беккер 2003: 33]. Из этого замечания следует, что собственно «рыночного» сектора на самом деле не существует – чисто аналитически любой обмен определить как рынок.

Для Поланьи, таким образом, существует большая разница в оценке понятий «экономического» и «рынка». Если экономическое понятие «экономического» чрезмерно узко и должно быть расширено, то экономическое понятие «рынка», напротив, *чрезвычайно широко и должно быть специфицировано*. Причем основная проблема с этим понятием является *не терминологической, но феноменологической*. Если любой обмен можно представить как рынок, то понятие «рынка» лишается какого бы то ни было феноменологического содержания. В конкретных культурных практиках этому понятию либо ничто не соответствует, либо соответствует что угодно.

Понятие «рынка», таким образом, полностью отрывается от конкретных культурных содержаний, которыми оно наполняется во взаимодействии. Р. Буайе прослеживает эволюцию этого понятия в экономической науке в направлении увеличения степени абстракции [Boyer 1998: 62–66]. Фактически исходное представление о рынке (marketplace) служит теперь только метафорой для построения научных абстракций<sup>4</sup>. Упомянутая в начале

---

<sup>3</sup> «Хотя рыночные институты в результате оказываются институтами обмена, рынок и обмен *не* являются неразрывно связанными» [Поланьи 2004: 102].

<sup>4</sup> Интересно, что, поскольку экономическая теория вносит свой вклад в изменение культурных практик, ее абстракции могут переходить в повседневный язык участников рыночного взаимодействия. Означающее отрывается от означаемого и начинает жить собственной жизнью. Неудивительно, что когда индивид ощущает себя буквально перед

тенденция к поиску метафор для рынка представляет собой процесс, обратный метафоризации рынка. Поскольку в результате пролиферации метафоры рынок постепенно становится эмпирически неопределимым, требуются метафоры, которые могли бы помочь практически зафиксировать объект, т.е. спуститься от абстрактного к конкретно наблюдаемому рынку. Развитие *метафоры рынка* привело к необходимости введения *метафоры для рынка*. Все новые вариации формулы «рынок как X» решают, по сути, не столько теоретические задачи, сколько эмпирическую проблему стабилизации объекта.

Если экономическая социология принимает экономическое понятие рынка<sup>5</sup> с целью изучать социальные процессы на этом рынке, то она не только идет вразрез с линией Поланьи. Она обрекает себя на изучение объекта, который не тематизируется во взаимодействии индивидов, никак не влияет на их поведение и попросту для них не существует. На это можно возразить, что законы рынка обладают принудительной силой вне зависимости от того, знают ли индивиды об этих законах и о рынке вообще. Но, во-первых, это будет отчасти неверно, потому что на самом деле осведомленность о законах рынка в корне меняет поведение на нем. А в той мере, в какой это верно, это будет тривиально, поскольку к рынку в этой трактовке приравнивается любой обмен – а значит, любая эмпирически выявленная закономерность будет объявлена законом рынка. При этом не будет получено никакой информации о протекании взаимодействия.

Для того чтобы социологически проанализировать взаимодействие, необходимо установить, как оно воспринимается индивидами. Аналогично, для того чтобы зафиксировать объект, структурирующий взаимодействие, следует отталкиваться от восприятия этого объекта участниками взаимодействия. Речь не идет о том, что исследовательская задача исчерпывается простой фиксацией этого восприятия, изложением соображений участников взаимодействия. Но участники категоризируют свой опыт, организуют его вокруг тех или иных тем, одной из которых является тот или иной рынок. Методологический принцип состоит в том, чтобы не выбирать в качестве объекта исследования то, что не является значимым для участников взаимодействия. Брачных рынков не существует не потому, что выбор супруга невозможно или недопустимо представлять как рынок, но потому, что в повседневной жизни люди не поступают таким образом<sup>6</sup>.

Исследовательская задача состоит в том, чтобы отталкиваться от феноменологического содержания, но не транслировать его; не только фиксировать его во взаимодействии, но и объяснять. Ученый постоянно балансирует между неправомерным перенесением обыденных

---

лицом глобального рынка, он оказывается подавлен этой овеществленной экономической абстракцией [Кнорр-Цетина, Брюггер 2004]. О проникновении научных определений рынка в хозяйственную практику через маркетинг см.: [Cochoy 1998].

<sup>5</sup> Мы не будем отдельно обсуждать здесь противоречивость определений рынка в рамках самой экономической теории. Э. Розенбаум, пытаясь выделить сущностные характеристики рынка в экономической теории, приходит к выводу о том, что некоторые существующие концептуализации рынка неправомерны [Rosenbaum 1998].

<sup>6</sup> Шюц следующим образом оценивает тот способ научного моделирования, который преобладает в экономической теории и по сей день: «Достижения современных экономических теорий не оставляют сомнений в том, что абстрактные концептуальные схемы могут весьма успешно использоваться для решения многих проблем... Более внимательный анализ, однако, показывает, что такая абстрактная концептуальная схема – не более чем тип интеллектуальной стенографии и что лежащие в ее основе субъективные элементы человеческих действий не проблематизируются или полагаются не имеющими отношения к поставленной задаче» [Шюц 2004: 35].

конструктов в науку и столь же неправомерным использованием научных конструктов, которые не имеют коррелятов в обыденном мире [Шюц 2004: 38–40]. Таким образом, недопустимо предпосылать исследованию рыночного взаимодействия понятие рынка, которое противоречит тому, как организован опыт участников взаимодействия. И столь же недопустимо просто фиксировать рынок в соответствии с тем, как определяют рынок его участники (с тем, считают ли они себя участниками рынка и где видят его границы).

Исходным пунктом в определении рынка должно стать восприятие рынка его участниками. Рынок, таким образом, представляет собой культурный феномен – рыночное взаимодействие определенным образом воспринимается участниками, и разнообразие форм этого взаимодействия задает культурную специфику различных рынков. Однако для того чтобы дать рынку определение в терминах восприятия, требуется понять, каким образом организовано восприятие. Ведь вербальное определение индивидами чего-либо как рынка не является ни необходимым, ни достаточным условием социологического определения рынка.

Зрительно воспринимаемая человеком область представляет собой зрительное поле. Но мы воспринимаем предметы в поле не как единую массу, а как оформленную и упорядоченную совокупность. Подобно зрительному полю, человеческое восприятие в целом структурировано, и все, что воспринимается индивидом, помещается в пределах феноменального поля. Принципы упорядочения предметов в поле представляют собой формы восприятия. Это упорядочение возможно благодаря смыслу, которым наделяются феномены – в сущности, упорядочение и есть смысл [Мерло-Понти 1999: 91]. Точка зрения феноменологии восприятия, отстаиваемая М. Мерло-Понти, состоит в том, что наше восприятие возможно только как наделяемое смыслами феноменальное поле.

Феноменология восприятия, опирающаяся на достижения гештальт-психологии, позволяет отталкиваться при концептуализации объекта от понятия «феноменального поля». Смыслы, структурирующие феноменальное поле, составляют набор содержаний, с которых может начинаться построение научного концепта. Соответственно концептуализация без соотнесения с феноменальным полем с высокой вероятностью даст такое научное понятие, которое не будет соотноситься ни с какой феноменальной реальностью. Именно это произошло с понятием «рынка»<sup>7</sup>.

Тем не менее очевидно, что общего представления о феноменальном поле недостаточно для того, чтобы сконструировать научное понятие или объект конкретного исследования. Необходимо выделить некоторый сегмент этого поля, который имел бы отношение к обсуждаемой здесь проблеме рынка. Это возможно сделать благодаря смысловой структуре феноменального поля. Социальное бытие человека организовано не хаотически, но концентрируется вокруг нескольких значимых для него сфер, в которые он вовлечен на регулярной основе. Эти сферы должны, как правило, совпадать с группами, членом которых он является (семья, рабочий коллектив, политическая партия), и формируют сегменты феноменального поля.

Интерес для исследования рынка должно представлять не все поле, но те смыслы, которые индивиды соотносят с рыночным взаимодействием. Следовательно, если рынок тематизируется существенным образом в смысловом поле индивида, можно констатировать наличие у этого индивида более или менее устойчивого восприятия рынка, а также смысловых коннотаций, тесно связанных с рынком. Такой набор смыслов, завязанных на регулярное

---

<sup>7</sup> Г. Демсец видит в абстракции от реальных феноменов основную проблему всей неоклассической экономической теории. Для нее «рынки стали эмпирически пустыми концептуализациями форумов, на которых обмен осуществляется без издержек» [Demsetz 1982: 6]. Однако возвращение к феноменальной реальности требует большего, нежели просто признание существования трансакционных издержек.

рыночное взаимодействие, образует сегмент<sup>8</sup> феноменального поля, представляющий собой восприятие рынка.

Таким образом, предварительно можно сказать, что *рынок фиксируется в сегменте поля индивидуального восприятия; смысловая структура этого сегмента концентрируется вокруг рыночного взаимодействия, в котором индивид регулярно участвует*. Это, между прочим, означает, что не всякого индивида можно считать участником рыночного взаимодействия – подобно тому, как одиноких людей нельзя считать участниками семейного взаимодействия. Если индивид не воспринимает рынок как значимую часть собственной жизни (а это возможно только тогда, когда он не участвует регулярно в рыночном взаимодействии), считать его участником рынка некорректно.

Промежуточный итог выглядит следующим образом. Если реконструировать рынок, отталкиваясь от его восприятия его участниками, то основного внимания заслуживает тот сегмент феноменального поля, тот смысловой блок, который для участников связан с рыночным взаимодействием. Под рынком следует понимать то, что воспринимается как рынок его участниками, – это позволит отойти от абстрактного понимания рынка в экономической теории и вернуться к эмпирически фиксируемым рынкам.

### **Рыночное взаимодействие**

Предложенная выше линия рассуждений ставит ряд серьезных проблем. Объект, очевидно, не может представлять собой сумму индивидуальных восприятий. Основная задача определения границ рынка не решена с помощью ограничения феноменального поля. Не может быть и речи о том, чтобы следовать в определении рынка тем дефинициям, которые предлагают его участники<sup>9</sup>. Самая же главная трудность состоит в том, что исходно при конструировании объекта круг участников рынка вообще неизвестен. Необходим критерий того, кто может быть включен в этот круг с самого начала.

В рамках экономико-социологического анализа рынка часто интуитивно ясно, что концептуализация поведения покупателей на рассматриваемом рынке чрезвычайно затруднительна. В эмпирических исследованиях покупатели обычно, хотя и включены формально в понимаемый под рынком объект, на деле в значительной степени исключаются из анализа. Эта несогласованность проявляется несколько меньше при изучении промышленных рынков: число постоянных клиентов там обычно не превышает нескольких десятков. При рассмотрении же массовых рынков потребители по понятным причинам выпадают из поля рассмотрения.

По всей видимости, такая исследовательская практика восходит к ключевой для социологии рынков статье Х. Уайта [White 1981]. В ней дается определение рынка, которое упрощает

---

<sup>8</sup> Вместо термина «сегмент» можно было бы также использовать термин «субполе», но он в дальнейшем будет использован в другом значении.

<sup>9</sup> Информация о том, как конкретные участники рынка определяют его границы, может быть весьма значимой. Однако она не представляет собой социологического определения рынка. Многие эмпирические исследования в области социологии рынков склонны некритически перенимать повседневные определения рынка, которыми руководствуются в своей практике изучаемые агенты. Как правило, таковыми оказываются определения в терминах отрасли. Б. Уцци, например, изучает сетевые связи на рынке женской одежды по данным, предоставленным профсоюзом работников этой индустрии [Uzzi 1996: 685]. Определением рынка в этой работе автоматически становится рабочее определение данного профсоюза. Между тем такие определения нельзя принимать на веру – исследовательская задача состоит в том, чтобы выяснить, как они возникают и какую роль играют.

операционализацию: «Все фирмы исходят из собственной структуры издержек и вынуждены в рамках одной и той же кривой  $W(y)$  искать собственную, отличную от других, нишу  $y(n)$ ; эта ниша, кроме того, удовлетворяет покупателя, составляя для него одинаковую с другими предложениями ценность покупки» [White 1981: 524]. Основная идея Уайта состоит в том, что рынок формируется путем *взаимодействия и взаимоконтроля*, осуществляемых между фирмами. Кривая  $W(y)$  представляет собой группу продавцов, описываемую функциональной зависимостью прибыли от объема производства (при том, что  $y(n)$  – зависимость объема производства от качества товара). Речь следует вести именно о группе, а не о совокупности продавцов, поскольку ключевым для анализа является социальное взаимодействие в рамках этой группы. Кривая  $W(y)$  является результатом этого взаимодействия.

С помощью такого определения рынка удастся вынести за скобки поведение покупателей. Очевидно, что группа продавцов соотносится с этим поведением, однако делает это в том смысле, в котором всякая социальная группа соотносится с другими группами и внешними наблюдателями. Одновременно удастся проблематизировать взаимодействие между агентами предложения и представить в качестве объекта изучения те смысловые структуры, которыми они оперируют.

Взаимодействие, таким образом, становится для экономико-социологического подхода сущностной характеристикой рынка. Выше мы уже опирались на это понятие, выделяя сегмент феноменального поля, релевантный для анализа рынка. Взаимодействие (*Wechselwirkung*) – основополагающее понятие социологии Г. Зиммеля. Зиммель обосновывает понятие «общества» через эмпирически наблюдаемое взаимодействие отдельных индивидов<sup>10</sup>. Социология обнаруживает свой предмет там, где в результате взаимодействия возникает «объективное образование, которое обладает известной независимостью от отдельных участвующих в нем личностей» [Зиммель 1996: 317].

На социологическую значимость рыночного взаимодействия обращает внимание и М. Аболафия. Он подчеркивает, что во взаимодействии проявляется культурная специфика рынка [Аболафия 2003: 63]. Ролевой набор и нормативный комплекс, характеризующие данный рынок, раскрываются именно через взаимодействие – не через сам факт взаимодействия, но через его содержание.

В рамках перспективы, обрисованной Уайтом, выполнена значительная часть исследований в области социологии рынков. Несомненным достоинством этого направления стало то, что в его рамках удалось описать поведение фирм как социальное взаимодействие, что имеет значение как для межорганизационных связей, так и для поведения внутри организации. Значительное влияние на такую постановку вопроса оказала также популяционная экология М. Хэннена и Дж. Фримена, которым удалось представить организационное поведение как ориентированное на конкурирующих агентов [Hannan, Freeman 1989].

К сожалению, нельзя сказать, что понятие «взаимодействия» позволяет решить все проблемы, возникающие при построении определения рынка. «Взаимодействие» оказывается на поверку столь же неопределенным термином, как и «обмен». Это признает и сам Зиммель. Утверждая, что «взаимодействие» – это понятие более широкое, а «обмен» – более узкое», он вынужден согласиться с тем, что «в человеческих взаимодействиях первое в подавляющем большинстве случаев выступает в таких формах, которые позволяют рассматривать его как обмен» [Зиммель 1999: 351–352]. Выше мы отказались от определения

---

<sup>10</sup> Подход Уайта в решающих пунктах перекликается с теоретической логикой Зиммеля: рынок представляет собой не просто множество индивидов (продавцов), но регулярное взаимодействие, превращающее их в социальную группу. Поэтому для Уайта, как и для Зиммеля, особое значение приобретает самоидентификация группы в отношении других групп (межгрупповое взаимодействие).

рынка через обмен в поисках реального феноменального содержания – не означает ли это, что взаимодействие, как «более широкое понятие», должно быть отброшено *a limine*?

Таким образом, мы вплотную подошли к следующему вопросу: можно ли сформулировать некоторое общее понятие о рынке, которое позволило бы учитывать конкретное феноменальное содержание во всем разнообразии, присущем различным типам рынков? Этот вопрос является ключевым для экономико-социологического анализа, стремящегося противопоставить формализму экономических определений исследование содержания процессов, происходящих на рынке. Однако ответ на этот вопрос потребовал бы методологического анализа сущности экономико-социологического подхода, а это увело бы нас от задач, поставленных в рамках данной работы. Поэтому сейчас мы можем зафиксировать проблему и оставить ее для дальнейшего исследования, а вместо этого обратиться к более операциональным вопросам.

Наиболее актуальные среди них состоят в том, как узнать, является ли наблюдаемый объект рынком и где находятся границы рынка. Для решения этих вопросов мы используем понятие «взаимодействия», обосновывая свой выбор необходимостью не ограничиваться различными аспектами материального обмена, происходящего между участниками рынка, но изучить смысловую структуру, в связи с которой рынок получает статус объективной реальности. Напомним, что такой подход обязывает нас считаться с представлениями и определениями рынка, существующими у его участников, коль скоро мы ставим целью описать их восприятие рынка.

В таком случае ключевое значение приобретает вопрос о том, как можно обнаружить рыночное взаимодействие. В соответствии с принятым подходом следует взять за отправную точку регулярные взаимодействия между индивидами, считающими себя участниками рынка, и присовокупить сюда взаимодействия, оказывающие на них влияние. Тогда рынок окажется тем самым «объективным образованием», которое производится рыночным взаимодействием. Такое определение позволяет, с одной стороны, сохранять связь с повседневным восприятием рынка его участниками (и с повседневным употреблением слова «рынок»), а с другой – не ограничиваться этими бытовыми определениями, но определять границы рынка на основании релевантных факторов.

Регулярное взаимодействие формирует смысловой блок, непосредственно указывающий на ту часть деятельности индивидов, которая значима для социологии рынков. Рынок, таким образом, определяется социологически как продукт рыночного взаимодействия, и регулярность этого взаимодействия гарантирует объективно значимую роль рынка для его участников. Именно таким образом рынок из научной абстракции превращается в наполненный конкретным содержанием феномен.

Из предложенного определения очевидным образом вытекает, что совокупность взаимодействий, участники которых не считают себя участниками рынка, *нельзя* назвать рынком. И напротив, в рыночные взаимодействия могут быть вовлечены *не только* те индивиды, которые считают себя участниками рынка. Так, жена бизнесмена не является участником рынка, если и поскольку она не осознает себя таковым и не оказывает значимого влияния на деятельность мужа. Если же она начинает принимать активное участие в рыночных взаимодействиях, в которые вступает муж, она вовлекается в рыночное взаимодействие и становится участником рынка независимо от того, осознает ли она себя таковым. Иными словами, граница между «рыночным» и «семейным» (а также «дружеским», «досуговым» и т.д.) является подвижной. Попытка определить такую границу «раз и навсегда» вычеркивала бы из области исследования феномены, которые *могут* обладать безусловной значимостью для участников рынка в связи с рыночным взаимодействием, в которое они вовлечены.

Красноречивым примером подвижности границ рынка служат этнические предприятия, где дифференциации между семейной жизнью и бизнесом может вообще не существовать.

Деловые и родственные контакты настолько тесно переплетены, что события семейной жизни не могут не оказывать влияния на бизнес. Рыночные и семейные взаимодействия могут смешиваться как через рекрутирование работников из числа родственников, так и через взаимное кредитование в родственных сетях. Исследования показывают, что на стадии организации предприятий родственные отношения и этническая общность вообще играют ключевую роль при подборе компаньонов и инвесторов (речь идет не только о специфических сегментах этнического предпринимательства) [Ruef, Aldrich, Carter 2003]. Таким образом, окончательной дифференциации хозяйственной жизни от семейной в западном капитализме так и не произошло. Домашнее, примордиальное и экономическое по-прежнему пересекаются, и потому формируемый рыночным взаимодействием смысловой блок не может быть четко отделен от других смысловых блоков, значимых для участников рыночного взаимодействия.

Оказывается, что рынок, как правило, не может быть определен однозначно – его границы задаются тем уровнем влияния, который исследователь считает необходимым учесть. Операциональный подход к определению рынка должен состоять в том, чтобы сначала выделить отправной пункт – взаимодействие, исходя из которого будет определяться рынок, а затем включить в анализ все значимые, по мнению исследователя, влияния. Границы рынка не только зависят от интересующих исследователя влияний, но и объективно являются нечеткими и подверженными изменению (далее этот вопрос будет рассмотрен более подробно).

«Хорошо различимые группировки производителей» [White 1981: 543] дают реперную точку для определения рынка. Но, полагая, что этими группами исчерпывается весь рынок, Уайт ставит неоправданно жесткие концептуальные ограничения. В этой связи можно выдвинуть, по крайней мере, два возражения.

Во-первых, в рыночное взаимодействие на регулярной основе включены не только производители. За пределами рынка, представленного группой фирм, оказались весьма значимые для поведения агентов предложения факторы. Важнейшим из них является деятельность государства, которое выступает в качестве конструктора, конфигуратора и неравноправного участника взаимодействия между агентами предложения [Блок 2004]. В отдельных случаях важную роль могут играть крупные покупатели, в других – дистрибьюторы, в третьих – профсоюзы и т.д. Следует уточнить, в каких терминах должны описываться эти аспекты взаимодействия.

Во-вторых, в действительности не всегда можно обнаружить отчетливые группировки производителей. Например, в случае рынка ценных бумаг наблюдается регулярное взаимодействие, которое по смыслу соотносено с рынком. Однако в ходе исследования трейдеров определить одних агентов как продавцов, а других – как покупателей невозможно<sup>11</sup>.

Иными словами, следует признать и обозначить на теоретическом уровне разнообразие рынков. Рынки могут структурироваться совершенно различными способами, и, хотя определение Уайта может быть удовлетворительным в качестве отправной точки для анализа большинства рынков, формы рыночного взаимодействия могут варьироваться. Задача

---

<sup>11</sup> Аболафия указывает на то, что в принципе возможны различные основания для конструирования устойчивого взаимодействия: «Группы, образованные на основе сегментации данного рынка, его региональной принадлежности или по принципу отнесения их членов к продавцам или покупателям, конкурируют между собой за возможность формировать рыночную культуру» [Аболафия 2003: 70]. К. Кнорп-Цетина и У. Брюггер оценивают наблюдаемый ими рынок еще более категорично: «Рынки... не сводимы к конкретным группам игроков» [Кнорп-Цетина, Брюггер 2004: 454].

состоит в том, чтобы сконструировать такой подход, который позволял бы учесть эти вариации. Для этого потребуется объяснить, каким образом получается, что в одних случаях рынок включает один ролевой набор, а в других – другой. Иначе говоря, следует объяснить, как возможно принципиальное разнообразие рынков, из-за которого всякое формальное определение рынка оказывается лишь приблизительным. Для этого мы вновь обратимся к теории полей.

### **Теория полей в экономической социологии**

Существующие в экономической социологии попытки концептуализировать рынки как поля имеют общие теоретические истоки, что сближает содержательные ядра этих теорий. Все они так или иначе наследуют гештальт-психологии и ее стремлению трактовать отношения индивида с окружающим миром как структуру феноменального поля [Martin 2003]. Тем не менее разные авторы по-разному понимают действие поля и указывают его границы.

Теория полей имеет полное право считаться междисциплинарной – будучи заимствованной из физики гештальтистами для решения исходно психофизиологических проблем, она повлияла на самые различные гуманитарные науки. Заслуга полноценного импорта теории полей в социологию принадлежит П. Бурдьё, хотя ранее попытки такого рода предпринимались немецкими социологами [Martin 2003: 20]. Бурдьё выделяет множество полей, которые, тем не менее, изоморфны: «несмотря на все свои различия, поле политики, поле философии или религии имеют инвариантные законы функционирования» [Бурдьё (предпубликация)]. В полях отношения неравенства не возникают, но только воплощаются, и в связи с этим некорректно искать в отдельных полях характерные для них системы неравенства и обуславливающие их факторы. На самом деле поля являются вариантами репрезентации одних и тех же отношений неравенства.

Фактически для Бурдьё поле представляет собой место бытования структуры и в этом смысле является вторичным по отношению к структуре понятием. В полях структура реализуется и может быть наблюдаема, они являются проекциями структуры. В качестве одной из таких проекций Бурдьё рассматривает экономическое поле. «Агенты (предприятия), определенные по объему и структуре имеющегося у них капитала, детерминируют структуру поля и тем самым состояние сил, воздействующих на совокупность предприятий (обычно называемую сектором или отраслью), включенных в производство сходных благ» [Бурдьё 2005: 137].

Под экономическим полем Бурдьё понимает не поле циркуляции экономического капитала (поскольку для данного поля релевантны различные формы капитала, которые подлежат взаимной конвертации), но, скорее, рынок. Указывая на чрезвычайно абстрактный статус рынка в экономической теории, он, тем не менее, использует понятие рынка в своих рассуждениях. Так, позиция в поле отождествляется с долей рынка [Там же: 149], а влияние на эту долю могут оказывать различные виды капитала [Там же: 139]. Если вернуться к концептуализации рынка как социального взаимодействия, можно согласиться с тем, что под позицией в поле здесь понимается позиция на рынке.

В таком случае полезным будет ввести понятие «измерения рынка» [dimensions of market]<sup>12</sup> для того, чтобы обозначить распределение того или иного вида капитала. Выгодная позиция на рынке может достигаться за счет различных видов капитала. Следовательно, хотя отдельные измерения и изоморфны друг другу, распределения капиталов в них никогда не совпадают. Распределения капиталов различаются на величину издержек на конвертацию капиталов – если бы этот процесс не предполагал издержек, структуру капиталов в разных измерениях можно было бы моментально привести к общему виду, который и зафиксировал бы отношения неравенства в данном поле (на данном рынке).

Такой подход предполагает, что в качестве видов капитала могут рассматриваться ресурсы, значимые для борьбы за позиции на конкретном рынке. В этой связи отождествлять поля (или «субполя») с отраслями или секторами экономики, как это делает Бурдьё, представляется необоснованным. Тем самым не только не учитывается структура восприятия рынка его участниками, но снова производится овеществление научного понятия – на этот раз понятия экономической статистики. Отрасль или сектор могут не образовывать никакого поля (в установленном нами феноменологическом смысле) или, наоборот, включать в себя множество полей.

Бурдьё, таким образом, не решает задачу определения рынка (как и экономического поля), но позволяет соотнести властные отношения, существующие на рынке, с восприятием рынка индивидом. Формальное определение рынка, данное Уайтом, понимает все рынки как однообразные группировки производителей в силу того, что не учитывает структурного принуждения, существующего на рынке [Бурдьё 2005: 156–157]. Взаимодействие участников рынка состоит не просто в их наблюдении друг за другом. Эффект этого взаимодействия неравных партнеров состоит в изменении восприятия рынка самими партнерами, в навязывании определений рынка более сильными участниками – более слабым. В ходе этой борьбы за определение рынка структура поля усваивается его участниками, и именно поэтому воспроизводится. Рынок становится *культурным* (а значит, разнообразным) феноменом за счет различных исходов борьбы за навязывание восприятия поля, за определение того, что является данным рынком и где находятся его границы.

Подход Бурдьё развивает Н. Флигстин, который уже недвусмысленно отождествляет рынок с полем. Согласно Флигстину, рынки – это поля, которые «включают в себя коллективных акторов, пытающихся создать систему господства в данном пространстве. Для этого требуется производство локальной культуры, определяющей локальные социальные отношения между акторами» [Fligstein 2001: 15]. Борьба на рынке представляет собой борьбу за навязывание основных принципов того, как должны строиться взаимоотношения между его ключевыми участниками. Если у Уайта конкуренция между участниками рынка сводилась к наблюдению друг за другом, то здесь участники выбирают куда более продуктивную стратегию, стремясь выстроить «под себя» локальную культуру. Тем самым обеспечивается ситуация, в которой слежка за конкурентами будет просто не нужна – конкуренты сами будут вести себя исходя из структур восприятия, навязанных господствующими участниками рынка.

---

<sup>12</sup> В некоторых случаях Бурдьё называет «полями» то, что здесь мы называем «измерениями» [Bourdieu 1979: 126–127]. Там же Бурдьё подразумевает под рынком любое поле.

Виновником этой терминологической путаницы является структурализм Бурдьё. Предпосылка об универсальности структуры и множественности ее воплощений делает для Бурдьё по большому счету безразличным, что именно называть полем, – изоморфная сущность структуры всегда будет сохраняться. Для наших целей, однако, такое безразличие к терминам недопустимо.

Согласно Флигстину, эта символическая борьба за формирование культуры рынка представляет собой навязывание концепции контроля. Концепции контроля представляют собой «и интерпретации, которые структурируют *восприятия* того, как работает рынок, и позволяют акторам интерпретировать свой мир, и реальные социальные отношения, которые создают этот мир» [Fligstein 2001: 70; курсив мой. – Г.Ю.]<sup>13</sup>. В этом определении отражено изоморфное свойство структуры: реальные соотношения сил соответствуют воспринимаемым. Структуралистский подход отрицает наличие причинно-следственной связи между этими явлениями – структура реальная и структура воспринимаемая суть одно и то же<sup>14</sup>.

Флигстин предпринимает попытку интегрировать в эту схему влияние государства на рынок. Однако здесь он, по-видимому, оказывается заложником институционального подхода, к которому предпочитает обращаться при анализе воздействия государства. Государство Флигстин понимает как набор полей, в которых оно осуществляет политику, навязывая формальные правила и стимулируя тем самым возникновение неформальных. При этом политически ориентированные акторы оказываются вне поля государства [Fligstein 2001: 16, 87].

Такая концептуализация идет вразрез с данным самим Флигстином определением рынков как полей. Если объектом анализа является поле, в котором идет борьба за власть, то неправомерно представлять государство как нечто внешнее по отношению к этому полю. Кроме того, для данного подхода вообще неприемлемо оперировать понятием государства как единого агента. Агенты различных органов власти не просто вмешиваются в функционирование рынка, а являются его полноправными участниками, а их роль вовсе не ограничивается предложением формальных правил и мониторингом их исполнения. На основании проведенного эмпирического исследования коммерческой деятельности предприятий Радаев делает следующий вывод: «представлять государственную бюрократию как нечто противостоящее рынку или подавляющее рынок – думаем, принципиально неверно» [Радаев 1998: 94]. При этом он предостерегает также и от того, чтобы представлять поведение чиновников как чисто экономических агентов. Следует добавить, что и интерпретация в терминах теории бюрократических рынков также была бы некорректной, поскольку уводила бы от изучения рынка, изначально выбранного в качестве объекта.

Таким образом, представление деятельности агентов государства как внешних по отношению к полю неправомерно<sup>15</sup>. При этом в поле, очевидно, могут находиться не только агенты предложения и агенты власти, но и другие субъекты. Например, несмотря на признававшуюся целесообразность в целом исключить из поля агентов спроса, в целом ряде ситуаций они все же могут быть участниками поля. Более того, они могут даже оказывать на него большое влияние и навязывать остальным участникам собственные концепции контроля – например, в ситуации, когда на одного покупателя приходится большая часть объемов продаж ряда фирм в поле.

Эти ключевые аспекты оказываются неучтенными, в частности, в рассуждениях Флигстина о возникновении концепций контроля и институтов рынка. С одной стороны, предпосылка о том, что новые рынки происходят из стремления фирм дифференцировать продукцию, заставляет его предположить, что концепции контроля перенимаются новыми рынками от

---

<sup>13</sup> Ср. у Бурдые: «Главенствующее предприятие ...способно навязать наиболее благоприятные для собственных интересов представления о принятых манерах играть и сами правила игры, а следовательно, участия в игре и ее продолжения» [Бурдые 2005: 48].

<sup>14</sup> Особенность общей теории полей также состоит в переосмыслении причинности и признании существования эффектов, порождаемых собственно полем, а не отдельными элементами [Martin 2003: *passim*].

<sup>15</sup> Интересно, что Бурдые использует оппозицию «рынок / государство» столь же неконсистентно по отношению к теории полей [Бурдые 2005: 152].

«соседних»; с другой – проблема объяснения уже существующих институтов и концепций контроля вынуждает указать на то, что ключевым является «момент входа в капитализм» [Fligstein 2001: 78, 87]. Между тем признание агентов государства в качестве полноправных участников поля помогло бы связать возникшие на нем концепции контроля с теми, что уже реализовывались его участниками на других полях до «входа в капитализм», если о таком явлении вообще правомерно вести речь.

Проблемы, которые обнаруживаются при рассмотрении теории Флигстина, вызваны тем, что, излагая теорию полей, он, тем не менее, склонен оперировать представлением о рынке, предложенным Уайтом. Это представление характеризуется чрезвычайной узостью и не дает возможности адекватно оценить те взаимодействия, которые происходят между рыночными агентами. Концентрация на отношениях между продавцами не уделяет внимания другим агентам, которые являются полноправными участниками рыночных процессов.

Этот изъян отсутствует в трактовке поля, предложенной У. Пауэллом и П. Димаджио. В 1983 г., когда сюжет социологического анализа рынка еще не был столь актуален, Пауэлл и ДиМаджио дали определение «организационного поля», которое было призвано расширить контекст исследования: «под организационным полем мы понимаем те организации, которые в совокупности составляют сферу институциональной жизни: ключевые поставщики, потребители ресурсов и товаров, регулирующие организации и другие организации, производящие сходные услуги или товары» [DiMaggio, Powell 1983: 148]. Такой набор агентов сближает данное определение с искомым нами определением рынка. Исходя из этого определения авторы развивают теорию институционального изоморфизма, призванную объяснить копирование институтов в среде предприятий. Поскольку существуют различные виды изоморфизма, можно зафиксировать влияние различных организаций на поле: помимо подражания конкурентам и принуждения с их стороны, изоморфизм может вызываться действиями агентов государства, различными бюрократическими учреждениями, а также образовательными заведениями, чьи стандарты становятся нормами поведения.

Теория Пауэлла и ДиМаджио во многом перекликается со структуралистским подходом к полю, поскольку также делает акцент на изоморфных свойствах полей. Однако она забывает уточнить, каким образом следует подходить к операциональному определению поля. «Структурирование» поля начинается с «расширения взаимодействия между организациями в поле» [Там же], из чего парадоксальным образом следует, что к моменту начала структурирования поле с организациями в нем уже существует (и, очевидно, как-то структурировано). Поскольку круг участников поля исходно шире того, что предлагает Уайт, непонятно, на каких основаниях следует фиксировать наличие поля и его границы.

Сами по себе механизмы институционального изоморфизма тоже вряд ли помогут обнаружить пределы поля. Принудительный изоморфизм (одним из источников которого является регламентация со стороны государства), а также нормативный изоморфизм (обусловленный нормативными стандартами образовательных учреждений) обычно обнаруживаются не на конкретных рынках, а, скорее, в отраслях и секторах<sup>16</sup>. Что же касается простого подражания, то источником перенимаемых институтов могут быть соседние организационные поля, что окончательно размывает определение поля. В конечном счете остается неясным: то ли изоморфизм означает перетекание институтов из соседних полей, то ли внутри одного поля. Таким образом, концепция Пауэлла и ДиМаджио представляется более перспективной в том, что касается определения границ рынка, однако она не дает возможности зафиксировать ядро рынка, произвести первоначальную локализацию объекта.

---

<sup>16</sup> Так, если киоски возле метро в Москве и Санкт-Петербурге вынуждены внести одинаковые изменения в организацию бизнеса из-за нового закона о технической регламентации, их все же невозможно считать принадлежащими к одному рынку.

В целом, по результатам анализа концептуализаций рынка можно разделить две операциональные трудности. С одной стороны, для того чтобы эмпирически зафиксировать рынок, требуется исходная точка, которая представляет собой ядро рынка. С другой стороны, необходимо ограничить поле таким образом, чтобы не оставить за его пределами значимые для данного рынка взаимодействия. Ни один из рассмотренных нами подходов не решает обе эти задачи. Теория Уайта позволяет предварительно локализовать рынок, однако ее формальное определение ставит рынку слишком жесткие рамки и не может уловить все разнообразие конфигураций рынков<sup>17</sup>. Подход с позиций организационного поля, наоборот, позволяет проанализировать значимые взаимодействия с поставщиками, органами власти и другими влиятельными агентами, однако оставляет открытым вопрос о том, как можно локализовать изоморфную структуру<sup>18</sup>.

Все это ставит препятствия на пути применения теории полей к рынкам. Теоретические преимущества, которые дает теория полей, видны в рассмотренных подходах: представление рынков как полей, в которых действуют отношения неравенства, дает возможность изучать структуру рынков и объяснять, каким образом эта структура детерминирует поведение участников рынка. Однако для того чтобы построить последовательную теорию, рассмотренные подходы следует подытожить и дополнить друг другом; это позволит реконцептуализировать рынки как поля.

Итак, рынок, представленный как поле, характеризуется регулярным взаимодействием между его участниками и стабильной системой отношений между ними. При этом всегда существует относительно постоянное ядро взаимодействий между участниками, наиболее прочно включенными в данный рынок. Именно вокруг этого ядра структурируется поле в целом<sup>19</sup>. В значительном числе случаев, в соответствии с определением Уайта, ядро будет составлять группировка продавцов, однако это не является обязательным условием. При этом в поле рынка могут входить и играть в нем значимую (и даже ведущую) роль агенты самого разнообразного типа, причем как отдельные индивиды, так и организации<sup>20</sup>. Это могут быть государственные служащие, госучреждения, крупные посредники, крупные покупатели, образовательные институты и т.д. Все эти агенты преследуют на рынке разные

---

<sup>17</sup> «Структура организационного поля не может быть определена a priori, но должна обнаруживаться с помощью эмпирического исследования» [DiMaggio, Powell 1983: 148].

<sup>18</sup> «Будучи местами осуществления повторяющегося взаимодействия / транзакции, рынки предполагают свои *собственные, особенные* совокупности взаимных интерпретаций» [Аболафия 2003: 63; курсив мой, перевод скорректирован. – Г.Ю.].

<sup>19</sup> Можно выдвинуть гипотезу о том, что разрушение ядра ведет к обвалу рынка и последующему образованию нового рынка (нового поля). К примеру, можно рассмотреть использование стратегии демпинга одним из продавцов на рынке. Согласно концепции Уайта, на структурированном рынке это невозможно, поскольку конкуренты предпримут ответные меры и применят санкции. Следовательно, успешный демпинг обваливает рынок не потому, что вытесняет с рынка конкурентов, но потому, что навязывает новую концепцию контроля, которая оспаривает само существование прежнего ядра рынка. Проблема конкурентов состоит не в том, что они не могут выдержать ценовую войну, но в том, что разрушены прежние концепции контроля.

<sup>20</sup> Мы не касаемся здесь различия между индивидуальными и коллективными акторами. По-видимому, оно не составляет трудности для теории полей: Бурдые представляет предприятие как самостоятельное поле [Бурдые 2005: 153–156], а Флигстин считает, что в ходе борьбы в этом внутреннем поле (спор о том, «как должна работать фирма») формируются концепции контроля, отстаиваемые организацией во внешнем поле [Fligstein 2001: 70].

интересы, однако объединяются стремлением занять наиболее выгодную позицию в поле и (что то же самое) навязать удобную им концепцию контроля. Улучшать свое положение в поле они могут за счет различных форм капитала. Соответственно этим формам существуют различные измерения рынка, позиции агентов в которых могут не совпадать. Причем символическая борьба идет за то, какой капитал будет иметь на рынке наибольшее значение и обладать наибольшей ликвидностью<sup>21</sup>. Границы поля подвижны и также являются предметом (или, по выражению Бурдьё, ставками) в символической борьбе за определение рынка.

На основании сказанного можно предложить следующее расширенное определение рынка. *Рынок является структурированным вокруг ядра, но подвижным полем регулярного взаимодействия и символической борьбы между его участниками, стремящимися улучшить свои позиции в поле через изменение концепций контроля, положения в измерениях рынка и соотношения между измерениями.* Напомним: гарантией того, что изучаемым полем является именно рынок, а не какое-либо другое поле, служит исходное определение его участников через смысловую сферу рыночного взаимодействия, в которую они включены. Данная концептуализация позволяет учесть все факторы влияния и интересы, значимые для данного рынка, проанализировать их структуру и соотношение между действующими на рынке силами. Результатом такого анализа будет являться полное (насколько это позволяет эмпирическое исследование) описание рынка, которое одновременно будет являться «законом» рынка – принципом его функционирования.

## Выводы

Наши рассуждения можно суммировать в следующих выводах.

1. Под рынком следует понимать то, что воспринимается как рынок его участниками.
2. Рынок представляет собой повторяющееся социальное взаимодействие. Следовательно, в восприятии участников этого взаимодействия существует устойчивый смысловой блок, соотносящийся с рынком.
3. Ядро рынка фиксируется в соответствии с наиболее интенсивным взаимодействием.
4. Отношения на рынке не хаотичны, но структурированы в отношениях власти и неравенства.
5. Восприятие рынка его участниками структурировано так же, как рынок.
6. Символическая борьба на рынке является борьбой за восприятие рынка, и она же представляет собой борьбу за концепции контроля.
7. Позиция на рынке может определяться наличием различных видов капитала – позицией в различных измерениях.

---

<sup>21</sup> Например, на рынке посреднических услуг по получению лицензий наиболее выгодное положение занимают чиновники, злоупотребляющие служебным положением (и, соответственно, фирмы, аффилированные с госструктурами). Очевидно, что главным ресурсом в этой ситуации является административный капитал. При этом не следует забывать о том, что сам факт первостепенного значения административного капитала есть составляющая господствующей концепции контроля. В то же время альтернативные концепции могут настаивать на либерализации процедуры лицензирования (пример взят из доклада А.Ю. Чепуренко на семинаре «Социология рынков» в ВШЭ 1 марта 2005 г.: <http://new.hse.ru/sites/ecsoclab/second/markets.aspx>).

8. Стратегия агента может быть направлена на улучшение своего положения в отдельных полях или на изменение относительной значимости полей (но в обоих случаях она остается борьбой за концепции контроля).
9. Границы рынка подвижны и включают всех, кто на данный момент оказался в состоянии утвердить свое место на рынке и свою значимость для рыночного взаимодействия.

С помощью данных тезисов можно выстроить и развивать теоретическое представление о рынке. Но, что более важно, они дают возможность построить операциональное определение рынка, которое можно использовать в эмпирическом исследовании. Такое определение не будет произвольно подобранной метафорой, но даст возможность зафиксировать рынок так, как его фиксируют его участники. В этом случае про рынок можно будет сказать, что для его участников он реально существует.

## Литература

- Аболафия М.* Рынки как культуры: этнографический подход // Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 2. С. 63–72.
- Беккер Г.* Человеческое поведение: экономический подход. М.: ГУ–ВШЭ, 2003.
- Блок Ф.* Роли государства в хозяйстве // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 569–599.
- Бурдьё П.* Некоторые свойства полей (предпубликация) / Пер. Ю. Марковой. [http://bourdieu.narod.ru/bourdieu/proprietes\\_des\\_champs.htm](http://bourdieu.narod.ru/bourdieu/proprietes_des_champs.htm)
- Бурдьё П.* Поле экономики // Социальное пространство: поля и практики. СПб.: Алетейя, 2005. С. 129–176.
- Зиммель Г.* О социальной дифференциации // Г. Зиммель. Избранное. Т. 2 (Созерцание жизни). М.: Юристъ, 1996. С. 301–465.
- Зиммель Г.* Философия денег (фрагмент) // Теория общества. М.: КАНОН-Пресс-Ц, 1999. С. 309–383.
- Кнорр-Цетина К., Брюггер У.* Рынок как объект привязанности: исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 445–470.
- Мерло-Понти М.* Феноменология восприятия. СПб.: Ювента; Наука, 1999.
- Поланьи К.* Экономика как институционально оформленный процесс // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 82–104.
- Радаев В.* Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ–ВШЭ, 2003.
- Радаев В.* Формирование новых российских рынков: транзакционные издержки, формы контроля и деловая этика. М.: Центр политических технологий, 1998.
- Роббинс Л.* Предмет экономической науки // THESIS. 1993. Вып. 1. С. 10–23. <http://ecsocman.edu.ru/thesis>
- Шюц А.* Обыденная и научная интерпретация человеческого действия // Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом / Пер. Н. Смирновой. М.: РОССПЭН, 2004. С. 7–50.
- Bourdieu P.* La distinction: Critique sociale de jugement. Paris: Les Editions de Minuit, 1979.

- Boyer R.* The variety and unequal performance of really existing markets: Farewell to doctor Pangloss? // *Contemporary Capitalism* / Ed. by J.R. Hollingsworth, R. Boyer. Cambridge: Cambridge University Press, 1998. P. 55–93.
- Cochoy F.* Another discipline for the market economy: Marketing as a performative knowledge and know-how for capitalism // *The Laws of the Markets* / Ed. by M. Callon. Oxford: Blackwell Publishers, 1998. P. 194–221.
- Demsetz H.* Economic, legal, and political dimensions of competition. Amsterdam: North Holland, 1982.
- DiMaggio P., Powell W.* The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields // *American Sociological Review*. 1983. Vol. 48. No. 2. P. 147–160.
- Fligstein N.* *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First Century Capitalist Societies*. Princeton: Princeton University Press, 2001.
- Hannan M., Freeman J.* *Organizational Ecology*. L.; Cambridge, MA: Harvard University Press, 1989.
- Martin J.L.* What is field theory? // *American Journal of Sociology*. 2003. Vol. 109. No. 1. P. 1–49.
- Rosenbaum E.* What is a market? / Frankfurt Institute for Transformation Studies. Discussion papers. 1998. No. 1.
- Ruef M., Aldrich H., Carter N.* The structure of founding teams: Homophily, strong ties, and isolation among U.S. entrepreneurs // *American Sociological Review*. 2003. Vol. 68. No. 2. P. 195–222.
- Swedberg R., Granovetter M.* Introduction // *The Sociology of Economic Life* / Ed. by M. Granovetter, R. Swedberg. Oxford: Westview Press, 1992. P. 1–28.
- 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.
- White H.* Where do markets come from? // *American Journal of Sociology*. 1981. Vol. 87. No. 3. P. 517–547.

## Новые переводы

### РИСКИ РЫНКА: ПРОДОЛЖЕНИЕ И РАЗРЫВ МЕЖОРГАНИЗАЦИОННЫХ РЫНОЧНЫХ СВЯЗЕЙ<sup>1</sup>

Уэйн Е. Бейкер

Мичиганский университет

Роберт Р. Фолкнер

Университет Массачусетса

Джин А. Фишер

Университет Массачусетса

Перевод З.В. Котельниковой

Научное редактирование – М.С. Добряковой, В.В. Радаева

*Окончание. Начало см. в Т. 7. № 3*

**Контрольная переменная.** Макроэкономические условия могут также повлиять на динамику клиентско-агентских отношений. Например, в тяжелый экономический период клиент, вероятнее всего, урежет свой рекламный бюджет и порвет отношения с рекламными агентствами. Поэтому в качестве контрольной переменной мы используем динамику ВВП (внутренний валовой продукт).

## ДАННЫЕ, ИЗМЕРЕНИЕ И МЕТОДЫ АНАЛИЗА

Чтобы обеспечить теоретическую преемственность и в изучении рынков профессиональных услуг использовать наработки исследований отношений между клиентом и аудитором [Seabright et al. 1992; Levinthal, Fichman 1988], мы рассматриваем иную область – рынок рекламных услуг. Рынки аудиторов и рекламных агентств, а также выполняемые ими задачи имеют важные общие характеристики.

1. На обоих рынках действует множество крупных и мелких продавцов и покупателей.
2. Отношения с клиентами, как правило, длятся несколько лет (в отличие, например, от разовых и краткосрочных сделок в сфере инвестиционных банков).
3. Выполняемые задачи комплексны и выполняются под конкретного заказчика.
4. «Производственный процесс» скорее непрерывный, нежели дискретный (опять же, в отличие от краткосрочных сделок в сфере инвестиционных банков).
5. Множество потребителей (как сотрудники организации-заказчика, так и внешние по отношению к ней) придирчиво изучают и интерпретируют «товары» – итоги аудиторской проверки и рекламную продукцию.

Ключевое различие этих двух сфер состоит в том, что для аудиторов диады – это единственно допустимая конфигурация связей («моногамия»), а у рекламных агентств существует полный набор структурных возможностей («полигамия»).

---

<sup>1</sup> **Источник:** Baker W.E., Faulkner R.R., Fisher G.A. Hazards of the Market: The Continuity and Dissolution of Interorganizational Market Relationships // American Sociological Review. 1998. Vol. 63 (April). P. 147–177.

## Выборка

Единицей наблюдения является связь между клиентом и агентом в тот или иной год. Формирование выборки рыночных связей проходило в несколько стадий. Сначала из базы статистических данных (Computstat Datafile) о 1963 компаниях за 1985 г. (соответствующий середине изучаемого нами периода времени) мы произвели механическую выборку клиентских компаний, рыночная стоимость которых составляет 50 млн. долл. и выше. Далее, вдобавок, основываясь на данных Справочника для рекламодателей издательства «National Register Publishing» (на профессиональном жаргоне он называется «Redbook»), мы повысили долю отобранных компаний, интенсивно размещающих свою рекламу. Объем итоговой выборки – 398 компаний (20,3% нашей генеральной совокупности). В этой выборке (по сравнению с первичной механической) возросла точность значений переменных, описывающих влияние характеристик компании (например, финансовый статус, число сотрудников, объем продаж), при этом не произошло смещения значений этих коэффициентов.

Затем, снова используя данные «Redbook», мы отобрали все агентства, с которыми эти 398 компаний сотрудничали в 1971, 1973 и так далее до 1993 г. включительно. Общее число агентств составило 1644.

## Измерение и переменные

**Зависимая переменная.** *Разрыв рыночной связи* представлен дихотомической переменной, которая фиксирует, сохранилась ли в момент времени  $t + 1$  связь между клиентом и продавцом (рекламным агентством), которая существовала в момент времени  $t$  (где 1 – связь прервана; 0 – связь сохранена). *Под разрывом рыночной связи мы понимаем полностью прерванную связь.* Мы не фиксируем разрыв, если связь просто ослабляется (скажем, агентство теряет один из множества заказов клиента). Например, с 1985 по 1987 г. компания «Coca-Cola» полностью прекратила отношения только с одним рекламным агентством – «McDonald & Little» (см. табл. 1).

**Измерение конкуренции.** *Соперничество* измеряется как 1) число рекламных агентств, с которыми сотрудничает клиент; 2) индекс концентрации Херфинделя (распределение заказов между агентствами) и 3) дамми-переменная, если клиент пользуется услугами одного агентства, – все в момент времени  $t$ . Чтобы упростить сравнение компаний, различающихся по числу агентств, с которыми они сотрудничают, мы преобразовали шкалу индекса Херфинделя так, чтобы ее нижняя граница соответствовала 0, а верхняя – 1. Индекс Херфинделя ( $H$ ) для компании  $j$  рассчитывается по формуле  $\sum(s_i^2)$ , где  $s_i$  – это доля заказов, размещенных компанией  $j$  у агентства  $i$ . Индекс принимает максимальное значение, равное 1, все заказы компании выполняются одним рекламным агентством. Если же все заказы компании  $j$  равномерно распределены между количеством агентств  $k$ , то индекс Херфинделя минимален ( $1/k$ ). Соответственно индекс концентрации  $C$  вычисляется по формуле:

$$C = (H - 1/k) / (1 - 1/k) \quad (1)$$

Если компания пользуется услугами одного агентства, то значение  $C$  неопределенно и считается равным 0; наличие одного агентства фиксирует дамми-переменная.

Показателями *рыночной структуры* являются соотношение количества продавцов и покупателей, а также два коэффициента централизации сети – все в момент времени  $t$ . Число продавцов – это общее количество рекламных агентств в США в каждом году изучаемого нами периода (по данным Переписи предприятий сферы услуг [US Bureau of the Census, various years]). Число покупателей – общее количество рекламодателей, приобретающих рекламную продукцию минимум на 70 тыс. долл. в год (по данным «Redbook»). Это больше,

чем число рекламодателей в нашей выборке, позволит нам описать структурную конкуренцию, характерную для всего рынка, на котором действуют наблюдаемые компании. Анализируя централизацию сети покупателей и сети продавцов, мы используем метод расчета коэффициентов центрированности двумодальной сети для групповой и индивидуальной центрированности [Bonacich 1991]. Следуя тезису Ф. Бонасича о межличностной коммуникации, мы измеряем централизацию сети как максимальное значение ее центрированности в каждом году.

**Измерение властных отношений.** Индикаторами *власти клиента* являются потребность в ресурсах, размер организации, финансовый статус, центральность позиции в сети и субъективная оценка эффективности рекламных акций (изменение объема продаж). *Потребность в ресурсах* измеряется как изменение числа различных двузначных кодов стандартной отраслевой классификации (SIC) между моментами времени  $t$  и  $t + 1$  и индекса качественных изменений (IQV) двузначных кодов SIC между моментами времени  $t$  и  $t + 1$ . Индекс IQV обратен индексу концентрации Херфиндаля и стандартизирует его: максимальное значение становится равным 1, а минимальное 0 [Bohnstedt, Knoke 1982: 76]. Высокое значение индекса IQV указывает на высокую диверсификацию заказов компании. *Размер организации* клиента рассчитывается как логарифм числа сотрудников компании (в тысячах человек) в момент времени  $t$ . *Финансовый статус* измеряется индексом, полученным в результате факторного анализа четырех показателей: дивидендов с акции, логарифма рыночной стоимости компании, логарифма соотношения заемного и собственного капиталов и соотношения дохода и цены на одну акцию. *Центральность позиции* измеряется на основе метода, предложенного Ф. Бонасичем для двумодальной сети [Bonacich 1991]<sup>2</sup>. *Субъективная оценка эффективности рекламы* представлена изменением логарифма объема продаж клиента (в млн. долл.) между моментами времени  $t$  и  $t + 1$ .

Индикаторами *власти агентства*, работающего в сфере профессиональных услуг (таких, как реклама, инвестиционные банки, аудит и др.), выступают социальный статус и доступ к информации. В качестве показателя «статуса» и качества продукции и услуг обычно используют открытые рейтинги. Соответственно мы тоже измеряем *социальный статус* как ранг позиции, занимаемой агентством на рынке рекламных услуг в момент времени  $t$ . Рейтинги публикуются ежегодно в журнале «Advertising Age», ранг определяется как отношение общей стоимости заказов агентства к общему числу его клиентов. Мы отобрали первые 200 агентств в рейтинге, соответственно в нашей кодировке первому агентству присвоен код 200, второму – 199, и т.д.; агентствам, которые не вошли в число первых 200, присваивался код 0. Статус измеряется также как количество клиентов у агентства (рассчитанное на основе связей, зафиксированных в нашей выборке) в момент времени  $t$ . Количество клиентов взвешено по объему продаж: агентству, которое сотрудничает с небольшим числом крупных клиентов (большой объем продаж), мы приписываем более высокий статус по сравнению с агентством, которое сотрудничает с большим числом мелких клиентов (небольшой объем продаж). *Доступ к информации* измеряется как центральность позиции агентства в момент времени  $t$ , рассчитываемая по методу

---

<sup>2</sup> Рассчитанный таким способом коэффициент центральности сильно коррелирует с размером сети (т.е. количеством клиентов). Чтобы сгладить влияние размера сети, коэффициент центральности корректируется по числу клиентов каждой сети; скорректированный коэффициент центральности вычисляется по формуле:

*Центральность* –  $b \times$  Число клиентов, где  $b$  – это регрессионный коэффициент.

Данная процедура позволяет измерять центрированность независимо от размера сети. Для вычисления показателей индивидуальной центральности и централизации сети мы использовали скорректированные коэффициенты центральности позиций клиента и агентства.

Ф. Бонасича для двумодальной сети [Bonacich 1991], скорректированная по размеру сети (см. сноску 2).

**Измерение институционального принуждения.** Под институциональным принуждением мы понимаем давление общего изоморфизма и социальную укорененность. *Давление общего изоморфизма* представлено двумя дамми-переменными: первая фиксирует, заканчивается ли период риска разрыва рыночной связи (т.е. период между моментами времени  $t$  и  $t + 1$ ) в 1970-е гг.; вторая – в 1990-е гг. Социальная укорененность представлена индивидуальными и структурными привязанностями. Показателями *индивидуальных привязанностей* являются: уход руководителя высшего звена в период, когда связь подвержена риску разрыва; появление нового руководителя высшего звена в этот же период; а также наличие собственного (внутрифирменного) рекламного агентства в момент времени  $t$ . К руководителям высшего звена мы относим должности председателя совета директоров, исполнительного директора, президента, финансового директора. На основе данных Справочника компаний, публикуемого агентством «Standard and Poor's» (Standard and Poor's Directory of Corporations), мы проследили имена и должности руководителей каждой компании при переходе от одного периода к другому. Если руководитель пришел в компанию в момент времени  $t$  (а не  $t + 1$ ), то для периода  $t + 1$  его уход кодировался как 1. Если руководитель пришел в компанию в момент времени  $t + 1$  (а не  $t$ ), то его приход кодировался как 1. Таким образом мы фиксировали уход и приход топ-менеджеров компании. Показателем *структурной привязанности* выступает сохранение связи между клиентом и агентом и квадрат ее длительности до момента времени  $t$ . Структурная привязанность измеряется как корень квадратный из среднего значения квадрата разницы «распределения заказов» между моментами времени  $t - 1$  и  $t$  по следующей формуле:

$$\sum(A_t - A_{t-1})^2 / N \quad (2)$$

где  $A$  – это число заказов, а  $N$  – число агентств (примеры см. в табл. 1). Чтобы соблюсти последовательность шагов в истории распределения заказов клиента, мы измеряем стабильность распределения заказов в интервале, *предшествующем* периоду риска разрыва рыночной связи. Используя данные ежегодников «Слияния и поглощения» («Mergers and Acquisitions»), мы сконструировали две дамми-переменные. Первая фиксирует, захватывал ли клиент какую-нибудь компанию, а вторая – становился ли клиент объектом поглощения в период времени между  $t$  и  $t + 1$ .

**Контрольная переменная.** Динамика ВВП (валовой внутренний продукт) является контрольной переменной экономических изменений. Объем ВВП приводится в долларах 1987 г. (по данным Бюро экономического анализа Министерства торговли США). Динамика ВВП вычисляется по формуле

$$1 - \text{Объем ВВП в момент времени } t / \text{Объем ВВП в момент времени } t - 1.$$

## Модель

Наша зависимая переменная – это разрыв рыночной связи. Под продолжительностью связи мы понимаем длину отрезка времени между моментами ее формирования и прерывания<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Связи формировались на каждом этапе изучаемого нами периода времени. Мы не предполагали, что год начала связи будет иметь влияние на риск ее разрыва; более того, наши предварительные расчеты (результаты которых здесь не представлены), включавшие дамми-переменные «год формирования связи», подтвердили, что дата начала связи действительно не имеет никакого значения. А вот период существования связи на самом деле влияет на риск разрыва рыночной связи (чтобы проверить эту гипотезу, мы использовали дамми-переменные для 1970-х гг. и 1990-х гг.).

Таким образом, мы изучаем риск разрыва сложившихся связей. Обычно модели прогнозирования выхода [failure time models] применяют, чтобы зафиксировать время до выхода (т.е. в нашем случае – до разрыва рыночной связи) или чтобы оценить риск выхода в конкретный момент времени. Время разрыва связи непрерывно, однако мы используем дискретную модель выхода, поскольку наблюдаемые нами события происходят в пределах конкретных интервалов (между моментами времени  $t$  и  $t + 1$ ).

В дискретной модели время до разрыва связи распределяется по дискретным значениям: 1, 2, 3 и т.д., и обозначает период времени, в течение которого произошел разрыв связи. Мы предполагаем, что между моментами времени  $t$  и  $t + 1$  риск является постоянной величиной, но при переходе к следующему интервалу уровень риска может измениться. Риск есть обусловленная вероятность разрыва связи, если связь не прервалась до момента времени  $t$ . По аналогии с нашей моделью пропорциональных рисков мы предполагаем, что независимые переменные оказывают мультипликативное влияние на увеличение или снижение уровня риска разрыва связи. Уровень риска для множества независимых переменных  $X_1, X_2, \dots, X_k$  выражается уравнением [Prentice, Gloeckler 1978]:

$$P_t = 1 - \exp [-\exp (\alpha 1 + \beta_1 X_{1,t} + \beta_2 X_{2,t} + \dots + \beta_k X_{k,t})] \quad (3)$$

Поскольку наши данные сгруппированы по временным интервалам, для оценки влияния независимых переменных на уровень риска мы используем модель дискретных рисков, хотя и предполагаем, что наблюдаемые события описываются моделью непрерывного времени и пропорциональных рисков. Однако мы не можем использовать последнюю (т.е. знаменитую модель пропорциональных рисков Кокса [Cox proportional hazards model]), поскольку из-за группировки данных у нас оказалось большое число связей с одинаковым периодом выхода, что может вызвать существенные смещения в значениях коэффициентов. Согласно Дж. Калбфляйшу и Р. Прентису [Kalbfleisch, Prentice 1980], если в большинстве случаев периоды выхода совпадают, то предпочтительнее использовать дискретную модель. А Р. Прентис и Л. Глоклер показывают, что для получения несмещенных значений коэффициентов в непрерывной модели пропорциональных рисков необходимо использовать вышеописанную дискретную модель [Prentice, Gloeckler 1978]. Некоторые дискретные модели рисков могут давать смещенные оценки из-за длины интервалов, в которые сгруппированы данные [Flinn, Heckman 1980; Singer, Spilerman 1976]). Например, когда интервалы группировки слишком велики, дискретная логит-модель дает смещенные значения коэффициентов, если только базовый уровень риска не варьируется от одного интервала к другому [Meurers, Hankey, Mantel 1973]. Техника, предложенная Р. Прентисом и Л. Глоклером, позволяет избежать смещения коэффициентов, связанного с определением временных интервалов, даже если интервалы большие, а исходный уровень риска зависит от времени – как и в нашем случае.

Исключение из модели переменных, связанных с уровнем риска, может привести к смещению значений коэффициентов переменных, включенных в модель, – особенно тех, которые определяют изменение риска во времени. Значения уровня риска оказываются смещенными в сторону отрицательной зависимости от продолжительности связей [Heckman, Singer 1984: 77–88]. На основе метода Мейера [Meyer 1990: eqs. 6, 7] мы корректируем нашу модель с учетом гетерогенности ненаблюдаемой дисперсии исключенных переменных, включая в модель Прентиса–Глоклера смешанное гамма-распределение, и тем самым суммируем гетерогенность отдельных ненаблюдаемых переменных. Процедура корректировки выполнена в программе STATA С. Дженкинсом [Jenkins 1995]. Как мы и ожидали, значения нескольких коэффициентов в результате изменились. Самым важным оказалось следующее: в нескорректированной модели логарифм риска разрыва связи уменьшается в линейной зависимости от продолжительности связи, в то время как в скорректированной модели логарифм риска – вогнутая квадратическая функция продолжительности связи. В скорректированной модели влияние продолжительности соответствует эффекту «медового

месяца», зафиксированного Д. Левинталем и М. Фишманом применительно к связям между клиентом и аудитором [Levinthal, Fichman 1988].

## РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА

### Основные модели эксклюзивности и лояльности

Мы обнаружили, что базовые правила обмена, регулирующие отношения между агентом и клиентом – эксклюзивное партнерство (взаимодействие с одной единственной фирмой-подрядчиком) и лояльность (режим редкой смены партнера), – характерны и для изучаемого нами период, хотя и отличаются от совершенной модели. В среднем большинство компаний (54,3%) следуют стратегии эксклюзивного партнерства, пользуясь в течение года услугами только одного агентства. Более трех четвертей (76,4%) сотрудничают с тремя и менее агентствами в годовом интервале. Только 10% сотрудничают с шестью и более агентствами в течение одного года. (Число агентств, приходящихся на одну компанию, в течение года варьируется от 1 до 59, среднее значение составляет 2,94, а стандартное отклонение – 4,11.) Большинство компаний редко меняют одно агентство на другое; в среднем, рыночная связь продолжается около 5 лет. Половина всех рыночных связей длится 4 года и более, а четверть – 8 лет и более. Примерно три четверти рыночных связей, наблюдаемых в одном периоде (момент времени  $t$ ), представлены и в следующем периоде (момент времени  $t + 1$ ). В среднем по всем рыночным связям в изучаемый период вероятность разрыва составляет примерно 0,28. (Конечно, эти простые оценки не отражают усечения слева и цензурирования наблюдений справа. Например, «реальная» продолжительность связи, скорее всего, больше.) Наша оценка средней продолжительности отношений между клиентом и агентом близка к аналогичной оценке, полученной Н. Хартом на меньшей выборке [Hart 1985]. Близка она и к среднему значению продолжительности некоторых нерыночных межорганизационных отношений, например, в случае стратегических альянсов между конкурентами [Kogut 1989].

### Причины продолжения и разрыва связей

Полученные результаты подтверждают нашу теорию о том, что продолжение и разрыв рыночных связей есть функция трех сил – конкуренции, властных отношений и институционального принуждения. (Средние значения, стандартные отклонения и корреляции приводятся в табл. 2; влияние этих трех сил на вероятность разрыва связей представлено в табл. 3.) Сначала мы отдельно опишем результаты влияния каждой рыночной силы (принимая при этом за постоянные величины две другие силы и контрольную переменную – динамику ВВП). (Обратите внимание: динамика ВВП находится в обратной зависимости с риском разрыва отношений, позволяя предположить, что клиенты склонны оставаться со своими агентствами при улучшении макроэкономических условий и расставаться с ними при ухудшении макроэкономических показателей.) Затем мы рассмотрим полученные результаты при помощи метода чувствительности модели, чтобы оценить *сравнительный* вклад каждой силы в риск разрыва связей между клиентом и агентом.

Таблица 2. Средние значения, стандартные отклонения и коэффициенты корреляции

Переменная	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		
Число агентств у клиента	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Работает с одним агентством (дамми)	-.34	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Концентрация заказов	.03	-.28	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Соотношение продавцов и покупателей	-.00	-.04	-.02	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Централизация сети покупателей	-.07	-.03	.03	-.72	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Централизация сети продавцов	-.11	.00	.04	.13	.01	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Логарифм числа сотрудников	.38	-.40	.15	.11	-.08	-.03	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Индекс финансового статуса	.24	-.21	.14	.15	-.15	-.02	.29	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Изменение финансового статуса	.00	.04	.00	-.02	.02	0.00	-.01	-.20	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Изменение логарифма объема продаж	-.12	.19	-.04	-.07	.07	.02	-.13	-.01	.03	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Изменение кодов SIC	-.02	-.02	-.02	-.09	.06	-.07	.05	-.03	-.01	.01	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Изменение IQV кодов SIC	-.07	.03	-.03	-.07	.05	.01	.31	-.03	-.02	.03	.31	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Индекс статуса агентства	-.12	-.02	.08	.05	-.05	-.02	.14	.03	-.02	-.02	.00	.01	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Характеристики клиентов агентства	-.13	-.04	.09	.13	-.01	0.00	.14	.03	-.03	-.04	-.02	-.01	.72	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Центральность позиции клиента	-.22	.10	.02	.26	-.30	.07	-.07	-.04	-.02	.03	-.11	-.06	.22	.30	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Центральность позиции агентства	.16	-.06	.02	.05	-.05	.09	.12	.05	-.02	.00	-.03	-.02	.27	.44	.35	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Собственное рекламное агентство	-.00	.09	-.05	.04	-.04	-.00	-.00	.03	-.02	.05	-.00	-.01	-.14	-.11	-.05	-.05	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Уход топ-менеджера из компании	.02	-.04	-.00	-.07	.01	-.13	.07	-.12	-.03	-.05	.01	-.00	.03	.03	.09	.04	-.02	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Приход нового топ-менеджера	.07	-.04	.00	.01	-.01	-.03	.11	-.02	-.03	-.04	-.04	.04	.03	.04	.06	.04	-.02	.01	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Продолжительность связи	-.11	.07	.01	.21	-.20	-.01	.06	.07	.03	.01	-.04	-.01	.20	.22	.15	.06	.04	.00	.03	1.00	-	-	-	-	-	-	-	-
Изменения среднеквадратического отклонения у агентств	.41	-.32	.31	.04	-.02	-.02	.23	.21	-.00	-.10	.04	-.04	.03	.02	-.15	.07	.02	-.02	-.04	-.08	1.00	-	-	-	-	-	-	-
Клиент поглощает другую компанию	.32	-.11	.05	.13	-.12	.00	.30	.13	.01	-.03	.08	.02	-.02	.00	-.16	.06	.03	-.04	.03	.03	.22	1.00	-	-	-	-	-	-
Клиент выступает объектом поглощения	.26	-.08	.03	.09	-.15	-.04	.15	.03	-.02	-.04	-.05	.01	-.01	.01	.02	.06	-.01	-.01	.10	.04	.07	.04	1.00	-	-	-	-	-
Дамми «1970-е гг.»	-.12	.06	.03	-.55	.50	.40	-.13	-.15	.01	.10	.05	.08	-.06	-.11	-.12	-.00	-.04	.02	.01	-.18	-.11	-.12	-.12	1.00	-	-	-	-
Дамми «1990-е гг.»	-.07	-.03	.01	.71	-.29	.48	.07	.07	-.02	-.05	-.07	-.02	.04	.09	.12	.08	.03	-.16	-.01	.14	.01	.07	.07	-.27	1.00	-	-	-
Изменение ВВП	-.00	.02	-.03	-.07	.17	-.69	-.02	-.04	-.00	.05	.06	-.00	-.02	-.03	-.06	-.09	-.01	.16	.03	-.05	-.02	-.03	-.06	.13	-.47	1.00	-	-
Значение среднего	8.87	.13	.06	.94	.23	.18	3.66	.26	-.00	.02	.16	.00	78.24	5.34	-.02	.01	.02	.27	.28	3.07	1.38	.29	.10	.19	.23	.02	-	-
Стандартное отклонение	8.96	.34	0.8	.17	.13	.05	1.40	0.59	.26	.10	2.40	.20	85.69	6.35	.06	.04	.15	.45	.45	2.28	1.28	.73	.39	.39	.42	.02	-	-

**Конкуренция.** Три из шести показателей конкуренции значимо влияют на продолжение и разрыв связей между клиентом и агентом (табл. 3, гипотезы К1, К3, К5). В целом, если клиент пользуется услугами нескольких рекламных агентств в момент времени  $t$  (т.е. уровень соперничества высок), то риск разрыва связи в момент времени  $t + 1$  возрастает (гипотеза К1). Если клиент придерживается стратегии эксклюзивного партнерства, то риск разрыва рыночной связи уменьшается (гипотеза К3). Аналогично, чем больше условия структурной конкуренции (т.е. рыночная структура) соответствуют модели совершенной конкуренции в данный период, тем выше вероятность разрыва рыночной связи в следующем периоде. Как мы и предполагали, централизация сети продавцов связана с риском разрыва рыночной связи: чем более она централизована, тем ниже риск такого разрыва (гипотеза К5). И напротив, в отношении гипотез К4 и К6 наши ожидания не оправдались: модель не подтверждает гипотезы о влиянии соотношения продавцов и покупателей, а также централизации сети покупателей на риск разрыва.

**Властные отношения.** Семь из десяти переменных, измеряющих властные отношения, значимо связаны с риском разрыва отношений (гипотезы В2, В3 и В5–В8). Потребность в ресурсах, измеряемая как изменение кодов стандартной отраслевой классификации (SIC) и изменение IQV кодов SIC, не имеет значимой связи с риском разрыва отношений между клиентом и агентом (гипотеза В1). Однако, как мы и предполагали, размер организации клиента значимо влияет на риск разрыва: более крупные клиенты склонны сохранять свои связи с агентствами (гипотеза В2). Также подтвердилось наше предположение о том, что финансовый статус значимо связан с риском разрыва рыночной связи (гипотеза В3): чем выше финансовый статус в момент времени  $t$ , тем ниже такой риск в момент времени  $t + 1$ . Однако изменение финансового статуса не имеет значимой связи с риском разрыва (гипотеза В4). Агентства с более высоким статусом предпочитают более продолжительные отношения с клиентами. Чем выше рейтинг агентства в момент времени  $t$ , тем ниже риск разрыва рыночной связи в момент времени  $t + 1$ , и чем больше у агентства крупных клиентов, тем ниже риск разрыва отношений между клиентом и агентом (гипотеза В5). Как мы и предполагали, центральность позиций агентства и клиента по-разному влияет на риск разрыва отношений: чем выше показатель центральности позиции агентства, тем ниже риск разрыва отношений (гипотеза В6), но чем выше значение центральности позиции клиента, тем выше риск разрыва отношений (гипотеза В7). И наконец, мы обнаружили, что увеличение объема продаж с момента времени  $t$  к моменту времени  $t + 1$  снижает риск разрыва рыночной связи (гипотеза В8).

**Институциональное принуждение.** Семь из десяти переменных, измеряющих институциональное принуждение, имеют значимую связь с риском разрыва отношений (гипотезы И1, И2, И3, И5, И5, И9). Мы предполагали обнаружить давление общего изоморфизма в каждом из рассматриваемых нами десятилетий (гипотезы И1, И2). Несмотря на широко распространенное мнение о том, что 1980-е гг. явились десятилетием низкой лояльности и частой смены контрагентов, в 1970-е гг. деловые отношения оказались еще *более* подвижными. Иными словами, наша гипотеза И1 не подтвердилась, и риск разрыва отношений между клиентом и агентом в 1970-е гг. был *более высок*, чем в 1980-е гг. В 1990-е же годы, как мы и предполагали, связи были более подвижными, чем в 1980-е гг. (гипотеза И2).

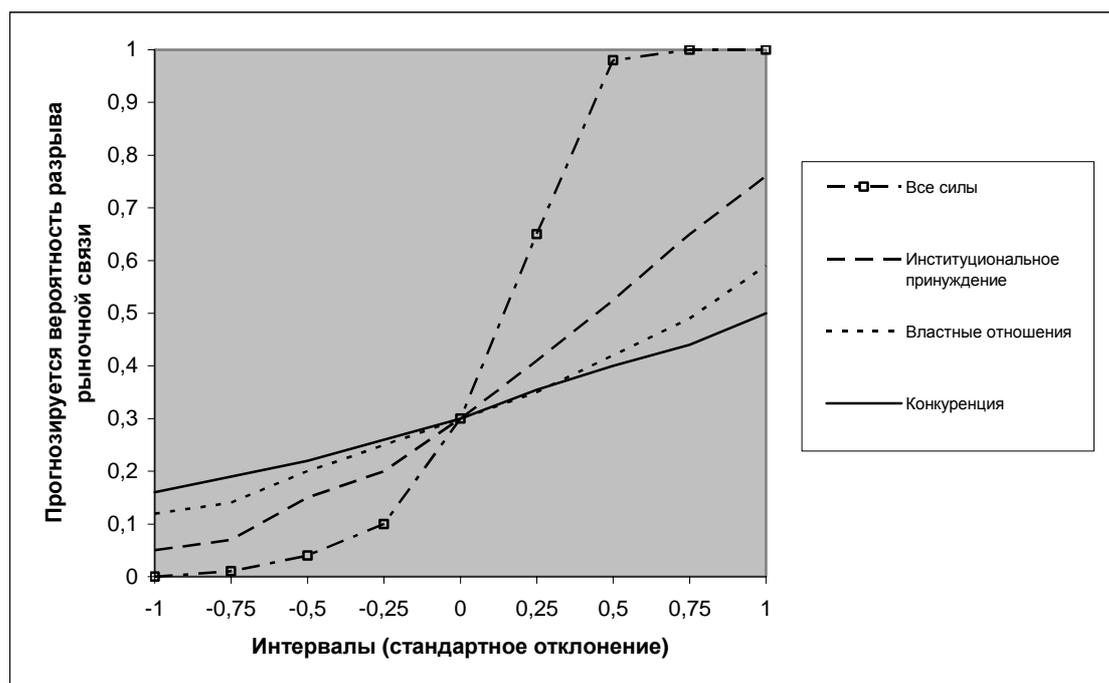
Поскольку изменения в составе высшего руководства свидетельствуют о непродолжительности индивидуальных привязанностей, мы предполагали, что уход или приход топ-менеджеров будет подвергать риску разрыва отношения между клиентом и агентом (гипотезы И3, И4). Наши результаты показывают, однако, обратный эффект: уход руководителя высшего звена *снижает* риск разрыва рыночной связи, в то время как приход нового руководителя высшего звена не оказывает никакого влияния. Как мы и ожидали, сложившиеся индивидуальные привязанности с собственным (внутрифирменным) агентством значимо снижают риск разрыва связи с этим агентством (гипотеза И5).

Структурные привязанности также имеют значимую связь с риском разрыва отношений. История рыночной связи (ее продолжительность) описывается криволинейной моделью: риск разрыва возрастает в первые годы отношений между клиентом и агентом, достигает своего пика примерно через 11 лет и впоследствии снижается. Как мы и предполагали, эта модель имеет значимый положительный коэффициент продолжительности связи и значимое *отрицательное* значение коэффициента квадрата продолжительности связи (гипотеза И6). Среднеквадратическое отклонение уровня нестабильности не имеет значимой связи с риском разрыва – наша гипотеза И7 не подтвердилась. Это свидетельствует о том, что стратегия «микширования» заказов клиентом не увеличивает риск разрыва связи. И, наконец, поглощение клиентом другой компании не оказывает значимого влияния на разрыв рыночной связи (гипотеза И8). Как мы и ожидали, если клиент выступает *объектом* слияния или поглощения, то риск разрыва связей с агентствами возрастает (гипотеза И9), поскольку подобные коренные изменения разрушают структурные привязанности между клиентом и агентством.

### Анализ чувствительности

На основе анализа чувствительности модели мы оцениваем сравнительный вклад влияния каждой из трех сил на риск разрыва рыночных связей. Результаты (см. рис. 1) были получены следующим образом.

Рисунок 1. Анализ чувствительности модели



Сначала мы определили верхнюю и нижнюю границы распределения прогнозируемых вероятностей разрыва рыночной связи. Величина верхней (нижней) границы соответствует максимальному (минимальному) значению прогнозируемой вероятности, реализуемой, если все переменные максимально (минимально) влияют на разрыв – т.е. когда каждая переменная имеет такое значение, которое максимально увеличивает (уменьшает) прогнозируемую вероятность разрыва. Распределение верхней и нижней границ изображено на рис. 1: соответственно самая верхняя кривая справа от среднего значения и самая нижняя кривая слева от него.

Таблица 3. Коэффициенты максимального правдоподобия дискретной регрессионной модели пропорциональных рисков (между моментами времени  $t$  и  $t + 1$ ) при измерении влияния конкуренции, властных отношений и институционального принуждения на уровень риска разрыва рыночных связей между 398 компаниями и их рекламными агентствами в 1971–1993 гг.

Понятие	Переменная, момент времени $t$	Гипотеза	Предполагаемое влияние на разрыв связи	Коэффициент	Значение z-статистики
<b>Конкуренция</b>					
Соперничество	Число агентств, с которыми клиент сотрудничает в момент времени $t$	K1	+	0,011*	2,13
	Концентрация заказов ( $t$ )	K2	–	–1,043	–1,93
	Сотрудничество с одним агентством (дамми) ( $t$ )	K3	–	–0,418**	–3,35
Рыночная структура	Соотношение числа продавцов и покупателей ( $t$ )	K4	+	0,216	0,18
	Централизация сети продавцов ( $t$ )	K5	–	–7,160*	–2,34
	Централизация сети покупателей ( $t$ )	K6	–	–0,431	–0,57
<b>Властные отношения</b>					
Потребность в ресурсах	Изменение числа кодов SIC, ( $t$ ) / ( $t + 1$ )	B1	+	–0,024	–1,58
	Изменение IQV кодов SIC, ( $t$ ) / ( $t + 1$ )	B1	+	–0,118	–0,66
Размер организации	Логарифм числа сотрудников ( $t$ )	B2	–	–0,121***	–3,87
Финансовый статус	Индекс финансового статуса ( $t$ )	B3	–	0,176**	–2,79
	Изменение индекса финансового статуса, ( $t$ ) / ( $t + 1$ )	B4	–	–0,199	–1,32
Социальный статус	Рейтинг агентства ( $t$ )	B5	–	–0,003***	–3,90
	Характеристики клиентов агентства ( $t$ )	B5	–	–0,019*	–1,99
Центральность	Центральность агентства ( $t$ )	B6	–	–0,184*	–0,17
	Центральность компании ( $t$ )	B7	+	1,575*	2,47
Субъективно воспринимаемая эффективность рекламы	Изменение логарифма объема продаж, ( $t$ ) / ( $t + 1$ )	B8	–	–0,838*	–2,15
<b>Институциональное принуждение</b>					
Общий изоморфизм	Дамми-переменная периода, $t = 1970$ -е гг.	И1	–	0,684**	2,23
	Дамми-переменная периода, $t = 1990$ -е гг.	И2	+	0,864**	3,18
Индивидуальная привязанность (межличностные связи)	Топ-менеджер покидает компанию, ( $t$ ) / ( $t + 1$ )	И3	+	–0,194**	–2,46
	Топ-менеджер приходит в компанию, ( $t$ ) / ( $t + 1$ )	И4	+	0,028	,38
	В компании есть собственное рекламное агентство (дамми) ( $t$ )	И5	–	–1,080**	–3,27
Структурная привязанность (межорганизационные связи)	Продолжительность связи, до момента времени $t$	И6	+	0,671***	6,52
	Квадрат продолжительности связи, до момента времени $t$	И6	–	–0,061***	–7,85

Понятие	Переменная, момент времени $t$	Гипотеза	Предполагаемое влияние на разрыв связи	Коэффициент	Значение z-статистики
	Корень квадратный из среднего значения квадрата разницы числа агентств, $(t) / (t + 1)$	И7	+	-0,002	-0,07
	Клиент является захватчиком, $(t) / (t + 1)$	И8	-	0,055	1,05
	Клиент является объектом поглощения, $(t) / (t + 1)$	И9	+	0,212*	2,48
<b>Контрольная переменная</b>					
Изменение макроэкономических показателей	Динамика ВВП, $(t - 1) / (t)$		-	-21,431*	-2,54
Константа				-0,309	-0,38
Гетерогенность дисперсии (гамма-распределение)				0,107	0,63

*Примечание:* Все переменные скорректированы на ненаблюдаемую гетерогенность; объем выборки – 5415 связей между клиентами и агентами; логарифм вероятности –2,038.

\*  $p < 0,05$ .

\*\*  $p < 0,01$ .

\*\*\*  $p < 0,001$  (двусторонний уровень значимости).

Точки на кривой указывают на прогнозируемую вероятность на среднем значении и фиксированных интервалах от среднего значения. Пересечение всех кривых обозначает прогнозируемую вероятность влияния всех трех сил, принимающих средние значения<sup>33</sup>. Следующая точка на верхней кривой, расположенной *справа* от среднего значения, получена посредством сдвига всех переменных на 0,25 стандартного отклонения от их среднего значения в сторону *максимизации* их влияния на разрыв связей. Следующая точка на нижней кривой, расположенной *слева* от среднего значения, получена посредством сдвига всех переменных на 0,25 стандартного отклонения от их среднего значения в сторону *минимизации* их влияния на разрыв связи. Процедура повторяется для смещения на 0,5, 0,75 и 1 стандартного отклонения соответственно. После того как значения верхней и нижней границ установлены, мы оцениваем вклад каждой силы на разных интервалах от среднего значения. Результат, представленный на рис. 1 *справа от* среднего значения, мы получили: 1) зафиксировав на среднем значении переменные, имеющие значимую связь с двумя другими силами и контрольной переменной; 2) зафиксировав каждую переменную, имеющую значимую связь с рассматриваемой силой, в точке ее *максимального влияния* на вероятность разрыва. Для получения результатов, показанных на рис. 1 *слева от* среднего значения, мы повторяем процедуры 1) и 2), но фиксируем переменные в точках их *минимального влияния* на вероятность разрыва.

Как видно из рис. 1, институциональное принуждение оказывается наиболее мощной силой на рынке рекламных услуг, а конкуренция – наиболее слабой. Властные отношения занимают промежуточное положение, хотя и ближе к конкуренции, чем к институциональному принуждению.

## ДИСКУССИЯ И ВЫВОДЫ

Рынок – это «социальный институт, который облегчает обмен» [Coase 1988: 8]. Институционализация рынка – это «политико-культурная конструкция», отражающая борьбу за власть между фирмами, которые пытаются установить контроль над рынком и обеспечить свое выживание [Fligstein 1996]<sup>34</sup>. По мнению Вебера [Weber (1988), 1990: 45], борьба за власть включает, во-первых, «конкурентную борьбу» между соперниками, «соревнующимися за возможности обмена» [Weber [1922] 1978: 635], а во-вторых – «борьбу интересов» между покупателями и продавцами, включенными в реальные отношения обмена

---

<sup>33</sup> Данный результат получен путем перемножения средних значений переменных и коэффициентов, представленных в табл. 3. Сумма полученных произведений и константы дает индексное значение, которое затем преобразуется в вероятность разрыва связи. Чтобы определить влияние каждой силы, представленной кривыми в правой стороне рис. 1, коэффициент, имеющий положительный знак, умножается на его среднее значение и интервал, расположенный над средним значением (например, 0,25 стандартного отклонения). Для отрицательных коэффициентов сначала меняем знак на положительный, а потом умножаем на их средние значения и интервал, расположенный над средним значением. Чтобы рассчитать минимальное влияние на разрыв связи, описываемое кривыми в левой стороне рис. 1, проводится обратная процедура.

<sup>34</sup> Флигстин также подчеркивает роль государства в формировании рынка, его поддержании и кризисных ситуациях [Fligstein 1996]. В нашем исследовании мы сделали акцент на изучении влияния борьбы за власть между фирмами, поскольку в рекламной сфере влияние государства является более или менее постоянным (в отличие, например, от сферы финансовых рынков, которые регулируются жесткими правилами и претерпевают столь кардинальное изменение, как дерегулирование).

[Swedberg 1994: 264–265]. Мы попытались проверить эти утверждения на примере анализа динамики рыночных отношений в сфере рекламных услуг США с 1971 по 1993 г.

Задолго до указанного периода рекламная отрасль пережила бурный этап «формирования» – период, когда институциональные правила обмена были еще не определены, и любой мог подчинить их себе [Fligstein 1996]. В конце концов, возникло общее понимание правил обмена в виде таких неформальных правил, как эксклюзивное партнерство, лояльность и фиксированные цены (15%-я комиссия) [Leiss et al. 1986; Pore 1983], что и заложило институциональные рамки для нашего исследования продолжения и разрыва связей между клиентом и агентом связей.

Первоначальные правила обмена по-прежнему действуют на рынке рекламных услуг, хотя и в несовершенном виде. Большинство компаний (54,3%) пользуются услугами одного рекламного агентства, что указывает на действие правила эксклюзивного партнерства. Для сравнения: лишь 30% компаний сотрудничают с одним инвестиционным банком [Baker 1990: 607]<sup>35</sup>. Обычно минимальная продолжительность отношений между агентом и клиентом составляет 4 года, в среднем связь длится около 5 лет, что указывает на действие правила лояльности. Конечно, эти простые количественные характеристики не отражают влияние разнообразных факторов на частоту и длительность отношений обмена. Поэтому мы сосредоточились на изучении и уточнении условий, при которых рыночные акторы следуют этим первоначальным правилам обмена, подкрепляя – либо же нарушая и трансформируя эти правила.

Мы показали, что динамика рыночных отношений есть функция трех рыночных сил: конкуренции, властных отношений и институционального принуждения. Конкуренция – это разрушительная сила. Борьба за власть между агентствами, «соперничающими за возможности обмена» [Weber (1922) 1978: 635; Swedberg 1994: 271] с корпоративными клиентами, увеличивает риск разрыва рыночной связи. Мы фиксировали дестабилизирующее влияние конкуренции на двух уровнях: соперничество между фирмами и структурные условия конкуренции. Порой покупатели и продавцы в разной степени заинтересованы в стабильных рыночных связях. Например, корпоративным клиентам иногда выгодно дестабилизирующее воздействие конкуренции, поскольку она порождает такие формы конкурентного преимущества, как улучшение качества продукции и уровня обслуживания<sup>36</sup>. В такой неопределенной игре, как рекламные услуги, клиенты, постоянно тешат себя надеждой на возникновение новых гениальных идей. Даже на раннем этапе развития рекламной сферы клиенты были против попыток запретить инициативные презентации [Pore 1983: 166]. Тем не менее клиенты тоже заинтересованы в поддержании стабильных отношений из-за возможных высоких издержек, связанных со сменой контрагента (например, стоимость времени, требуемого для «введения» нового агентства «в курс дела») [Kent 1985]. Обычно рекламные агентства больше заинтересованы в стабильных отношениях, чем их клиенты; наши результаты подтверждают, что агентства предпочитают сохранять свои деловые связи. Поэтому в «борьбе интересов» [Weber (1922) 1990: 45] между

---

<sup>35</sup> Данные Бейкера о том, что 30% фирм сотрудничают только с одним инвестиционным банком (следуют стратегии эксклюзивного партнерства), относятся к 1981–1985 гг. [Baker 1990: 607]. Наши результаты (54,14% компаний сотрудничают только с одним рекламным агентством) относятся к тому же периоду времени (среднее значение 3,23; стандартное отклонение 5,00), это очень близко к оценкам и для других лет рассматриваемого нами периода.

<sup>36</sup> На многих рынках конкуренция также ведет к снижению цен, что, согласно экономической теории, является важным преимуществом конкуренции. Однако в рекламной сфере действует устойчивое институциональное правило фиксированных цен (15%-е комиссионное вознаграждение) [Leiss et al. 1986: 107].

клиентами и агентствами цель агентств – убедить клиентов в исключительном качестве и эффективности именно их рекламной продукции (или, по крайней мере, в том, что издержки, связанные со сменой контрагента, превышают издержки продолжения отношений).

Власть дает покупателям и продавцам инструменты для реализации своей заинтересованности в стабильности. На таком неопределенном рынке, как рынок рекламных услуг, сторона, обладающая властью в отношениях обмена, имеет больше возможностей «выстроить ситуацию» в своих интересах. Возьмем, к примеру, способность агентства реализовать свой интерес в поддержании стабильных отношений, когда объемы продаж клиента растут, и клиент финансово успешен. Полученные нами данные показывают, что рост объема продаж приводит к увеличению продолжительности отношений между клиентом и агентом; финансово преуспевающие клиенты склонны сохранять отношения со своими агентствами. Проще всего объяснить эти временные модели действенностью рекламы: клиент привязан к своему агентству, потому что рост объема продаж и финансовый успех «спровоцированы» рекламой высокого качества. Однако причинно-следственная связь рекламы и объема продаж является не столь прямолинейной и однозначной. Исследования рекламы смогли продемонстрировать только то, что реклама увеличивает *знание* потребителя о товарах и услугах; но они не смогли доказать, что приумноженное знание ведет к *решению* купить. Такая интерпретация скорее *правдоподобна*, нежели точна [Weick 1995]; поэтому применяемые в ходе борьбы интересов между клиентами и агентствами «рассказы» о том, что рост объема продаж и улучшение финансового состояния «стимулированы» рекламой высокого качества, является лишь поверхностным объяснением ситуации.

В ситуации неопределенности, когда качество не является однозначной и очевидной характеристикой, социальный статус оказывается важным «сигналом о качестве продукции фирмы» [Podolny 1993: 831, курсив в оригинале]. Статус сигнализирует о качестве в сфере инвестиционных банков [Podolny 1993], киноиндустрии [Faulkner, Faulkner, Anderson 1987], на рынке аудиторских услуг [Han 1994] и, как мы обнаружили, на рынке рекламных услуг. Неопределенность относительно эффективности работы агентства и отсутствие прямой связи между рекламой и объемом продаж делают статус индикатором качества продукции. Клиенты предпочитают сохранять отношения с агентствами, обладающими высоким статусом, поскольку он в какой-то мере приглушает сомнения клиентов относительно истинной креативности агентств, подлинного качества рекламной продукции и ее истинного влияния на объем продаж. Агентства манипулируют своим высоким статусом, чтобы склонить клиентов к продолжению сотрудничества, а акторы внутри клиентской компании ссылаются на высокий статус, обосновывая свой выбор рекламного агентства.

Крупные клиенты склонны сохранять отношения со своими агентствами, и мы можем предположить, что у них нет особенной потребности разрывать связи и переходить к другому агентству, чтобы снизить уровень зависимости и увеличить объем своей власти. Крупные клиенты и так могут настоять на своем, просто «продавливая» собственные интересы. В популярных изданиях рекламной отрасли даже есть юмористические описания подобных случаев [Mayle 1990]. Более важно, однако, то, что обратная зависимость между размером организации клиента и риском прерывания связи означает сходную заинтересованность клиента и продавца в поддержании стабильных отношений. Страх катастрофы от потери крупного клиента многократно увеличивает желание среднего агентства угодить клиенту [Pendleton 1988; Sellers 1997]. В свою очередь, крупные клиенты тоже заинтересованы в долговременных отношениях. Согласно Флигстину [Fligstein 1996: 667], крупные рыночные акторы – это «главная сила» рынка; совместными усилиями они поддерживают сложившийся рынок. «Выработать стабильный порядок, при котором фирмы способны выживать, – довольно сложная задача... и, однажды достигнув стабильного состояния, акторы в фирмах избегают действий, которые могут подорвать их господствующее положение» [Там же]. Полученные нами результаты подтверждают данную

логику рассуждений: центральность позиции агентства способствует стабильности отношений обмена, т.е. снижает риск разрыва. Напротив, центральность позиции клиента уменьшает стабильность отношений обмена, т.е. повышает риск разрыва (это свидетельствует о том, что информационное преимущество центральности агентства перевешивается информационным преимуществом центральности клиента). Разнонаправленность влияния центральности позиций клиента и агентства на стабильность отношений подтверждает наше предположение о том, что взгляд на социальную структуру рынка как попытки фирм «смягчить последствия конкуренции с другими фирмами» [Fligstein 1996: 657] зависит от угла зрения: со стороны покупателя или со стороны продавца.

Институциональное принуждение в целом снижает риск разрыва рыночных связей. Изоморфизм, действующий через индивидуальные привязанности (межличностные связи) и структурные привязанности (межорганизационные связи), обычно снижает риск разрыва, подтверждая теоретическое предположение о том, что влияние изоморфизма «встроено» в отношения обмена между заказчиками и поставщиками [DiMaggio, Powell 1983: 154; см. также: DiMaggio, Powell 1991; Granovetter 1985; Uzzi 1996]. Например, индивидуальные привязанности, сформировавшиеся с внутрифирменным агентством, снижают риск разрыва связи. Структурные привязанности между клиентом и агентством также снижают риск разрыва. Если в ходе слияния компаний, в котором клиент является объектом поглощения, структурные привязанности не разрушены, то связь между клиентом и агентом с большей вероятностью будет сохранена. Если же отношения между клиентом и агентом пережили свой «медовый месяц» и пик риска «развода», то вероятность продолжения отношений увеличивается еще больше. Нам удалось подтвердить действие модели «медового месяца» в рекламных отношениях, которая по *форме* похожа на модель «медового месяца», описанную Д. Левинталем и М. Фишманом [Levinthal, Fichman 1988] применительно к аудиторским отношениям. Однако в нашем случае *тик* риска наступает гораздо позже: в случае с аудиторами риск разрыва отношений достигает своего максимума через 4 года, а в случае с рекламными агентствами – через 11 лет. Данное различие говорит о том, что на рынке рекламных услуг правило лояльности (режим редкой смены контрагентов) намного сильнее, чем на рынке аудиторских услуг.

Более всего мы удивлены «влиянием десятилетия» на стабильность. Наши ожидания не оправдались: минимальный риск разрыва рыночной связи зафиксирован не в 1970-х гг., как мы предполагали, а в 1980-х гг.<sup>37</sup> Мы предполагали, что при прочих равных условиях в 1970-х гг. риск разрыва связей будет наименьшим, поскольку это десятилетие приходится на этап «стабильного состояния» [Fligstein 1996] рынка рекламных услуг, и, следовательно, конформизм в отношении первоначальных правил обмена (эксклюзивного партнерства, лояльности и социально ожидаемого периода сохранения связи) должен быть наиболее ощутимым. Мы полагали, что в 1980-е гг., при прочих равных условиях, риск разрыва будет более высок, поскольку на это десятилетие приходится вторжение новых игроков и экономический кризис (например, появление новых рекламных агентств, де-диверсификация корпоративных клиентов, волна слияний и поглощений компаний, макроэкономические изменения). Хотя мы и контролировали различные факторы влияния на продолжение и разрыв связи, в 1980-х гг. мы наблюдаем значимую тенденцию к *увеличению стабильности* отношений между клиентом и агентом. Данная стабильность может означать устойчивость первоначальных правил обмена в рекламной индустрии. В периоды эмоционального подъема или кризиса у людей, как правило, «всплывают более ранние, заученные и часто самые простые ответы и реакции» [Weick 1995: 101]. Не исключено, что именно поэтому в 1980-е гг. рыночные акторы обратились к первоначальным правилам обмена. Как и ожидалось, на

---

<sup>37</sup> Данный результат мог быть статистическим артефактом, спровоцированным цензурированием слева, но мы провели дополнительный анализ и убедились, что дело не в этом.

протяжении 1990-х гг. риск разрыва возрастает. Это может означать, что на рынке рекламных услуг появились *новые* правила обмена, аналогичные «транзакционным» правилам в сфере инвестиционных банков [Baker 1990]. Если это так, то наше предположение подтверждается: в 1990-е гг. все рынки профессиональных услуг ощущают общую тенденцию к транзакционализации (увеличению частоты смены партнера) [Baker, Faulkner 1991]. Возможно, еще рано говорить об этом, и тем не менее: является ли увеличение уровня риска разрыва связей между агентом и клиентом в начале 1990-х гг. устойчивой тенденцией изменения неформальных правил обмена или это только временное отклонение от первоначальных правил?

Все три силы – конкуренция, властные отношения, институциональное принуждение – влияют на связи между клиентом и агентом, но значимость их влияния различна. Конкуренция представляет собой самую слабую рыночную силу, а институциональное принуждение – самую мощную. Возможно, данное обстоятельство сильно удивит кого-то, кто, как и многие экономисты, убежден, что конкуренция – это *единственная* движущая сила среди экономических институтов [Stigler 1968; Williamson 1985]. Но ведь наш вывод о конкуренции как самой слабой рыночной силе не отрицает основного факта: конкуренция является конституирующей особенностью рынка [см., например: Schumpeter (1942) 1975; Weber (1922) 1978]. Все рынки, независимо от уровня их стабильности, функционируют в условиях конкуренции. Даже монополия испытывает влияние конкуренции в силу давления новых технологий или появления новых участников, которые могут резко положить конец монопольным преимуществам [Schumpeter (1942) 1975: 81–86]. Тем не менее на рынке рекламных услуг разрушительное влияние конкуренции сдерживается стабилизирующим влиянием властных отношений и институционального принуждения.

Все сложившиеся рынки действуют согласно правилам обмена и институциональным правилам, регулирующим роли и обязанности рыночных акторов. Эти правила, или общие смыслы, формируются в ходе борьбы за власть между покупателями и продавцами, а также действий со стороны государства [Fligstein 1996]. В борьбе за власть между покупателями и продавцами каждая сторона мобилизует ресурсы, стремясь реализовать свои интересы в формировании (не)стабильных отношений обмена. Часто их интересы не совпадают. Как правило, продавцы, поскольку они нуждаются в защите от «кнута» конкуренции, сильнее заинтересованы в стабильных отношениях, чем их клиенты; но и клиенты тоже заинтересованы в поддержании отношений обмена. Наблюдаемые модели продолжения и разрыва связей – это суммарный результат влияния борьбы за власть между покупателями и продавцами.

Наши данные показывают, что в начале 1990-х гг. на рынке рекламных услуг риски агентств возросли. Возможно, это объясняется тем, что заинтересованность агентств в стабильности оказалась слабее заинтересованности клиентов в подвижности структуры рынка. Данная тенденция отмечается и в деловой прессе [Sellers 1993, 1997]. Даже если риски разрыва связей на рынке рекламных услуг сегодня более велики, данный рынок все равно «запаздывает» относительно общей тенденции к транзакционализации, которую можно наблюдать, например, на таких «ведущих» рынках, как инвестиционные банки [Baker 1990] и аудиторские услуги [Han 1994; Levinthal, Fichman 1988]. Можно предположить, что правила обмена *распространяются* между рынками, поскольку акторы на одном рынке копируют борьбу за власть, развивающуюся на другом рынке. Вторжение *фирм* может подорвать стабильность рынка [Fligstein 1996: 669], следовательно, вторжение *стратегий* (новых правил обмена) тоже может подорвать стабильность рынка. А поскольку фирмы-захватчики «с большей вероятностью придут не с дальних, а с соседних рынков» [Fligstein 1996: 669], то и стратегии захвата скорее придут с соседних рынков – отсюда и влияние «транзакционных правил» (выбор множественных и краткосрочных отношений) на рынок рекламных услуг: эти правила приходят с рынков финансовых и аудиторских услуг. Отдаленные рынки при этом могут действовать по совершенно иным правилам обмена.

Например, в период, когда на рынках профессиональных услуг наблюдалась тенденция к транзакционализации, на промышленных рынках проявлялась *противоположная* тенденция: движение от краткосрочных связей к эксклюзивному и лояльному «партнерству» между покупателями и поставщиками-производителями [Baker 1994: 241–262; Baker, Faulkner 1991; Best 1990].

Наше исследование – это первый шаг в развитии демографии межорганизационных отношений. Оно дополняет исследования в области организационной экологии, которая фокусируется на демографии организационных популяций («рождении» и «смерти» организаций). Полученные нами результаты показывают, что «смертность» рыночных отношений есть функция институциональных правил обмена, созданных на этапе формирования рынка, которые поддерживаются, укрепляются, нарушаются и трансформируются с течением времени посредством взаимосвязанного влияния конкуренции, властных отношений и институционального принуждения. Следующий шаг – это изучение «рождения» рыночных отношений как функции первоначальных правил обмена, формируемых и разрушаемых под влиянием указанных трех сил. И наконец, подобно тому, как организационная экология изучает отношения между организационными популяциями [Hannan, Carroll 1992], демография межорганизационных отношений может исследовать распространение правил обмена на разных рынках. Дальнейшее развитие демографии отношений будет способствовать более глубокому социологическому пониманию определяющего принципа современного общества – права на формирование и расторжение отношений [Coleman 1974: 24–25].

## Литература

- Abrahamson E., Fombrun Ch.J.* Macrocultures: Determinants and Consequences // *Academy of Management Review*. 1994. No. 19. P. 728–755.
- Aldrich H.E.* Organizations and Environments. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1979.
- Aldrich H.E., Marsden P.V.* Environments and Organizations // *Handbook of Sociology* / Ed. by N.J. Smelser. Beverly Hills, CA: Sage, 1988. P. 361–393.
- Baker W.E.* The Social Structure of a National Securities Market // *American Journal of Sociology*. 1984. No. 89. P. 775–811.
- Baker W.E.* Market Networks and Corporate Behavior // *American Journal of Sociology*. 1990. No. 96. P. 589–625.
- Baker W.E.* Networking Smart. N.Y.: McGraw-Hill, 1994.
- Baker W.E., Faulkner R.R.* Strategies for Managing Suppliers of Professional Services // *California Management Review*. 1991. No. 33. P. 33–45.
- Baker W.E., Faulkner R.R.* The Social Organization of Conspiracy: Illegal Networks in the Heavy Electrical Equipment Industry // *American Sociological Review*. 1993. No. 58. P. 837–860.
- Barber B.* Absolutization of the Market // *Markets and Morals* / Ed. by G. Bermant. Washington, DC: Hemisphere Publishing, 1977. P. 15–31.
- Baum J.A.C., Oliver C.* Institutional Embeddedness and the Dynamics of Organizational Populations // *American Sociological Review*. 1992. No. 57. P. 540–559.
- Best M.* The New Competition: Institutions of Industrial Restructuring. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.
- Blau P.M.* Exchange and Power In Social Life. N.Y.: Wiley, 1964.
- Bohrstedt G.W., Knoke D.* Statistics for Social Data Analysis. Itasca, IL: F.E. Peacock, 1982.

- Bonacich P.* Power And Centrality: A Family of Measures // *American Journal of Sociology*. 1987. No. 92. P. 1170–1182.
- Bonacich P.* Simultaneous Group and Individual Centralities // *Social Networks*. 1991. No. 13. P. 155–168.
- Burt R.S.* *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992.
- Coase R.H.* The Firm, the Market, and the Law // *The Firm, the Market, and the Law* / Ed. by R.H. Coase. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1988. P. 1–31.
- Coleman J.S.* *Power and the Structure of Society*. N.Y.: W.W. Norton, 1974.
- Coleman J.S.* *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.
- Cook K.S.* Exchange and Power in Networks of Interorganizational Relations // *Sociological Quarterly*. 1977. No. 18. P. 62–82.
- Cook K.S., Yamagishi T.* Power in Exchange Networks: A Power-Dependence Formulation // *Social Networks*. 1992. No. 14. P. 245–265.
- Davis G.F.* Agents without Principles? The Spread of the Poison Pill through the Intercorporate Network // *Administrative Science Quarterly*. 1991. No. 36. P. 583–613.
- Davis G.F., Diekmann K.A., Tinsley C.H.* The Decline and Fall of the Conglomerate Firm in the 1980s: The Deinstitutionalization of an Organizational Form // *American Sociological Review*. 1994. No. 59. P. 547–570.
- DiMaggio P.I., Powell W.W.* The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields // *American Sociological Review*. 1983. No. 48. P. 147–160.
- DiMaggio P.I., Powell W.W.* Introduction // *The New Institutionalism In Organizational Analysis* / Ed. by P.J. DiMaggio, W.W. Powell. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1991. P. 1–38.
- Dooley P.C.* The Interlocking Directorate // *American Economic Review*. 1969. No. 59. P. 314–323.
- Eccles R.G., Crane D.B.* *Doing Deals: Investment Banks at Work*. Boston, MA: Harvard Business School Press, 1988.
- Faulkner R.R.* *Music on Demand: Composers and Careers in the Hollywood Film Industry*. New Brunswick, NJ: Transaction Books, 1983.
- Faulkner R.R., Anderson A.B.* Short-Terra Projects and Emergent Careers: Evidence from Hollywood // *American Journal of Sociology*. 1987. No. 92. P. 879–909.
- Fligstein N.* Markets as Politics: A Political-Cultural Approach to Market Institutions // *American Sociological Review*. 1996. No. 61. P. 656–673.
- Flinn C.J., Heckman J.J.* Models for the Analysis of Labor Force Dynamics // Discussion Paper 80-3. Chicago, IL: Economics Research Center, NORC, 1980.
- Fichman M., Levinthal D.A.* Honeymoons and the Liability of Adolescence: A New Perspective on Duration Dependence in Social and Organizational Relationships // *Academy of Management Review*. 1991. No. 16. P. 442–455.
- Freeman L.C.* Generality in Social Networks: Conceptual Clarification // *Social Networks*. 1979. No. 1. P. 215–239.
- Friedkin N.E.* Structural Cohesion and Equivalence Explanations of Social Homogeneity // *Sociological Research and Methods*. 1984. No. 12. P. 235–261.

- Galaskiewicz J., Wasserman S.* Mimetic Processes within an Interorganizational Field: An Empirical Test // *Administrative Science Quarterly*. 1989. No. 34. P. 454–479.
- Gulati R.* The Dynamics of Alliance Formation // Ph.D. dissertation, Harvard University, Cambridge, MA. 1993.
- Gulati R.* Social Structure and Alliance Formation Patterns: A Longitudinal Analysis // *Administrative Science Quarterly*. 1995. No. 40. P. 619–652.
- Granovetter M.* Economic Action and Social Structure: A Theory of Embeddedness // *American Journal of Sociology*. 1985. No. 91. P. 481–510.
- Hallen L., Johanson J., Seyed-Mohamed N.* Interfirm Adaptation in Business Relationships // *Journal of Marketing*. 1991. No. 55. P. 29–37.
- Han Sh.-K.* Mimetic Isomorphism and Its Effect on the Audit Services Market // *Social Forces*. 1994. No. 73. P. 637–663.
- Hannan M.T., Carroll G.* Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation, and Competition. N.Y.: Oxford University Press, 1992.
- Hannan M.T., Freeman J.* Organizational Ecology. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1989.
- Hart N.* A Natural Selection (Choosing an Ad Agency) // *Marketing*. 1985. No. 22. P. 31–33.
- Heckman J.J., Singer B.* Econometric Duration Analysis // *Journal of Econometrics*. 1984. No. 24. P. 63–132.
- Heide J.B., John G.* Alliances in Industrial Purchasing: The Determinants of Joint Action in Buyer-Supplier Relationships // *Journal of Marketing Research*. 1990. No. 37. P. 24–36.
- Hirschman A.* Exit, Voice, and Loyalty. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1970.
- Hirschman A.* Rival Interpretations of Market Society: Civilizing, Destructive, or Feeble? // *Journal of Economic Literature*. 1982. No. 20. P. 1463–1484.
- Jenkins S.P.* Easy Estimation Methods for Discrete-Time Duration Models // *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 1995. No. 57. P. 129–138.
- Johanson J., Mattsson L.-G.* Interorganizational Relations in Industrial Systems: A Network Approach Compared with the Transaction-Cost Approach // *International Studies of Management and Organization*. 1987. No. 17. P. 34–48.
- Johnson B.* Tumult Ahead for IBM, Ogilvy // *Advertising Age*. 1994. May 30. P. 36–37.
- Kalbfleisch J.D., Prentice R.L.* The Statistical Analysis of Failure Time Data. N.Y.: John Wiley & Sons, 1980.
- Kent D.* When to Fire Your Ad Agency and How to Avoid Needing to // *Business Marketing*. 1985. September. P. i, 58, 60, 62, 64, 66.
- Kogut B.* The Stability of Joint Ventures: Reciprocity and Competitive Rivalry // *Journal of Industrial Economics*. 1989. No. 38. P. 183–189.
- Laumann E.O., Knoke D.* The Organizational State. Madison, WI: University of Wisconsin Press, 1987.
- Leiss W., Kline S., Jhally S.* Social Communication in Advertising. Toronto, Ontario: Methuen, 1986.
- Levinthal D.A., Fichman M.* Dynamics of Interorganizational Attachments: Auditor-Client Relationships // *Administrative Science Quarterly*. 1988. No. 33. P. 345–369.
- Loro L., Gleason M.* Weightman Copes with Mergers // *Advertising Age*. 1995. October 30. P. 4.

- Macaulay S.* Non-Contractual Relations in Business // *American Sociological Review*. 1963. No. 28. P. 57–66.
- Mayle P.* Up the Agency. N.Y.: St. Martin's Press, 1990.
- Merton R.K.* Social Theory and Social Structure. Glencoe, IL: Free Press, 1949.
- Merton R.K.* Socially Expected Durations: A Case Study of Concept Formation in Sociology // *Conflict and Consensus. A Festschrift in Honor of Lewis A. Coser* / Ed. by W.W. Powell, R. Robbins. N.Y.: Free Press, 1982. P. 262–283.
- Meyer B.D.* Unemployment Insurance and Unemployment Spells // *Econometrica*. 1990. No. 58. P. 757–782.
- Meyer J.W., Scott W.R., Deal T.E.* Institutional and Technical Sources of Organizational Structure: Explaining the Structure of Educational Organizations // *Organization and the Human Services* / Ed. by H.D. Stein. Philadelphia, PA; Temple University Press, 1981. P. 151–178.
- Mizruchi M.S.* Similarity of Political Behavior among Large American Corporations // *American Journal of Sociology*. 1989. No. 95. P. 401–424.
- Mizruchi M.S., Schwartz M.* (eds.). *Intercorporate Relations: The Structural Analysis of Business*. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1987.
- Mortensen D.T.* Matching: Finding a Partner for Life or Otherwise // *American Journal of Sociology*. 1988. No. 94 (suppl.). P. S215–S240.
- Myers M.H., Hankey B.E., Mantel N.* A Logistic-Exponential Model for Use with Response Time Data Involving Regressor Variables // *Biometrics*. 1973. No. 29. P. 257–269.
- National Register Publishing. *Standard Directory of Advertisers (Redbook)*. New Providence, NJ: National Register Publishing, various years.
- Nelson R.L.* *Partners with Power: Social Transformation of the Large Law Firm*. Berkeley, CA: University of California Press, 1988.
- Nohria N., Gulati R.* Firms and Their Environments // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N.J. Smelser, R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 529–555.
- Palmer D.* Broken Ties: Interlocking Directorates and Intercorporate Coordination // *Administrative Science Quarterly*. 1983. No. 28. P. 40–55.
- Palmer D., Jennings P.D., Zhou X.* Late Adoption of the Multidivisional Form by Large U.S. Corporations: Institutional, Political, and Economic Accounts // *Administrative Science Quarterly*. 1993. No. 38. P. 100–131.
- Pendleton J.* Marriages Made in Heaven // *Advertising Age*. 1988. March 14. P. 3, 74.
- Pfeffer J.* A Resource Dependence Perspective on Interorganizational Relations // *Intercorporate Relations: The Structural Analysis of Business* / Ed. by M.S. Mizruchi, M. Schwartz. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1987. P. 22–55.
- Pfeffer J., Salancik G.* *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. N.Y.: Harper & Row, 1978.
- Podolny J.M.* A Status-Based Model of Market Competition // *American Journal of Sociology*. 1993. No. 98. P. 829–872.
- Polanyi K.* The Economy as Instituted Process // *Trade and Market in the Early Empires: Economies in History and Theory* / Ed. by K. Polanyi, C. Arensberg, H. Pearson. Chicago, IL: Henry Regnery, 1957. P. 243–270.
- Pope D.* *The Making of Modern Advertising*. N.Y.: Basic, 1983.

- Powell W.W.* Expanding the Scope of Institutional Analysis // *The New Institutionalism in Organizational Analysis* / Ed. by W.W. Powell, P.J. DiMaggio. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1991. P. 183–203.
- Powell W.W., DiMaggio P.J.* (eds.). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1991.
- Powell W.W., Koput K.W., Smith-Doerr L.* Interorganizational Collaboration and the Locus of Innovation: Networks of Learning in Biotechnology // *Administrative Science Quarterly*. 1996. No. 41. P. 116–145.
- Powell W.W., Smith-Doerr L.* Networks and Economic Life // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N.J. Smelser, R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 368–402
- Prentice R., Gloeckler L.* Regression Analysis of Grouped Survival Data with Application to Breast Cancer Data // *Biometrics*. 1978. No. 34. P. 57–67.
- Rutherford R.C., Thompson D.L., Stone R.W.* The Impact of Changes in Advertising Agencies on Corporate Common Stock Prices // *Journal of Current Issues and Research in Advertising*. 1992. No. 14. P. 1–8.
- Scherer F.M.* *Industrial Market Structure*. Boston, MA: Houghton-Mifflin, 1980.
- Handbook of Industrial Organization* / Ed. by R. Schmalensee, R.D. Willig. Vol. I. Amsterdam, Holland: North Holland, 1989.
- Schumpeter J.A.* *Capitalism, Socialism, and Democracy*. N.Y.: Harper & Row, [1942] 1975.
- Seabnght M.A., Levinthal D.A., Fichman M.* Role of Individual Attachments in the Dissolution of Interorganizational Relationships // *Academy of Management Journal*. 1992. No. 35. P. 122–160.
- Sellers P.* Do You Need your Ad Agency? // *Fortune*. 1993. November 15. P. 147–164.
- Sellers P.* Leo Burnett: Undone by an Up start // *Fortune*. 1997. May 26. P. 99–104.
- Simmel G.* *The Sociology of Georg Simmel* / Tranl. and ed. by K.H. Wolff. N.Y.: The Free Press, 1950.
- Singer B., Spilerman S.* Some Methodological Issues in the Analysis of Longitudinal Surveys // *Annals of Economic and Social Measurement*. 1976. No. 5. P. 447–474.
- South S.J., Lloyd K.M.* Spousal Alternatives and Marital Dissolution // *American Sociological Review*. 1995. No. 60. P. 21–35.
- Stearns L.B., Mizruchi M.S.* Broken-Tie Reconstitution and the Functions on Interorganizational Interlocks: A Reexamination // *Administrative Science Quarterly*. 1986. No. 31. P. 522–538.
- Stearns L.B., Mizruchi M.S.* A Longitudinal Study of the Formation of Interlocking Directorates // *Administrative Science Quarterly*. 1988. No. 33. P. 194–210.
- Stinchcombe A.L.* *Information and Organizations*. Berkeley, CA: University of California Press, 1990.
- Stigler G.J.* Competition // *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol. 3 / Ed. by D.L. Sills. N.Y.: Free Press, 1968. P. 181–186.
- Swedberg R.* *Explorations In Economic Sociology*. N.Y.: Russell Sage, 1993.
- Swedberg R.* Markets as Social Structures // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by N.J. Smelser, R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1994. P. 255–282.
- Swidler A.* Culture in Action // *American Sociological Review*. 1986. No. 51. P. 273–286.
- Taylor P.* What's the Big Idea? // *Financial Times*. 1995. March 2. P. 14.

- Tolbert P.S., Zucker L.G.* Institutional Sources of Change in the Formal Structure of Organizations: The Diffusion of Civil Service Reform, 1880–1935 // *Administrative Science Quarterly*. 1983. No. 30. P. 22–39.
- U.S. Bureau of the Census. Census of Service Industries: Establishment and Firm Size Series. Washington, DC: U.S. Bureau of the Census, various years.
- Uzzi B.* The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect // *American Sociological Review*. 1996. No. 61. P. 674–698.
- Van de Ven A.H.* On the Nature, Formation, and Maintenance of Relations among Organizations // *Academy of Management Review*. 1976. No. 1. P. 24–36.
- Wasserman S., Faust C.* Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 1994.
- Weber M.* Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology / Transl. by E. Fischoff et al.; ed. by G. Roth, C. Wittich. Berkeley, CA: University of California Press, [1922] 1978.
- Weick K.E.* Sensemaking in Organizations. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
- White H.C.* Where Do Markets Come From? // *American Journal of Sociology*. 1981a. No. 87. P. 517–547.
- White H.C.* Production Markets as Induced Role Structures // *Sociological Methodology* / Ed. by S. Leinhardt. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1981b. P. 1–57.
- Williamson O.E.* The Economic Institutions of Capitalism. N.Y.: Free Press, 1985.
- Williamson O.E.* The Logic of Economic Organization // *The Nature of the Firm* / Ed. by O.E. Williamson, S.G. Winter. N.Y.: Oxford University Press, 1991. P. 90–116.
- Yamaguchi K.* Event History Analysis // *Applied Social Research Methods Series*, 28. Newbury Park, CA: Sage, 1991.

## **Взгляд из регионов**

### **МОЛОДЫЕ РАБОТНИКИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ: РЕКРУТИНГ, АДАПТАЦИЯ, ИНТЕГРАЦИЯ**

**Жидкова Елена Михайловна,**

научный сотрудник Самарского государственного университета

Email: [zhidkova@ssu.samara.ru](mailto:zhidkova@ssu.samara.ru)

Заводы и фабрики с традиционной организацией труда давно потеряли привлекательность в качестве места предложения и продажи рабочей силы. Занятость в индустрии, промышленности не считается модной или престижной. Общий кризис российской экономики, сложное положение большинства промышленных предприятий сопровождается снижением доли работников молодых возрастов. Редкое предприятие может похвастаться молодой и квалифицированной сменой на подходе. По статистике, самая молодая группа рабочей силы (до 20 лет) в 2003 г. составила всего 2,3% всех занятых, что в три раза меньше, чем в 1992 г. [Голенкова, Игитхян 2005]. Ориентация на продолжение образования и служба в армии резко уменьшают шансы вчерашних школьников на долговременные связи с предприятием. Общим местом стала ситуация, когда полученное образование никак не соотносится с будущей трудовой деятельностью, и выпускники инженерных и других технических факультетов находят себя в непроизводственном секторе, сфере услуг и торговле [Чередниченко 2001].

С одной стороны, кадровое развитие практически любой организации сложно представить без притока высококвалифицированной молодежи. Молодое пополнение обещает формирование управленческого резерва, рост производительности труда и качества рабочей силы. С другой – далеко не все промышленные предприятия проводят политику, направленную на привлечение и адаптацию молодежи. Об этом говорят социологи, занимающиеся трудовыми отношениями [Становление... 2004], об этом свидетельствует и представляемый проект.

#### **Информация о проекте**

Проект «Менеджмент и трудовые отношения: практики управления на современных российских предприятиях», финансируемый британским Советом по экономическим и социальным исследованиям (ESRC), был реализован в 2002–2006 гг. межрегиональным Институтом сравнительных исследований трудовых отношений (ИСИТО) в сотрудничестве с Центром сравнительных трудовых исследований Уорвикского университета (Великобритания) под руководством Саймона Кларка [Simon Clarke], Тони Элгара [Tony Elgar] и Вероники Кабалиной. Были проведены монографические исследования предприятий различных отраслей экономики России, расположенных на территории семи российских регионов, в ходе которых собиралась информация количественного и качественного характера, составлялся статистический и экспертный паспорт предприятия. Проектом было охвачено 55 преимущественно крупных и средних предприятий. В тексте использованы их условные названия. В целом собрано более 400 углубленных полуформализованных интервью с руководителями предприятий и их заместителями по производству, финансам и экономике, руководителями основных служб (маркетинга, персонала, труда и заработной платы), начальниками основных и вспомогательных цехов, мастерами, с председателями профсоюзных организаций. На каждом предприятии проанкетировано 16 работников, проведены индивидуальные и групповые интервью с работниками.

Выводы проекта не распространяются на все предприятия России. Собранные данные представительны для той группы предприятий, которая была охвачена исследованием. В их число попадают предприятия, как существующие с советских времен, так и созданные с нуля, с отечественными и с иностранными собственниками, входящие в состав крупных организационных образований и самостоятельные. Такая разнородность позволяет выделить определенные типы предприятий и провести сравнительный анализ их поведения.

## Введение

В центре внимания статьи – опыт работы с молодежью предприятий, участвующих в проекте. Предмет исследования – молодежная политика, направленная на привлечение, удержание и адаптацию молодых работников. Будут рассмотрены стимулирующие меры и механизмы интеграции молодых управленцев, ИТР и рабочих, доступные современным промышленным предприятиям. Ввиду того, что эмпирический материал представлен преимущественно интервью с руководителями разного уровня и документами по молодежной политике, в статье анализируется взгляд на проблему «сверху», с точки зрения работодателей. Оставляя в стороне стратегии социализации новичков, демонстрируемых самими работниками, мы обратимся к механизмам интеграции, демонстрируемым организациями<sup>1</sup>.

Говоря о «молодых работниках», мы не задавали нашим информантам жестких возрастных границ, скорее отталкивались от их собственного понимания, исходили из предлагаемого ими конструкта молодежного вопроса, а именно: общего инструментального понимания молодежи как социально-экономического ресурса, особой категории наемного персонала, требующей специального внимания. Категории сложной, хотя бы ввиду склонности экспериментировать с занятостью [Омельченко 2003]. Подобный «проблемный» подход перекликается с дискурсами отечественной социологии молодежи [Омельченко 2004: 53–64]. Иными словами, закрепление происходит и на уровне этнографического материала, в языке респондентов, и на уровне научной дискуссии. Предпринятый анализ молодежной политики промышленных предприятий также свидетельствует о господстве и воспроизводстве сложившихся конструктов, когда молодежь, прежде всего, – это проблемный трудовой ресурс и одно из возможных измерений рабочей силы.

Как показало исследование, следить за возрастным составом работников, анализировать и предпринимать шаги по его оптимизации позволяют себе немногочисленные организации. Испытывая потребность в квалифицированных кадрах, предприятия не всегда заполняют вакансии образованной молодежью. Молодые соискатели не проходят такой фильтр, как наличие стажа и опыта работы. В итоге на те платежеспособные предприятия, которые имеют возможность проводить конкурс и отбирать рабочую силу, молодые специалисты без опыта работы не попадают. Предприятия, уступающие по показателям качества рабочего места (низкий уровень оплаты, плохие условия труда, неясные перспективы профессионального и должностного роста), не оказываются в поле внимания молодых.

Крупные предприятия чаще имеют в своем распоряжении полновесные службы по работе с персоналом, отделы по профориентации, подбору, обучению и развитию персонала, по разработке внутрикорпоративных программ и созданию привлекательных условий занятости. Здесь ведется планирование развития персонала, налажена система обучения и работа с молодежью. Терминология соответствующая, технологическая – «*наращивание человеческого потенциала*». Но в массе мы имеем дело с куцей кадровой структурой, представленной парой инспекторов. Службы по работе с персоналом промышленных предприятий остаются управленческой периферией [Бизюков 2005]. Если вопрос о работе с

---

<sup>1</sup> Подробнее о стратегиях см.: [Смирнова 2005].

молодежь и артикулируется, то скорее как предпочтительный уклон кадровой работы, перспективный, желаемый, но, увы, доступный немногим. Тяжелые условия труда, неконкурентная оплата труда и слабый престиж профессий не привлекают в промышленность молодых квалифицированных работников.

Не секрет, что текучесть кадров среди молодых работников выше, чем в других возрастных группах. Слабая закрепляемость молодежи стала рутиной: *«Нет, текучесть небольшая. Все, кто трудоустроился сюда, обычно остаются. За исключением молодых»* [мастер, Нефтехимзавод-2]. Текучесть ведет к потерям, которые необходимо восполнять и, более того, изыскивать на это средства. Поэтому укоренение молодого работника выглядит актуальным и экономически оправданным<sup>2</sup>, улучшает такие показатели, как уровень образования персонала, медицинские показатели здоровья т.д. Но вместе с тем противоречит сложившейся практике закрепления и ключевого положения на производстве *«опытных квалифицированных кадров»*, *«старых проверенных профессионалов»*, т.е. стажистов.

Ошибкой было бы думать, что руководители предприятий все как один мечтают об омоложении персонала. Работа с молодежью требует организационных усилий и денег, финансовых вливаний, поэтому доступна небольшому кругу предприятий. Мечтая о появлении «новой крови» и охотно рассуждая на эту тему, директора на практике ориентируются либо на внутренние кадровые резервы, либо на самосокращение персонала (т.е. изживание избыточной рабочей силы пассивными методами), либо на консервацию численности, когда декларируемая цель – *«не растерять трудовой коллектив»*. На таких предприятиях только возмещение выбытия, что обычно происходит по причине выхода работника на пенсию, дает молодому человеку шанс на трудоустройство. Молодежная политика ставится во главу угла, как правило, в бизнесе, переживающем подъем, принадлежащем к динамично развивающимся отраслям, например, связи.

### **Подходы к интеграции молодых работников**

Исследователи трудовых отношений отмечают, что заинтересованным в молодежи предприятиям необходимо проводить системные мероприятия по удержанию молодых работников путем планирования их карьеры на предприятии [Становление... 2004]. Что включает в себя планирование карьеры в понимании традиционных предприятий? Это четкие контуры возможных карьерных перспектив через программы подготовки заместителей, открытая политика формирования кадрового резерва, профориентация выпускников, менторинг. Это контроль возрастной структуры персонала. Это меры, направленные на интеграцию молодежи не просто в трудовые коллективы, но и в управление предприятием. Привитие чувства сопричастности через создание молодежных советов, поощрение рационализаторских движений, других форм участия. Когда молодежь выделяется в качестве приоритетной группы различного комплекса мероприятий – от поощрения трудовых династий до преференций в трудоустройстве.

Несмотря на произошедшее в 1990-е гг. ослабление контактов с профтехобразованием, профильные учебные заведения остаются каналом заполнения вакансий. У стабильных организаций есть возможность опекать лицеи и техникумы, сохранять свои учебные комбинаты. Иногда эта дружба вынужденная, уникальные производства целиком и полностью зависят от подготовки специалистов узкой квалификации определенным учебным заведением. Для большинства же промышленных предприятий шефство и содержание собственных учебных баз – непозволительная роскошь. Заполучить студентов вузов тоже

---

<sup>2</sup> Ср.: «Как показывают наши расчеты, чем большим был опыт работы на одном рабочем месте, тем менее человек был склонен к межфирменной трудовой мобильности» [Ольбикова 2003].

сложно. Как показывают публикации, неразвит студенческий рынок труда, рынок молодежных вакансий специфичен и включает самые разные виды временной, краткосрочной, непостоянной работы, работу, которую можно совмещать с учебой в учебных заведениях [Чередниченко 2001: 115]. Понятно, что речь идет о непроизводственном секторе, где занятость более гибкая. Более чем у половины работающих студентов (55,7%) работа не соответствует учебной специализации [Константиновский, Чередниченко, Вознесенская 2001]. Тем не менее со стороны предприятий профориентация будущих специалистов ведется. Стоит упомянуть следующие меры:

- проведение мероприятий (олимпиады, конкурсы для старшеклассников), направленных на поиск талантливой молодежи и создание положительного имиджа рабочего места;
- наем студентов на временные рабочие места, на каникулы, в стройотряд;
- преподавание специалистов предприятий в учебных заведениях, патронаж над дипломниками и аспирантами;
- организация студенческой производственной практики. Место практиканта становится тестовым рабочим местом, руководители присматривают перспективную молодежь;
- заключение трехсторонних договоров (студент – вуз – предприятие) или договоров с вузами на обучение профильных групп; сотрудничество с центрами трудоустройства студентов или просто организация экскурсий для студентов последних курсов, предложение вакансий и собеседования.

Как видно из перечня, задействованы вполне традиционные каналы. Традиционны и способы адаптации уже зачисленной в штат молодежи. Это наставничество, обучение на рабочем месте, бригадный метод работы, вовлечение в деятельность профсоюза. В разных комбинациях они широко представлены в организации труда молодежи на изучаемых предприятиях.

### **Подходы к контролю за возрастной структурой**

Наиболее полное представление о молодежной политике предприятий помогают получить специальные локальные нормативные документы – Программы или соответствующие разделы в коллективных договорах, посвященные молодежи. Они затрагивают оплату труда, поощрения, оговаривают условия найма, решение карьерных притязаний, социальных вопросов. Молодежный акцент практически всегда присутствует в кадровой и социальной политике предприятий, другое дело – в каком объеме. Где-то на этот шаг вынудила «демографическая бомба», где-то – новый собственник, недовольный существующим составом занятых. Допустим, на Машзаводе-8 старение персонала приобрело столь угрожающие масштабы, что руководство вынуждено восстановить традиционную в прежние годы работу с молодежью<sup>3</sup>.

Иногда вместо программ присутствуют просто разовые акции или провозглашается общая установка на «омоложение персонала». Отличие молодежных программ от разовых акций и ситуативных мер состоит в том, что первые, как правило, предусматривают ответственность перед предприятием молодого специалиста – реципиента помощи. Так, участники Программы адаптации молодых специалистов на Машзаводе-8 подписывают обязательство проработать на предприятии в течение трех лет. На время участия в программе предусмотрена надбавка к зарплате в размере одной трети оклада. Аттестационная комиссия

---

<sup>3</sup> Численность персонала – около 11 тыс. человек, средний возраст рабочих – 57 лет.

рассматривает анкету молодого специалиста, программу адаптации, отчет, отчет руководителя стажировки и характеристику руководителя подразделения. Кроме того, завод готов оплатить учебу в техникумах и вузах, заручившись обязательством проработать на предприятии пять лет.

Наличие или отсутствие специального молодежного документа еще не гарантирует наличие или отсутствие реальной работы. Впрочем, как и существование соответствующего департамента или ответственного лица. Управленческая конфигурация может сложиться самая причудливая. Например, подбор персонала на Электротехническом заводе-2 курирует главный экономист. Идеи руководства в сфере управления персоналом тут не оформлены в виде программы, однако «точки контроля» очевидны, приоритеты расставлены предельно четко, включая оптимизацию возрастной и качественной структуры персонала. На предприятии ведется мониторинг возрастной структуры подразделений, существует компьютерная база данных по численности, полу, возрасту и стажу работы персонала.

Наиболее распространенная мера, в которую укладывается молодежная политика большинства обследованных предприятий, – это прямой или опосредованный контроль за возрастной структурой. Контроль может не артикулироваться в программных документах, но на практике быть принципом найма. Например, на Телекоммуникационном предприятии-2 с пенсионером при трудоустройстве будет заключен срочный трудовой договор, а с более молодым работником – бессрочный. Можно ли сказать, что это механизм поддержки молодежи? В чистом виде вряд ли, потому что это общее для всех правило, но вот косвенно оно положительно сказывается на показателе «средний возраст занятых». Инструментом закрепления перспективного молодого специалиста можно назвать заключение дополнительных к трудовому договору соглашений, в которых оговариваются обучение работника за счет предприятия, дополнительные надбавки, условия труда. На ряде предприятий вводят материальные выплаты к бракосочетанию, рождению ребенка, возвращению из армии, летнее сокращение рабочей недели для женщин, имеющих малолетних детей. Хотя просто «за молодость» вроде бы ничего нет, но реальными реципиентами таких выплат являются молодые работники.

К радикальным способам «омоложения» можно отнести ликвидацию надбавки за стаж работы на предприятии. Несмотря на сопротивление профсоюза, так поступил директор Машзавода-5. Однако в этом есть и противоречие, отражающее поиск предприятиями эффективных правил менеджмента. Ведь та же самая надбавка за выслугу лет призвана играть и стимулирующую роль в долговременности отношений работодатель – работник. Снижения числа работающих пенсионеров также добиваются через денежную стимуляцию (выплату единовременного пособия при выходе на пенсию), предложение льготных условий расторжения трудового договора. Поиски компромисса с работающими пенсионерами призваны решить сразу несколько задач: и омолодить штат, и сохранить социальный мир, и способствовать передаче опыта. На Электротехническом заводе-2 контроль за возрастной структурой кадров сочетается с ориентацией на местные традиции социального равновесия. Здесь при *добровольном* выходе на пенсию работник имеет право привести на свое место родственника. В случае обострения конкуренции за рабочие места в коллективном договоре может закладываться индексация выплат уходящим пенсионерам. Одним словом, *«поработали с категорией работающих пенсионеров, индивидуально поработали, провожали с честью, с добром, с деньгами большими»* [заместитель председателя профкома, Лесоперерабатывающий завод-1].

### **Формирование кадрового резерва**

Один из основных эффектов, ожидаемых от работы с молодежью, – это формирование кадрового резерва. Политика создания резерва свидетельствует о готовности к внутрифирменным инвестициям в развитие персонала. Экономически успешные

предприятия подходят к этому комплексно, всеохватывающе, укрепляют кадровый состав всего предприятия. Но большинство выбирает наиболее проблемную профессиональную группу и работает с ней. К примеру, на Заводе строительных материалов-4 контролируют ситуацию по отдельным специальностям, и там, где возникает перевес численности работников предпенсионного возраста, запускается Программа подготовки кадров. Она предусматривает расширение штатного расписания, прием молодых работников, обучение на рабочем месте или учебно-производственном комбинате завода.

Программы создания резерва могут быть как общими (рассчитаны на производственный и управленческий персонал), так и специализированными (выделяется приоритетная профессиональная группа); как внутренними (подбор осуществляется из штатных сотрудников), так и внешними (кадровый резерв из желающих работать на предприятии). Но в любом случае предприятия оказываются перед выбором – «покупать» специалистов на рынке или самим растить свои кадры. Подходы варьируются в зависимости от категории персонала. Можно говорить о различиях в работе с управленческим резервом, резервом специалистов и рабочих.

### *Менеджеры*

В отношении молодых управленцев дилемма выглядит так: делать ставку на отраслевиков или же на профессиональных менеджеров-управленцев? Советская система образования менеджментом промышленных предприятий не занималась. С этой кадровой проблемой предприятия столкнулись в эпоху рынка. Спрос на менеджеров неоднороден. Одно дело – менеджеры коммерческих подразделений, представляющие несвойственное прежде промышленным предприятиям направление «продажи». И другое – менеджеры-технари, модификация «классических специалистов». Как показывают материалы проекта, если приоритет падает на «выращивание», то первыми кандидатами на управленческие должности являются *«свои проверенные люди»*. «Покупать» профессионального менеджера на рынке дорого и рискованно. Однако стратегия «растить самим» также является крайне затратной в силу инвестиций в дополнительное обучение и повышение квалификации, в плане временной отдачи.

Принцип назначения на должность «своих» органически вплетен в оргкультуру традиционных предприятий, и его нарушение воспринимается болезненно, может вести к серьезному подрыву мотивации хорошей работы. Один информант вспоминает о конфликте, вызванном гендерной и возрастной несостоятельностью линейного руководителя:

*«Там девочка молодая – подменный мастер. Вот у нее с одним работником стала возникать ситуация. Она его попросит что-нибудь сделать, а он стал спрашивать: "А что это будет стоить?" И так постоянно. С мастером основным вопросов нет, а на девочку давить пытался. Она мне об этом рассказала. Потом побеседовали вместе, вроде бы он со всем согласился, но, тем не менее, написал заявление на увольнение, что я работать не хочу, а когда уволился, то подал в суд, что его использовали не по назначению»* [председатель профкома, Хлебокомбинат-1].

Для старых производств задача омоложения управленческого персонала особенно актуальна. Кризисные 1990-е привели к оттоку с промышленных предприятий квалифицированной и мобильной средней возрастной группы. Наш проект совпал с моментом, когда специалисты советской закалки завершают свою трудовую биографию, и после десятилетнего перерыва предприятия открывают дорогу молодежи, причем на управленческие позиции. Система подготовки смены на ключевые посты включает ротацию управленческих кадров, организацию тренингов и курсов повышения квалификации, доступ к получению бизнес-образования. Программы заместителей, иначе называемые Программами резерва руководителей, предусматривают определение потенциальных кандидатов на занятие

руководящих постов. Резервист проходит стажировку на рабочем месте предполагаемого продвижения. В оперативный резерв входят кандидаты, способные в любой момент занять вакантную должность, в стратегический – перспективные сотрудники на будущие вакансии.

Новые владельцы предприятий нередко приводят свою управленческую команду, как правило, более молодую по возрасту по сравнению с предыдущими «красными директорами». Команду молодых, энергичных, амбициозных профессионалов. Меняется структура управления, внедряются новые технологии учета труда. Если при смене собственника предприятие включается в бизнес-группу, то, с одной стороны, это открывает для молодых и предприимчивых внутренний рынок труда, возможность обучения в корпоративных университетах, получение опыта работы в международной или российской корпорации, попадание в управленческий резерв. Карьерный рост уже выходит за рамки предприятия, продвижение вероятно внутри группы в целом. С другой стороны, это означает переманивание лучших молодых специалистов с локальных рынков труда, угрожает кадровому потенциалу местных предприятий. Слабые игроки в холдингах не могут тягаться с более сильными за перспективных в плане возрастной отдачи сотрудников.

Менеджер новой формации – это молодой профессиональный управленец, отвечающий современным требованиям ведения бизнеса. «Молодость и мобильность – основные характеристики национального рынка управленческих кадров», – свидетельствует институт Адама Смита по результатам опроса российского делового сообщества<sup>4</sup>. Про них не напишут «*Вся трудовая биография связана с родным заводом...*» или «*Начал(а) трудовой путь у фабричной проходной...*» Неудивительно, что совершенно непривычная и малопонятная простым рабочим «*модель профессиональной карьеры менеджера*» внушает сомнения и подозрения в том, что «*ссылают*» на новые площадки далеко не лучших. Для этой категории не нужна «адаптация», она не предусмотрена рамками профессии, где главное – неукорененность, мобильность: «*Эти мальчишки, которые сюда приезжают, варяги, как мы их называем, на 2–3 года – они знают конкретно, за что они мучаются. Они получают деньги и уезжают опять же в Москву или Санкт-Петербург. Никто же не собирается здесь дальше жить*» [руководитель отдела маркетинга, Лесоперерабатывающий завод-1].

Если же говорить о позициях **линейного менеджмента** на промышленных предприятиях, то образ традиционных шагов роста и «правильной» карьеры не претерпел такой трансформации, как у топ-менеджеров. Тут другой хронометраж, счет идет на десятилетия:

*«Я пришел вот таким вот мальчонкой. Прошел все ступени, и кем я стал? Начальником цеха. Мог ли я о таком мечтать! <...> Пять лет начальником цеха – очень малый срок, только вхождение в дело. Я только сейчас по-настоящему стал уверенно чувствовать себя. Это очень большая ответственность»* [начальник цеха, Машзавод-8].

Многие руководители по-прежнему считают, что и сейчас на производстве возможен должностной рост по старым шаблонам, когда директорской должности предшествовал постепенный рост с низов, с рабочей специальности. Ставка делается на традицию смены поколений, на «выращивание» своих кадров, т.е. производственников. Однако материалы исследования говорят о том, карьерная лестница современного выпускника профтехучилища вряд ли имеет реальные перспективы дотянуться до кресла директора.

В ходе управленческих реформ редко кто из новых владельцев предприятий решается трогать линейный менеджмент – бригадиров, мастеров, начальников цехов. Тут дело с пополнением и омоложением кадрового резерва обстоит еще сложнее [Гончарова 2005]. Достаточно показательна ситуация на Трикотажной фабрике-1, где руководители производства одновременно достигают пенсионного возраста. Квалифицированные рабочие – ровесники бригадирам и мастерам, к тому же они совершенно не стремятся занять

<sup>4</sup> <http://www.sostav.ru/news/2005/06/21/r7/>

их место. Уровень оплаты менеджеров среднего звена одинаков или уступает кадровым рабочим, а ответственность и нагрузка несоизмеримо выше.

Создание кадрового резерва линейных руководителей призвано сформировать группу, способную осваивать и проводить в рабочую среду предлагаемые собственником решения и новшества. Иными словами, в патерналистскую культуру производственных коллективов транслировать новую логику управленческих решений. Современные экономические условия ставят перед мастерами и начальниками цехов широкие задачи, требуют знакомства с менеджментом. Поэтому предприятия нуждаются в управленцах новой закваски, в менеджерских качествах, имеющих очевидную поколенческую окраску.

### *Инженерно-технические работники*

На инженерно-технических работников промышленные предприятия предъявляют гораздо меньший спрос, чем на менеджеров и рабочих. Это связано с общей невостребованностью технических специалистов. Закрылись конструкторские бюро, отраслевые НИИ, свернуты собственные заводские разработки. Массовые сокращения ИТР прошли еще в середине 1990-х. Сегодня многие предприятия, особенно включенные в цепочки холдингов, по сути, представляют собой производственные площадки. Отпала потребность в собственных КБ и лабораториях, удалось избавиться от избыточной численности ИТР. Например, общая численность персонала Машиностроительного завода-6 в 1990-е гг. сократилась в 3,5 раза, а инженерно-конструкторский состав уменьшился в 10 раз. Поэтому отказываются от найма молодежи на позиции ИТР в пользу дорабатывающих до пенсии или работающих пенсионеров. Снижение издержек достигается в том числе за счет экономии на оплате труда. Возрастная дискриминация на рынке труда и слабый спрос на массовую в советское время профессию инженера сдерживают мобильность ИТР и сопровождаются крайне низким уровнем оплаты труда этой категории персонала [Kozina, Zhidkova 2006: 74, 85].

Однако на ряде предприятий намечается сдвиг в кадровой работе с ИТР, в том числе по линии омоложения технических служб. И здесь выбор тот же самый: удерживать особыми мерами работников-ветеранов либо же привлекать молодых специалистов. Опираясь на введение стимулирующей схемы оплаты труда ИТР, новое руководство Машзавода-5 начало именно с реформирования конструкторского отдела. Цель преобразований – выталкивание работников старой формации, которые не вписываются в атмосферу инновационной активности, предлагаемую новым руководством. Здесь внедряется проектный подход к организации работы, согласно которому инженеры самостоятельно определяют объем трудовой нагрузки. Таким образом, заработная плата будет существенно различаться в зависимости от интенсивности и результата труда работника:

*«Я покупаю услугу и я хочу знать, за что я плачу. Старый подход полностью развратил коллектив ИТР. Мы сейчас с этим боремся. Работники, особенно конструкторы, в основном старые. Они и молодежь развращают. Видно, что молодежь приходит с горящим взором, а сейчас тухнет. Мы им оклады хорошие поставили, а выхлопа – никакого. Они стали работать хуже. Мы пришли к выводу, что стимулов-то к труду нет. Ему чертеж выгоднее за месяц нарисовать, чем за два дня» [гендиректор, Машзавод-5].*

Формирование резерва инженерно-технических работников происходит через развертывание рационализаторского движения, стимулирование технических инноваций, создание Советов и Школ молодых специалистов. Приветствуется стремление работников повысить свою квалификацию. Однако обучение ИТР вне предприятия не приобрело систематического характера, представлено единичными случаями, что обуславливает «индивидуальный подход» к решению проблемы.

В отличие от менеджеров престиж инженерных профессий крайне низок, и приток молодых специалистов на вакансии ИТР в промышленности довольно слаб. Некоторые производства

не испытывают нехватку новых специалистов, но есть и такие, которым они нужны. Особенно если поблизости нет профильных учебных заведений и обученных специалистов на локальном рынке труда. А приглашать выпускников из других городов уже нереально. Буквально у нескольких предприятий остались на балансе общежития, которые помогают справиться с проблемой кадрового голода за счет найма мигрантов или сельской молодежи, но никак не решают проблемы молодых специалистов.

Примечательно, что промышленные предприятия, практикующие рекрутинг молодежи, нередко предлагают вчерашним студентам начать с места рабочего, объясняя это возросшими требованиями к персоналу при снижении уровня подготовки выпускников. Сегодня инженерно-техническому работнику уже недостаточно иметь только профильное образование. Требование знания иностранного языка и компьютерной грамоты – примета времени и признак ориентации найма на молодых кандидатов.

### *Рабочий класс*

На первый взгляд, инноваций в работе с рабочей молодежью нет, все очень привычно – конкурсы профмастерства, производственные соревнования, обучение смежным специальностям, проведение аттестации молодых работников. Перестали играть заметную роль традиционные источники воспроизводства рабочего класса. Село и мигранты не обеспечивают потребности в квалифицированных рабочих. Престиж рабочих профессий, социальный статус рабочего класса серьезно пошатнулся. С монотонным исполнительским трудом, тяжелым и оупляющим, ассоциируется сегодня труд рабочего. Так, А. Темницкий отмечает, что молодые рабочие значимо выше, чем их старшие коллеги, оценивают уровень рассогласования между своими профессиональными знаниями и выполняемой работой [Темницкий 2003].

Старые производства лишены прежней образовательной инфраструктуры, утеряны связи с учебно-производственными комбинатами, где советские старшеклассники в обязательном порядке получали рабочую профессию (у меня до сих пор хранится удостоверение сборщика часов). В условиях ограниченного спроса на рабочую силу обычным методом рекрутинга стал родственно-знакомственный найм. Он находит отражение даже в коллективном договоре ряда предприятий. В частности, Завод строительных материалов-4 обязался принимать детей работников после окончания учебных заведений, трудоустраивать их на время каникул.

Формирование кадрового резерва рабочих происходит благодаря разрядной системе, действующей в бригадах. Бригадный метод работы применяется также для адаптации рабочих-новичков. Если раньше на Трикотажной фабрике-1 новеньких включали в действующие бригады, то в последнее время внедрена иная система, когда формируются отдельные бригады из вновь пришедших девушек. Управлением персонала разработана Программа профориентации и адаптации по профессии «швея». Ввиду того, что наиболее эффективный возраст работниц швейного производства приходится на 20–40 лет, Программа ставит задачу повысить привлекательность предприятия среди молодежи. Создание молодежных бригад было воспринято неоднозначно. Основной аргумент в пользу нововведения – потребность молодежи в адаптации, необходимость «привыкнуть и втянуться», получить максимально полную информацию о новом рабочем месте и коллективе. Молодые работницы знакомятся со структурой производства, специалистами, для них организуют встречи и экскурсии. Позиция открытости предприятия и руководства оправдывает себя, так как информированность рабочих о положении дел на фабрике ведет к пониманию ситуации, понимание – к включенности в ситуацию, включенность – к принятию ответственности [Климова 2003].

Проблема текучести, так же как и в других профессиональных группах, касается, в первую очередь, молодых. Принцип, схваченный словами «*Ставку делаем на старых опытных и молодых инициативных*», сосуществует с другим, свидетельствующим о привилегированном положении на предприятиях опытных рабочих-стажистов и ветеранов. Массовый приход молодежи в штат – это риск. Даже если он позволяет снять актуальную для рабочей среды проблему дисциплинарных нарушений<sup>5</sup>. Удерживая, в том числе зарплатой, квалифицированных старых рабочих (лучший станок, самые дорогостоящие операции, интересные изделия) и закрывая низовые управленческие позиции проверенными кадрами, руководство в реальности оставляет рабочей молодежи самые непривлекательные и бесперспективные в плане роста вакансии и минимальные зарплаты. Это одна из главных причин текучести кадров среди рабочей молодежи.

Задача интеграции и адаптации молодых рабочих обычно делегируется их непосредственному руководителю, вменяется в обязанность бригадиру, реализуется через систему звеньевых. Довольно типично возложение ответственности за работу с новичками на линейных менеджеров, сопряженное с непосредственным отбором и закреплением перспективных рабочих. Практика наставничества широко распространена в рабочей среде, неформальна и естественным образом вплетена в трудовой процесс. Хотя она может быть оформлена процедурно «Положением о наставничестве» или поощряться отдельным видом премирования «За наставничество». На предприятиях, где налажен учет индивидуального вклада, при сдельной оплате из-за наставничества возникают конфликты. Например, на Рыбозаводе-1 опытные рабочие теряют время на обучение, что снижает и их заработок. Если же оплата труда привязана к коллективным показателям, то нацеленность на общий результат и командная работа способствуют возникновению солидарности и применению практики наставничества.

Однако «человеческий капитал» молодого рабочего, его социально-психологический портрет вызывает большую тревогу со стороны администрации. Не стоит недооценивать значение этого обстоятельства, так как выводы исследователей вполне однозначны: «Именно от сложившихся отношений между рабочими и их непосредственными руководителями зависит размер заработка и условия занятости» [Темницкий 2003]. Менеджерами конструируется образ проблемного молодого работника, образ, который не укладывается в одобряемый сценарий нормативного адаптивного поведения: ленивого, неспособного проявить солидарность, с завышенными требованиями, отсутствием культуры поведения на рабочем месте.

*«Текучесть высокая, потому что молодежь сейчас не хочет работать. Зарплата устраивает, но не хотят работать. И пьяниц очень много»* [сотрудник отдела кадров, Машзавод-5].

*«...Даже и сейчас идут на работу с баночкой джина. Перед проходной спрячут за куртку и спокойно проходят»* [мастер, Металлургический завод-2].

*«У молодого поколения очень высокие запросы и очень мало опыта. Но чтобы научиться много зарабатывать, надо научиться много работать»* [главный инженер, Машзавод-5].

*«Приходит много молодых рабочих, был проведен курс обучения при училище. Потом они все равно не в состоянии на допуск сдать»* [начальник цеха, Нефтехимзавод-2].

Неудивительно, что молодым рабочим трудно входить в первичные трудовые коллективы, отмеченные устойчивым эмоциональным характером межличностных отношений. Для

---

<sup>5</sup> Так, решение Хлебомакаронного комбината-2 о найме студенческой молодежи на неквалифицированные рабочие места проблему с воровством и пьянством пресекло, при этом текучесть кадров резко возросла.

организационной культуры российских предприятий характерны феномены неформальных групп, сила неформальных механизмов и давление группового контекста [Климова 2000]. Если прибавить сюда иерархичность социальной структуры и деление на группы старых и молодых рабочих в плане возраста, стажа работы, уровня оплаты труда, отношения к собственности (владение акциями предприятия), то задача влиться в коллектив и стать «своим» выглядит поистине непростой. Если молодой рабочий является носителем чуждой культуры, то шансов безболезненно, по словам информанта, «*влисть в этот коллектив*» мало. Только случаи массового приема рабочей силы могут расшатать целостность микроколлективов и занести потенциал конфликта. Только если изменится соотношение групп ветеранов и молодых рабочих – и численно, и статусно. Иначе, «*если он не подходит коллективу, его как плевков выплюнут*» [мастер, Лесоперерабатывающий завод-1].

### **Социальные аспекты молодежной политики**

Социальная политика промышленных предприятий зависит от экономического благополучия и позиции в отношении социальной ответственности. Кризисные производства вынуждены сворачивать данное направление развития. Регулирование социальной стабильности особенно актуально для градообразующих предприятий и промышленных гигантов. Социальные услуги таких организаций напрямую затрагивают жизнь окрестных территорий, в том числе молодежи населенных пунктов. Тут будущий работник воспитывается с детства, с подшефного детского сада, школы, училища. Учебные заведения находятся под крылом, профсоюзные ученические организации входят в профсоюзную организацию предприятия, ведется активная работа с подрастающей сменой. Патриотизм по отношению к заводу-кормильцу может закладываться, что называется, с младых ногтей. Здесь наиболее наглядно и выпукло реализуется стратегия на выращивание собственных кадров, поощряются и поддерживаются трудовые династии. Родственный найм обеспечивает бесперебойное воспроизводство социальной структуры, экономит средства предприятия на рекрутинг и адаптацию новичков, в то же время помогает поддерживать качественно однородный социальный состав низовых коллективов. Сохранению корпоративистских установок способствует то обстоятельство, что там работают люди, ощущающие себя членами сообщества, объединенные разнообразными – дружескими, соседскими, родственными – узами [Климова 2003]. Влияет и отсутствие конкурентных рабочих мест на локальном рынке труда. Существование таких производственно-поселенческих сообществ дает возможность контроля не только производственной, но и внепроизводственной жизнедеятельности, что особенно акцентируется в работе с молодежью.

В этом плане интересен Завод строительных материалов-3 – предприятие, не относящееся к категории градообразующих, но исповедующее ту же философию – «*философию Севера*». Среднее по численности занятых (400 человек) и расположенное в областном центре средней полосы, оно свою корпоративную культуру строит на принципах изолированных локальных сообществ, когда организация становится работнику и его семье отцом родным, «*занимается нашими рабочими, семьями, детей в садик, школы, институты устраивает, жилищные вопросы решает*». Идея создания обволакивающей работника социальной инфраструктуры принадлежит гендиректору и коренится в его личном опыте жизни на Севере. Материальные вложения в работников направлены на сохранение стабильного высокопрофессионального коллектива. Здесь реализуются невиданные по нынешним временам социальные программы, нацеленные в том числе и на поддержку молодежи разных статусных позиций. Это оплата обучения детей работников, ссуды и жилищная программа (коттеджи – для высшего звена, малоквартирные дома – для рядовых ИТР, кредиты на приобретение жилья – для рабочих). Результат – высокая степень идентификации с коллективом, корпоративная солидарность, встроенность деловых отношений в родственные и проявление семейственности в качестве важного фактора социальной структуры предприятия.

Социальное обеспечение производственного процесса в целях интеграции молодых работников признается руководителями в качестве перспективного направления, не упирающегося исключительно в культурно-досуговую деятельность. Иницилируя сверху молодежные объединения, поддерживая движение КВН или привлекая молодежь к обсуждению социальных проблем, предприятия попутно решают задачу «кузницы кадров»<sup>6</sup>. Выбирая лучших, отсеивают посредственных.

*«Если человек участвует в делах молодежи, он становится заметен на уровне руководства цеха. Соответственно руководство цеха, видя перспективного молодого работника, который успевает и на производстве, и в общественных делах, естественно, старается или поощрить или продвинуть выше. Молодой работник, получается, сам заинтересован в участии в делах молодежи»* [зампредседателя молодежной организации, Metallургический завод-4].

На нескольких предприятиях по инициативе руководства созданы молодежные общественные организации, советы. Заводские газеты в соответствующих рубриках вновь освещают «работу с молодежью», комсомольский задор еще не выветрился. В то же время молодежные организации не самостоятельны, а зависят от расположения и поддержки со стороны руководства предприятий.

## **Заключение**

В статье рассмотрена молодежная политика промышленных предприятий: что предлагают молодым соискателям, что вкладывают в образ привлекательного для молодежи рабочего места, каким образом оно конструируется, чем наполняется. Проект, посвященный менеджменту и трудовым отношениям на современных российских предприятиях, зафиксировал нарушение традиционного воспроизводства рабочей силы. Внутрифирменное обучение, наставничество, профориентация, возрождение молодежных заводских организаций – вот некоторые меры, к которым прибегают сегодня предприятия. Только устойчивые организации позволяют себе комплекс системных мероприятий по планированию карьеры молодых работников. Реализация карьерных притязаний, ясные перспективы профессионального и должностного роста, социальное инвестирование в молодых специалистов и рабочих – такова практика передовых предприятий, чаще всего градообразующих или входящих в крупные хозяйственные объединения.

Поддержка молодых работников призвана, в первую очередь, укоренить реципиента помощи на своем рабочем месте, стимулировать труд и мотивировать дальнейшее профессиональное совершенствование. В укоренении молодежи не последнюю скрипку играют социальные услуги на предприятии. Их влияние на стимулирование труда молодежи важно, но все-таки не может перевесить более весомый фактор – низкую оплату труда начинающих работников.

Программы по адаптации, возможно, находятся в каком-то незримом противоречии с современной моделью карьеры, предполагающей высокую мобильность, неукорененность, отрицание традиционной ценности работы на одном рабочем месте, готовность к обучению и полному переобучению, смене рода деятельности. Жизненные притязания и стили потребления молодежи производят впечатление далеких от индустрии с ее постсоветскими промышленными предприятиями [Омельченко 2003: 89–90]. Не каждый завод или фабрика может предложить работу выпускникам престижных факультетов менеджмента или маркетинга. Редко где на промышленных предприятиях есть полновесные структуры, готовые принять начинающего юриста или аналитика рынка. Еще реже – готовые предложить высокий уровень оплаты труда молодых специалистов. Вопрос о том, насколько

---

<sup>6</sup> Плотникова Е.Б. Интеграционные процессы в трудовых коллективах // ИСИТО. Рукопись.

адекватна требованиям молодежи та система социальных гарантий и благ, выстроенная традиционными предприятиями, как она стыкуется с логикой индивидуализма, достижительной мотивацией и независимостью от работодателя в решении внепроизводственных вопросов, остается без однозначного ответа. Эта тема может стать основой будущих исследований, где объектом и ключевыми информантами будут непосредственно молодые работники промышленных предприятий.

Однако далеко не вся молодежь прогрессивна, а старики – носители эдакой замшелой советской трудовой этики. Молодежный контингент тоже неоднороден. И не все категории молодой рабочей силы одинаково востребованы. Для разных групп персонала применяются разные стратегии рекрутинга и адаптации. Если культура управленческих слоев переживает быстрые процессы перестройки, то культура рабочего класса более традиционна и обладает инерцией. Изучение статусной динамики и моделирования профессиональной карьеры в условиях маргинальной ситуации с занятостью молодежи на промышленных предприятиях можно считать практической задачей, затрагивающей регулирование социально-трудовых отношений.

## Литература

- Бизюков П.* Службы персонала – управленческая периферия // Практики управления персоналом на современных российских предприятиях / Под ред. В.И. Кабалиной. М.: ИСИТО, 2005. С. 36–67. <http://www.warwick.ac.uk/fac/soc/complabstuds/russia/manstruct/MSRuspubs.htm>
- Голенкова З.Т., Игитханян Е.Д.* Профессионалы – портрет на фоне реформ // Социологические исследования. 2005. № 2. С. 28–36. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Гончарова Н.* Проблемы интеграции линейного менеджмента в управленческую иерархию // Практики управления персоналом на современных российских предприятиях / Под ред. В.И. Кабалиной. М.: ИСИТО, 2005. С. 94–115.
- Климова С.Г.* Рецензия на книгу: Шершнева Е.Л., Фельдхофф Ю. Культура труда в процессе социально-экономических преобразований: опыт эмпирического исследования на промышленных предприятиях России (СПб.: Петрополис, 1999) // Социологический журнал. 2000. № 3–4. <http://www.nir.ru/socio/scipubl/sj/sj3-4-00klim.html>
- Климова С.Г.* Персонификация или солидарность // Отечественные записки. 2003. № 3 <http://www.strana-oz.ru/authors/>
- Константиновский Д.Л., Чередниченко Г.А., Вознесенская Е.Д.* «Кончить курс и место достать»: исследование вторичной занятости студентов // Социологический журнал. 2001. № 3. С. 101–120. <http://www.nir.ru/sj/sj/sj3-01konst.html>
- Ольбикова Е.И.* Влияние образовательных различий на характер трудовой мобильности работников (на российском рынке труда) // Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 5. С. 72–94.
- Омельченко Е.Л.* Такие похожие, такие разные: стилевые профили и гендерные различия трудовых стратегий молодых специалистов на рынке труда // Гендерные отношения в современной России: сб. науч. статей / Под ред. Л.Н. Попковой, И.Н. Тартаковской. Самара: Изд-во Самарского ун-та, 2003. С. 83–120.
- Омельченко Е.Л.* Молодежь: Открытый вопрос. Ульяновск: Симбирская книга, 2004.
- Смирнова Н.И.* Организационная культура промышленных предприятий: исследование немецкого строительного концерна // Экономическая социология. 2005. Т. 6. № 3. С. 70–88.

Становление трудовых отношений в постсоветской России / Под ред. Д.Д. Барделебен, С.Г. Климовой, В.А. Ядова. М.: Академический проект, 2004.

*Темницкий А.Л.* Отношение к труду молодых рабочих промышленных предприятий в советский и постсоветский периоды // Социологический журнал. 2003. № 4. <http://knowledge.isras.ru/sj/sj/sj4-03tem.html>

*Чердниченко Г.А.* Личные планы выпускников средних учебных заведений (сравнительный анализ) // Социологические исследования. 2001. № 12. С. 108–116. <http://www.ecsocman.edu.ru/socis>

*Kozina I., Zhidkova E.* Sex Segregation and Discrimination in the New Russian Labour Market // Adapting to Russia's New Labour Market. Gender and Employment Behaviour / Ed. by S. Ashwin. L.: Routledge, 2006. P. 57–86.

## Дебютные работы

### СЕТЕВЫЕ ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ КОНКУРЕНТАМИ (НА ПРИМЕРЕ РЫНКА РАДИОРЕКЛАМЫ МОСКВЫ)

Варзакова Анастасия,

выпускница магистратуры факультета социологии ГУ–ВШЭ

#### **Введение**

Социологическая теория завоевывает все более прочные позиции в изучении и объяснении явлений, которые традиционно являлись сферой научного интереса экономистов. В рамках социологического подхода возникло несколько направлений изучения хозяйственной жизни в целом и рынков как локализуемых ее элементов в частности. Одним из основных, на наш взгляд, является сетевой подход, предоставляющий возможность анализа рынков как переплетений социальных сетей, под которыми понимается совокупность устойчивых связей между участниками рынка [Радаев 2003: 33]. Сетевой подход к изучению рынков открывает возможность выявления объективной структуры взаимоотношений между участниками рынка и с ее помощью объяснения таких рыночных ситуаций, которые не поддаются объяснению в рамках экономического анализа.

Для нас такой проблемой стала возможность существования между одними и теми же участниками рынка, казалось бы, взаимоисключающих отношений: конкуренции и сотрудничества. В частности, такая ситуация существует на московском рынке радиорекламы. Это достаточно узкий рынок (практически все игроки, как рекламные агентства, так и радиостанции, знакомы друг с другом и находятся во взаимодействии – формальном или неформальном), что зачастую ведет к сложному переплетению отношений конкуренции и партнерства.

#### *Сетевой подход в экономической социологии*

Сетевой подход помогает при анализе экономической жизни общества избежать двух крайностей: недо- и пере-социализированного объяснения. Первая крайность характерна для экономической теории, склонной рассматривать индивидов как обособленных, рациональных и преследующих свои эгоистические интересы. В противовес этому подходу возникает вторая крайность: культурно-детерминистские концепции, сводящие все объяснения к диктату социальных норм и ценностей, которые усваиваются индивидами в процессе социализации, и не оставляющие места для анализа человеческого действия. <...>

Мы же обратились к сетевой подходу в качестве альтернативной концепции, удерживающей от соскальзывания в ту или другую «крайность» и дающей широкий простор для исследования сложных систем взаимодействия между участниками рынка. Данное преимущество сетевого подхода отмечают в своей работе «Сети и хозяйственная жизнь» У. Пауэлл и Л. Смит-Дор: «сети оставляют место для анализа человеческого действия... и подчеркивают значимость структуры и ограничений» [Пауэлл, Смит-Дор 2004: 226]. Именно такая теоретическая схема нам видится наиболее продуктивной для целей нашего исследования, так как сети «образуют некий средний уровень, предлагая третий путь – независимо от того, считаем ли мы их метафорой, методом или теорией» [Там же].

<...>

Так что же такое сеть? Сеть – это множество взаимосвязанных узлов. Узлы – это точки, в которых петли взаимно пересекаются [Castells 2000: 8]. Таким образом, социальные сети

можно представить как совокупность агентов, занимающих определенные позиции, объединенных связями-отношениями, между которыми циркулируют разного рода ресурсы. Социальные связи в таком виде характерны и для рыночной ситуации <...>. А так как рынок мы определили как переплетение социальных сетей, под которыми понимается совокупность устойчивых связей между участниками рынка (неповторяющиеся, разовые контакты просто не могут привести к созданию сети), то базовой единицей нашего анализа должны стать сетевые связи, имеющие социальный характер. Обратимся к их характеристикам, среди которых можем выделить следующие.

1. *Укорененность*. Очень часто деловые отношения перетекают в социальные, и наоборот, и поэтому иногда возникают трудности в определении того, что в данном случае первично, а что вторично. По сути, данная характеристика является системообразующей, так как все последующие могут быть редуцированы к ней.
2. *Связанность* подразумевает, что каждая позиция в социальной сети является узлом пересечения множества связей-отношений. «При длительной занятости работников складываются условия для плотных и стабильных сетей отношений, появляется общее понимание, выстраиваются политические коалиции» [Грановеттер 2004: 150].
3. *Реципрокность* (взаимность). «Организуя свою деятельность, участники рынка исходят не только из узкоэгоистического интереса, проявляющегося в ожидании возмещения затрат и получения выгоды по принципу “здесь и сейчас”, но из принципов взаимности, когда выгода может быть получена в будущем, причем в иной, неэквивалентной, форме и вдобавок, от других агентов сетевого сообщества» [Радаев 2003: 34]. Реципрокность может быть представлена как форма обмена, но при этом последний может быть интерпретирован как обмен только во временной перспективе. Очень часто реципрокность противопоставляется централизованным структурам, для которых характерно перераспределение, и рыночному обмену, ориентированному на соотношение стоимостей обмениваемых предметов [Безрукова 2004б].
4. *Персонафицированность* отражает межличностный характер взаимосвязей: имея определенную длительность во времени, социальные связи могут становиться лично окрашенными («продолжительные экономические отношения зачастую наполняются социальным содержанием» [Грановеттер 2004: 138–140]).

Выделяют следующие основные параметры сетевых структур [Радаев 2003: 70–73]:

- размер сети – определяется количеством прямых связей, включенных в индивидуальные объединения;
- плотность сети – измеряется количеством агентов и числом связей между ними;
- степень централизации сети – определяется тем, в какой мере агенты группируются вокруг единого центра;
- степень иерархизированности сетевых связей – определяется наличием не прямых связей и возможностями контроля поведения одних участников над другими;
- гомогенность сети – определяется по степени ее однородности / разнородности;
- сила связей – определяется структурной близостью между участниками рынка в организационном поле;
- ранг сети – определяется как длина общей многоступенчатой связи (маршрута), в которой один элемент сети связан с другими элементами. Ранг можно оценить как через размер сети, так и через ее плотность;
- теснота связей – измеряется количеством контактов или сделок за определенный период времени;

- устойчивость связей – определяется длительностью контактов и воспроизводством сетевой конфигурации во времени;
- замкнутость связей – определяется тем, насколько сводимы друг к другу связи; с точки зрения степени замкнутости сети могут быть открытыми (разомкнутыми) и закрытыми (замкнутыми);

<...>

### *Конкуренция в рамках сетевого подхода*

Сначала необходимо определиться с основными понятиями. Согласно концепции сетевого подхода, **рынок** – это «переплетение социальных сетей, под которыми понимается совокупность устойчивых связей между участниками рынка» [Радаев 2003: 33]. **Конкуренцию** определим как действия двух или более участников рынка, нацеленные на получение одного и того же ограниченного ресурса, доступного при определенных усилиях с их стороны [Там же: 320].

В рамках сетевого подхода исследование конкуренции представляет собой исследование отношений между конкурентами, которые реализуются с помощью сетевых связей (прямых и опосредованных). Х. Уайт показал, что стабильность на рынках возможна лишь в том случае, если, выстраивая свое поведение, акторы принимают во внимание действия друг друга [White 1981]. Рынок выступает как своего рода сигнальный механизм, помогающий фирмам выявлять и обустривать определенные ниши, которых в готовом виде не существует и которые приходится выстраивать посредством наблюдения за другими агентами, взаимного соотнесения действий. Соответственно действия по созданию и становлению отдельной фирмы-агента превращаются в элемент согласованных действий по созданию рынка в целом. Кроме того, если рассматривать рынок как сигнальный механизм, то средством передачи «сигналов» рынка выступают, в том числе, и сетевые взаимодействия, в которые включены участники рынка.

Таким образом, **конкурентная ситуация** как характер взаимного позиционирования и взаимодействия между участниками рынка, работающими в одном или смежных сегментах рынка, степень пересечения их интересов [Радаев 2003: 320] существует внутри сетевых взаимодействий.

<...>

### **Программа исследования**

Сетевой анализ рынка может строиться по следующей схеме.

1. Выявление акторов, то есть участников сети. При этом, как отмечает Н. Флигстин, необходимо провести разделение участников с точки зрения масштабов их деятельности относительно объема рынка. Крупные фирмы могут контролировать большее число внешних ресурсов, чем мелкие (например, такие, как цены поставщиков, вопросы финансовой помощи, законодательства), а также основные технологии или крупных клиентов. По этому принципу Флигстин разделяет участников рынка на тех, кто занимает господствующее положение, и тех, кто заинтересован в изменении существующего положения. «Доминирующее положение занимают крупные фирмы. Акторы в них знают своих основных конкурентов и выстраивают свои действия относительно других крупных конкурентов. Фирмы, заинтересованные в изменении положения (претенденты), – более мелкие, они выстраивают свои действия относительно более крупных фирм. При этом они воспринимают мир как данность, как нечто за пределами их контроля» [Флигстин 2004: 196].

2. Выявление связей между акторами. Если рассматривать сетевую структуру с позиций интеракционизма, т.е. как образование, создающееся и воссоздающееся в практиках экономических агентов [Безрукова 2004б], то: а) сеть производна от существующих социальных отношений (в ней создается и воспроизводится привычный образ действий экономических агентов); б) действия экономических агентов подкрепляются общими ожиданиями относительно действий других. Поэтому многие исследователи считают, что сетевые экономические структуры являются само собой разумеющимся продолжением существующих социальных отношений. Дж. Коулман называет их «апроприативные социальные организации» [Коулман 2001: 131].
3. Описание ресурсов, циркулирующих в данной сети. По мнению Р. Бёрта, сети возникают в результате отношений ресурсной зависимости. К таким ресурсам могут относиться различные виды капитала: информация, власть. Функцию «социального капитала» можно определить в терминах ресурсов, которые могут быть использованы акторами для реализации их интересов.

В нашем исследовании акцент будет сделан не на описании конфигураций сетей и их параметров, а на самом содержании сетевых связей и механизмах, которые их поддерживают.

<...>

**Объект исследования** – рынок радиорекламы г. Москвы. В рамках данной работы рынок радиорекламы понимается как рынок, основным товаром на котором является возможность донесения коммерческой информации до целевой аудитории рекламодателей. Иными словами, речь идет о месте в эфире радиостанции, где рекламодатель может разместить свое сообщение, чтобы его услышали (потенциальные) потребители рекламируемых им товаров или услуг.

**Предмет исследования** – сетевые взаимодействия между участниками рынка радиорекламы г. Москвы, в частности между конкурентами.

**Гипотезы исследования:**

- 1) партнерские отношения и конкуренция между одними и теми же агентами рынка могут сосуществовать, не противореча друг другу;
- 2) между участниками рынка существует сеть соглашений, ограничивающая конкуренцию и позволяющая поддерживать сотрудничество;
- 3) существование неформальных отношений между участниками рынка способствует сглаживанию конкуренции;
- 4) сеть взаимосвязей между агентами рынка неравномерна, а отношения, связывающие агентов сети, несимметричны.

**Информационная база исследования:** экспертный опрос и опубликованные интервью и выступления сотрудников рекламных агентств и коммерческих отделов радиостанций.

**Методы сбора эмпирических данных:** полуструктурированное интервью.

**Выборка.** Мы исходили из того, что на «верхнем» уровне сетевого анализа элементы объединения акторов в сеть определяются исследователем на основе теоретических предпосылок или практических соображений [Градосельская 2001]. Наша теоретическая предпосылка получена на основе изучения формальной организации рынка радиорекламы: это разделение игроков рынка на три типа. Отбор респондентов осуществлялся по принципу «снежного кома». При этом мы старались включить в выборку представителей всех выделенных нами типов участников рынка и для этого использовали элементы квотного отбора.

Таким образом, нами были опрошены следующие участники рынка.

1. *Сотрудники радиостанций* (представители трех радиостанций, принадлежащих разным холдингам, и двух радиостанций, не входящих в радио-холдинги):
  - коммерческий директор радиостанции, входящей в «двадцатку» первых радиостанций<sup>1</sup> (интервью 1);
  - программный директор радиостанции, входящей в «пятерку» первых радиостанций (интервью 2);
  - руководитель коммерческого отдела радиостанции, входящей в «двадцатку» первых радиостанций (интервью 3);
  - руководитель отдела по привлечению новых клиентов радиостанции, входящей в «пятерку» первых радиостанций (интервью 4);
  - руководитель направления по работе с крупными клиентами радиостанции, входящей в «пятерку» первых радиостанций (интервью 5);
  - менеджер коммерческого отдела радиостанции, входящей в десятку первых радиостанций (интервью 6).
2. *Сотрудники клиентских рекламных агентств* (представители трех крупных рекламных агентств):
  - два руководителя клиентской группы (интервью 7, 8);
  - медиапланер (интервью 9);
  - менеджер отдела закупок на радио (интервью 10);
  - руководитель отдела по закупкам нетелевизионных СМИ (интервью 11).
3. *Сотрудники специализированных рекламных агентств* (всего были опрошены представители двух рекламных агентств, занимающихся рекламой только на радио)
  - баинг-директор (интервью 12);
  - два руководителя групп по работе с клиентами (интервью 13, 14);
  - коммерческий директор агентства (интервью 15);
  - менеджер по работе с клиентами (интервью 16).

### **Участники рынка**

По оценке Ассоциации коммуникационных агентств России, в 2005 г. объем продаж рекламы на радио составил 155 млн. долл. Сами игроки рынка, т.е. представители радиостанций оценивают объем проданной в 2005 г. радиорекламы в 300 млн. долл. Хотя эта сумма составляет лишь 5% от всего рекламного рынка, она на 20% превышает показатель 2004 г.

Среди участников рынка радиорекламы можно выделить три типа агентов: коммерческие отделы радиостанций, специализированные баинговые рекламные агентства, клиентские

---

<sup>1</sup> Здесь и далее позиция радиостанций определяется по показателю охвата аудитории (на основе результатов исследования Gallup Radio Index: Москва, сентябрь 2005 г. – январь 2006 г.).

рекламные агентства. Все они занимаются планированием и размещением рекламы на радиостанциях.

### *Радиостанции*

Первый тип агентов – радиостанции, которые собственно являются «отправной точкой» рынка, так как производят продукт – радиоэфир, привлекающий радиослушателей. Именно в определенной аудитории радиослушателей заинтересованы рекламодатели, для которых место в радиоэфире дает возможность донести свою информацию (рекламу продукта или услуги) до (потенциальных) потребителей.

Между радиостанциями идет непрерывная конкурентная борьба за наибольший объем привлекаемой ими аудитории, который отражает показатель охвата аудитории (Reach %), регистрируемый исследовательскими компаниями. Коммерческий успех станции напрямую зависит от качества эфира, которое в данном случае понимается как соответствие вкусам и интересам наибольшего количества радиослушателей. Производство эфира полностью находится в ведении программного отдела, формирующего эфир на основе исследований аудитории радиостанции. Радиостанции конкурируют друг с другом за привлечение бюджетов рекламодателей, заинтересованных в их аудитории. *«Для коммерческого радио показателем успеха проекта или его неудачи является количество слушателей и рекламодателей, – говорит гендиректор радиостанции «Эхо Москвы» Юрий Федутин. – Для всех коммерческих радиостанций основной способ заработка – продажа собственных рекламных возможностей».* Рекламодатели, в свою очередь, при выборе станции руководствуются в основном количественным показателем аудитории: чем больше аудитория радиостанции, тем больше шансов получить рекламный бюджет.

На момент нашего исследования (2006 г.) в Москве насчитывалось порядка 45 радиостанций в FM-диапазоне и три станции, вещающие в диапазоне УКВ, что делает рынок радиорекламы одним из наиболее конкурентных и насыщенных в мире. Охват аудитории каждой радиостанции по данным TNS Gallup за апрель 2006 г. представлен в Приложении, из которого видно, что среди радиостанций выделяется «десятка» явных лидеров, привлекающих от 5 до 12% всех радиослушателей Москвы.

Однако большая часть радиостанций – не самостоятельные образования, а часть медийных холдингов<sup>2</sup>. «Лидером по количеству слушателей в столице (18,6%) сегодня является «Европейская медиагруппа» (ЕМГ), владеющая «Европой плюс», «Ретро FM», «Радио – 7», «Мелодией». Второе место по аудитории (17,1%) занимает «Русская медиагруппа» (РМГ): «Русское радио», «Русская служба новостей», «Максимум», «Динамит FM», «Хит FM» и «Монте-Карло». Третья позиция в рейтинге – у вещательной корпорации «Проф-медиа» с «Автордио», «Энергией» и «Юмор FM». Далее следует компания «М-Пул-плюс», дочерняя структура холдинга «Газпром-медиа», владеющая «Тройкой», «Попсой» и «Next», также к холдингу «Газпром-медиа» относится радиостанция «Эхо Москвы». Кроме того, заметным игроком является компания «News Media Radio Group», аффилированная с «News Corp.» Руперта Мердока, в активе которой «Наше радио», «Ультра» и «Best FM»<sup>3</sup>. Объем аудитории ведущих медиахолдингов представлен в Приложении.

Медиахолдинги избегают конкуренции между своими радиостанциями, четко разграничивая форматы радиоэфира и привлекая разные по социально-демографическим характеристикам

---

<sup>2</sup> Под холдингами мы будем понимать объединения, включающие несколько радиостанций; одну станцию, входящую в медиахолдинг наряду с другими СМИ (телевизионные каналы, журналы), мы будем рассматривать как самостоятельную.

<sup>3</sup> Шпак А. Одна слышимость // Секрет фирмы №14 (149), апрель 2006 г.

аудитории. О такой стратегии снятия конкуренции между радиостанциями одной медиаструктуры говорит генеральный директор ЕМГ Александр Полисицкий: «Мы хотим, чтобы наши радиостанции имели достаточно большую аудиторию, все входили в топ-10 и не работали друг против друга, т.е. чтобы их аудитории по возможности не конкурировали»<sup>4</sup>. Сходное мнение высказывает и Александр Варин, президент вещательной корпорации Профмедиа, хотя и подчеркивает сложность использования данной стратегии: «Ситуация на рынке действительно неоднозначная. С одной стороны, станций появляется все больше, поэтому всем игрокам приходится хоть как-то “нишеваться” – искать свои уникальные особенности, преимущества. При этом продукт, на основе которого строится их вещание, должен быть заведомо массовым и всеядным. Ведь чтобы иметь максимальную ежедневную аудиторию, необходимо использовать универсальные ингредиенты. То есть моментально возникает серьезное противоречие, и в результате станции становятся похожими друг на друга»<sup>5</sup>. Таким образом, стратегия четкого разделения форматов не всегда является универсальным решением, снимающим конкурентные противоречия между радиостанциями одного медиахолдинга, и не дает гарантий от опасности потерять ощутимую часть аудитории за счет слишком узкого формата радиоэфира.

Итак, основная конкурентная борьба разворачивается между медиахолдингами, объединяющими несколько разноформатных, а значит разнотипных по аудитории радиостанций. Между тем четкого разграничения радиоаудитории посредством жесткого форматирования эфира достичь практически невозможно, поэтому полностью снять конкурентные противоречия между радиостанциями одного холдинга также не удастся. Кроме того, на рынке есть «самостоятельные» станции (т.е. не входящие в радиохолдинги) – такие, как «Love Radio», «Серебряный дождь». Находясь в еще более жестких условиях, нежели станции, принадлежащие холдингам, они тоже участвуют в конкурентной борьбе за привлечение своей аудитории и, как следствие, за привлечение бюджетов рекламодателей.

Качество радиоэфира (а значит и количество радиослушателей) зависит от программного отдела радиостанции. Но успех станции также зависит и от коммерческих отделов, которые непосредственно занимаются привлечением рекламодателей, заинтересованных в аудитории радиостанций.

Коммерческие отделы отдельных радиостанций и коммерческие службы, обслуживающие несколько радиостанций одного медиа-холдинга, могут быть организованы по-разному.

➤ Коммерческие отделы могут структурироваться собственно по радиостанциям и продвигать рекламные возможности одной станции, входящей в холдинг, заниматься поиском рекламодателей, заинтересованных в аудитории станции. Многие представители радиостанций считают, что такая схема наиболее успешна: «поэтому если мы вдруг решили бы стать холдингом, приобрести какие-либо радиостанции, расширяться и т.д., я четко знаю, я бы сделала разные отделы продаж, у меня были бы по-разному сформированы и воспитаны менеджеры-продавцы, они по-разному горели бы на тот формат»<sup>6</sup>. Такая организация коммерческой службы позволяет каждому менеджеру хорошо владеть программной сеткой радиостанций и предлагать рекламодателям наиболее подходящее решение для их рекламной кампании. «Продавая только свою радиостанцию, я уверена в том, что предложу наиболее подходящий моему клиенту вариант размещения, так как я отлично знаю программы, расписание работы ди-джеев и т.д. ...я уверена в качестве своего предложения».

---

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> Мных С. Шоу-бизнес погубят многодетные олигархи // Секрет фирмы. 2005. № 9 (96). Март.

<sup>6</sup> Из выступления коммерческого директора радиостанции «Серебряный дождь» Натальи Синдеевой на Радиофору. Март 2006.

- Это может быть единый сейлз-хаус [отдел продаж. – *Прим. ред.*], продающий рекламные возможности всех радиостанций холдинга; в нем существует разделение по направлениям бизнеса привлекаемых рекламодателей. «К примеру, успех в рекламных продажах “Энергии” связан с тем, что ее отдел продаж был создан на основе уже действующей сейлз-структуры “Авторadio” и находится под единым с ним руководством. Точно так же и многое другое на более молодых станциях холдинга производится на уже готовых технологиях. Хотя строительство нашего холдинга продолжается до сих пор и потребует еще около двух лет»<sup>7</sup>.
- Разделение между отделами коммерческой службы может проводиться по формам продаваемых рекламных возможностей: отдельные подразделения коммерческой службы могут заниматься продажей прямой рекламы, организацией специальных акций или спонсорских проектов. Так, например, организована коммерческая служба Русской медиагруппы.

Таким образом, структуры коммерческих служб могут существенно отличаться друг от друга.

<...>

### *Клиентские рекламные агентства*

Второй тип агентов рынка радиорекламы – клиентские рекламные агентства. Среди них можно выделить два типа: крупные российские рекламные агентства и сетевые агентства, которые напрямую работают с рекламодателями и разрабатывают стратегии рекламных кампаний во всех СМИ. Под сетевыми агентствами понимаются представители в Москве крупных мировых рекламно-коммуникационных компаний, имеющих рекламные агентства по всему миру. Такие компании формально имеют головной офис, но каждое их агентство осуществляет самостоятельную деятельность на территории страны, где оно расположено. Сетевые агентства имеют в своей структуре собственные медийные и баинговые подразделения.

Сетевая организация помогает таким агентствам занимать ведущие позиции на рынке через сотрудничество с крупнейшими рекламодателями – представителями мировых брендов. Очень часто заключаются контракты между сетевым агентством и крупными рекламодателями мирового уровня, так что представителям сетевых агентств нет необходимости бороться за крупных клиентов-рекламодателей на локальных рынках. «Для нас нет большой необходимости заниматься поиском новых клиентов, мы не участвуем в этих забегах наперегонки, которые устраиваются мелкими агентствами... Для нас основной задачей является качественная работа с уже существующими клиентами и периодическое участие в тендерах, куда нас приглашают».

Российские клиентские рекламные агентства, как правило, тоже имеют давнюю историю работы, но в большей степени с российскими же рекламодателями; однако им все-таки приходится развивать новые отношения и заниматься поиском новых клиентов. Борьба за удержание старых при этом не ослабляется, так как конкуренция очень высока, постоянно появляются новые участники рынка, претендующие на его передел и перераспределение клиентов.

Таким образом, схема представления рынка радиорекламы становится трехчастной: радиостанции – клиентские агентства – рекламодатели.

---

<sup>7</sup> Мных С. Указ. соч.

### *Специализированные баинговые агентства*

К третьему типу участников рынка радиорекламы мы относим специализированные рекламные агентства, которые чаще всего выступают как подрядчики для крупных клиентских агентств и выполняют определенную функцию. Чаще всего речь идет о «баинге», т.е. закупке рекламного времени на радиостанциях на максимально выгодных условиях, которые может дать радиостанция; либо это может быть тактическое планирование рекламных кампаний именно на радио, если у агентства-заказчика нет специалистов по работе с радио как специфическим медианосителем. Это не исключает того, что у специализированных агентств могут быть прямые клиенты, но, как правило, это мелкие клиенты с маленькими бюджетами, которые обращаются в такие агентства с уже готовой рекламной стратегией.

Положение специализированных агентств достаточно неустойчиво, так как они выступают в качестве посредника между крупными клиентскими агентствами и радиостанциями, и им постоянно приходится доказывать необходимость своего участия в процессе. *«...приходится отчитываться, что ты делаешь, чтобы люди вообще поняли, что ты делаешь, а ведь это действительно им нужно, мы ведь такой объем работ выполняем... просто ведь у них [имеются в виду сетевые агентства. – А.В.] никто этим заниматься не будет»* [интервью 13].

Таким образом, наша схема усложняется на еще одно звено: радиостанции – специализированные агентства – клиентские агентства – рекламодатели.

Обратимся теперь к анализу сетевых связей, существующих на рынке, и попытаемся разобраться в том, как связаны между собой конкуренты.

Исходя из описанных нами выше типов участников рынка радиорекламы видно, что конкурентные отношения возникают, прежде всего, между участниками одного типа, так как они находятся в сходных условиях и претендуют на получение одного и того же ресурса сходными способами. Поэтому сначала попробуем разобраться в сетевых связях между участниками одного типа.

### **Сетевые связи между конкурентами**

#### *Конкуренция между радиостанциями*

К первому типу участников рынка мы отнесли радиостанции. Несомненно, конкуренция в этой нише рынка достаточно высока, так как в ней много игроков и борьба за рекламные бюджеты ведется путем привлечения как можно большей аудитории радиослушателей. Позиция каждого участника относительно прозрачна, поскольку аудитория всех станций ежемесячно опрашивается независимыми исследователями (например, компанией «Gallup»), измеряются показатели охвата аудитории по каждой станции. Очевидно, что каждая радиостанция заинтересована в расширении своей аудитории и, соответственно, «перетягивании» аудитории других радиостанций. *«Ну, вот запустили мы новую станцию, а откуда возьмется аудитория у нее? Конечно, мы рассчитываем оттянуть какую-то часть аудитории с других станций. Сразу понятно с каких – ведь количество радиослушателей более или менее постоянно. Остается один выход – программировать [станцию. – А.В.] так, чтобы наш эфир был лучше, интереснее (музыка, ди-джеи, интерактив), чтобы лучше соответствовал интересам нашей аудитории, на которую мы изначально рассчитываем. Вот мы и стараемся, в честной борьбе, я бы сказал»* [интервью 2]. Таким образом, конкуренция между радиостанциями развивается внутри определенных ниш, в соответствии с целевой аудиторией радиослушателей.

Радиостанции, нацеленные на одну и ту же аудиторию, проводят постоянный мониторинг эфиров радиостанций-конкурентов, отслеживают программное и музыкальное наполнение

эфира, сопоставляют содержание эфира и рейтинги радиостанций конкурентов. *«Если у них [конкурирующей станции. – А.В.] в эфире появляется что-то, чего нет у нас, мы пытаемся понять, насколько это нужно нашей аудитории. Конечно, фокус-группы, на которых мы тестируем музыкальное наполнение, не всегда дают адекватные результаты, поэтому за конкурентами в любом случае приходится следить. Другое дело, что никогда слепого копирования не происходит, мы все равно делаем свой особенный продукт, но информация должна быть полной, мы должны отслеживать их шаги, их приемы и вырабатывать свою линию»* [интервью 1]. Таким образом, взаимный мониторинг осуществляется всеми радиостанциями, и каждое действие конкурентов отражается на стратегии других участников. Кроме того, конкурирующие радиостанции общаются между собой напрямую, причем в сетевой структуре это происходит на всех уровнях: *«Конечно, мы всех у них [конкурентов. – А.В.] знаем, они нас знают. Более того, существует и дружба. ...Да разные отношения, это же одна среда, люди по духу близкие, кто-то учился вместе, кто-то женился, кто-то просто пилеры, и люди переходят... разные бывают ситуации»* [интервью 3].

Участники радиорынка периодически устраивают семинары как в рамках своих холдингов, так и общие, в которых принимают участие программные директора станций, музыкальные редакторы, ди-джеи. По мнению многих респондентов, ценность таких мероприятий не столько в содержании семинаров и официальных выступлениях участников (*«как правило это все-таки общие места, мало новой информации, но бывают практически все»*), сколько в возможности неформального общения в перерывах и после мероприятия (*«здесь уже много информации можно почерпнуть. И сплетни, конечно, бывают, но много полезного. И познакомиться опять же, если кто-то хочет получше место найти, здесь все контакты»*) [интервью 2].

Зачастую информация, которая формально удерживается, при личных контактах все-таки раскрывается. Например, одного из руководителей маркетингового отдела попросили выступить на семинаре и рассказать о результатах своей поездки на голландские радиостанции. Он отказался, по мнению многих участников, из-за нежелания раскрывать важную информацию, которая может использоваться для развития своей станции. Но затем спокойно делился этой информацией со знакомыми с других радиостанций во время кофе-брейков. *«Он действительно много интересного, полезного рассказал. Понятно не все, конечно, но даже с этим выступить бы не стал точно. А мы уже работаем в этой сфере давно, и есть личные отношения, так что это другое дело. Хотя он понимает, конечно, что информация распространится, и она распространилась...»* [интервью 2].

Таким образом, личные контакты выполняют функцию каналов обмена информацией, и все участники рынка придают им большое значение. Более того, сетевые связи между конкурирующими станциями не только не пресекаются или ограничиваются, а напротив, специально устанавливаются и поддерживаются. Сетевые связи пронизывают все структурные уровни организаций, объединяют многих конкурентов, начиная от их рядовых сотрудников и заканчивая руководством станций. Сетевые связи также используются как каналы мобильности, когда сотрудники одной радиостанции переходят работать на другую станцию, используя личные контакты. Такая мобильность позволяет организациям получать информацию, технологии, приемы, используемые конкурентами, поскольку человек, переходящий в конкурирующую организацию, обладает определенным инкорпорированным (по Бурдье) капиталом, который он заработал на предыдущем месте.

Что касается коммерческих отделов конкурирующих радиостанций, то они также связаны сетевыми отношениями, но связи здесь менее плотные и в основном осуществляются через руководителей коммерческих отделов. Рядовые менеджеры в таких контактах практически не участвуют, поскольку в работе они практически не пресекаются, для них не проводится общих конференций и семинаров, где могли бы установиться контакты. Кроме того, часто организация не заинтересована в таких контактах, так как менеджеры коммерческих отделов связаны с клиентами и решают вопросы оплаты, а здесь могут возникнуть ситуации

оппортунизма. На почве личных отношений возможны схемы «передачи клиента» конкурирующей радиостанции. *«Конечно, существует множество схем, от самых сложных до банальных взяток, и практически каждый менеджер с этим знаком, но это не значит, что все этим пользуются, здесь от многого зависит. Но на личной почве, понятно, все проще осуществить»* [интервью 4]. Поэтому руководство старается держать под контролем контакты своих менеджеров с представителями конкурирующих станций.

Сами же руководители различных радиостанций, напротив, регулярно встречаются – и официально, и неформально. Что касается официальных встреч, то существуют формальные организации, объединяющие членов радио- и телекомпаний (Национальная ассоциация телерадиовещателей – НАТ, Гильдия радио при «Медиасоюзе»). Но, по мнению многих представителей радиостанций, наиболее актуальные вопросы радиорынка решаются на неформальных встречах. Хороший пример тому – рекламная кампания «Выбери радио», когда несколько радиостанций объединились для проведения общей кампании, нацеленной на формирование у рекламодателей позитивного образа радио как эффективного рекламносителя и привлечение на радио крупных рекламных бюджетов. *«Наше объединение никак не формализовано. Оно абсолютно открыто, и те радиостанции, которые по каким-то причинам не хотят принимать в этом участие, участия не принимают. Никакого принуждения нет... Цель, которую поставило перед собой радиосообщество, – перетянуть часть рекламных бюджетов на радио из других медиа»* [интервью 1]. Для решения этой общей цели представители радиостанций, которые, по сути, являлись конкурентами, выразили готовность встречаться и обсуждать свои проблемы, а затем выработали общее решение. В итоге в эфире радиостанций, участвовавших в проекте, звучал один и тот же ролик об эффективности радио как рекламносителя. *«Удивительно, но тогда общее решение далось довольно легко, не было никакой официальной организации, просто было неформальное такое дружеское обсуждение некой общей проблемы, ведь все понимали, что она есть, что ее нужно решать... и все, кто был тогда, ...решили, что каждый, несмотря на рейтинги, на позиции, просто предложит свой эфир»* [интервью 1]. В данном случае радиостанции, в том числе и конкурирующие, выступили как партнеры в конкурентной борьбе с другими медианосителями (прессой, наружной рекламой и телевидением).

После этого опыта практика обсуждения общей ситуации на радиорынке стала укореняться, возникали более личные, эмоционально окрашенные отношения. Представители радиостанций периодически собирались для подведения промежуточных итогов, и в дальнейшем встречи руководителей ведущих московских радиостанций стали регулярными и проводятся примерно раз в месяц. При этом конкуренция на рынке остается не менее жесткой: *«Ситуация на радиорынке напоминает борьбу пауков за жизненное пространство в банке. Только в нашем случае “жизненное пространство” – это деньги рекламодателей, которые не спешат увеличивать бюджеты»* [интервью 5]. В данных условиях сетевые связи, основанные на личных отношениях, помогают решению многих вопросов, которые было бы невозможно или очень сложно решать каждому участнику в отдельности.

Таким образом, сетевые связи не только являются каналами обмена информацией или опытом, но также представляют собой эффективный механизм для решения общих задач, встающих перед конкурентами. Кроме того, персонификация таких связей выступает как механизм повышения доверия и способствует снятию напряжения в отношениях с конкурентами. И хотя нарушение соглашений в таких случаях не предусматривает формальных санкций, при невыполнении обязательств каждый участник рискует своей репутацией. <...>

*Конкуренция между клиентскими агентствами*

Прямые контакты между сетевыми агентствами происходят гораздо реже. Обычно для них есть формальные поводы – например, клиентские встречи, организуемые радиостанциями или исследовательскими кампаниями. На таких встречах обсуждаются общие для всех участников проблемы (например, борьба со стереотипами рекламодателей, неэффективно планирующих рекламные бюджеты). <...> Но, как правило, коллективных решений на таких встречах не принимается, а совместная деятельность ограничивается постановкой актуальных проблем.

Обмен информацией по сетевым каналам происходит довольно редко, хотя мониторинг агентств-конкурентов ведется постоянно. В основном отслеживается появление новых клиентов, участие в тендерах, контакты конкурентов с радиостанциями, участие в профессиональных конференциях и т.д. Конечно, прямые связи есть, но чаще всего конкурирующие агентства получают информацию друг о друге через общих подрядчиков или через радиостанции. Как правило, связи, опосредованные через других участников сети, оказываются более эффективны: *«Конечно, это не закрытая информация, она ни кем не скрывается, но ведь и ее нужно получить. Что делать в таком случае? Согласитесь, довольно странно, если я позвоню прямо в агентство [конкурирующие сетевое агентство. – А.В.] и спрошу... Возможно мне и ответят, но это довольно странно со стороны будет выглядеть... Да я так и не сделаю, я просто обращусь в известное место, где я получу все, что нужно. Подрядчик ведь тоже лишнего не скажет, он понимает, что можно, а чего нельзя и что кто-то и про нас может узнавать, я ведь тоже должен быть в нем уверен»* [интервью 7]. Таким образом, определенную, стратегически не значимую информацию конкурирующие агентства друг от друга не скрывают, но и не делятся ею напрямую – скорее просто потому, что контакты между конкурентами здесь ограничены. Однако потребность в информации о действиях конкурентов существует, и каналами ее распространения выступают сетевые связи через посредников (радиостанции или специализированные агентства-подрядчики, работающие с сетевыми агентствами).

Однако, несмотря на ограниченность контактов, нельзя говорить о том, что прямые связи совсем отсутствуют. Чаще всего они осуществляются через сотрудников, которые переходят из одного сетевого агентства в другое. При таком переходе личные дружеские связи остаются и при необходимости используются: *«...И там остаются люди, которым я всегда помогу. Ну не могу я им не помочь в силу определенных обстоятельств... Со своей стороны я тоже уверена, что все это в разумных пределах используется, что они реально понимают, что я в новых обстоятельствах могу для них сделать, а что – нет, хотя разные ситуации бывают...»* [интервью 10].

Можно говорить о том, что среди крупных сетевых агентств непосредственные контакты на рынке между конкурентами затруднены и происходят не регулярно. Более регулярные контакты осуществляются через сотрудников, имеющих дружеские отношения с сотрудниками конкурентов (чаще всего эти отношения обусловлены совместной работой в прошлом). Иными словами, для этого типа участников ранка характерной особенностью является первичность личных взаимосвязей, которые выступают как ресурс для возникновения деловых контактов. Среди радиостанций, напротив, личные отношения скорее развиваются как вторичные, посредством персонификации деловых связей. Поэтому клиентские агентства активно развивают опосредованные контакты, когда взаимный мониторинг и обмен информацией происходят через других участников сети. В результате сетевые связи оказываются очень ценным ресурсом, позволяющим отслеживать действия конкурентов.

*Конкуренция между специализированными агентствами*

Что касается специализированных агентств, то здесь ситуация в многом схожа с сетевыми агентствами. Информация о действиях конкурентов также добывается не через прямые контакты – задействуются сетевые связи с радиостанциями или с клиентами: «*На станции всегда отвечают, кто разместил такого-то клиента. Поэтому мы иногда обращаемся к ним, когда спорные вопросы возникают, когда надо понять, к кому ушел клиент. Но вот на вопрос “почему?” приходится самим отвечать*» [интервью 12].

Переход сотрудников из одного специализированного агентства в другое не слишком распространен (для них более характерна вертикальная мобильность, т.е. переход в более крупные российские или сетевые клиентские агентства), так что ценность сетевых связей с радиостанциями и клиентскими агентствами еще более возрастает. Инициатива по формированию и поддержанию неформальных связей исходит, соответственно, от агентств-подрядчиков, поэтому сеть взаимоотношений между агентами рынка неравномерна, а отношения, связывающие агентов сети, несимметричны. Это может объясняться тем, что агентства-подрядчики эксплуатируют ресурс известности и доверия к крупным сетевым агентствам, которые привлекают клиентов; подчиняясь механизму реципрокного обмена, они стараются быть для них полезными, поставляют им необходимую информацию, полученную через неформальные контакты с другими участниками рынка. Именно поэтому Ф. Хайек рассматривает сетевые организации как институциональную форму, позволяющую добывать информацию.

Среди специализированных агентств сетевые отношения между конкурентами развиты гораздо слабее, нежели между остальными типами участников рынка. Прежде всего, по сравнению с другими типами игроков, на рынке радиорекламы таких агентств не так уж много. Кроме того, они находятся в более сложной ситуации и вынуждены конкурировать скорее с радиостанциями за предоставление услуг крупным клиентским агентствам. Такие сложные отношения конкуренция-партнерства между специализированными агентствами и радио-станциями находят отражение во внутренней структуре организаций: в структуре коммерческих служб радиостанций контакты с разными типами участников рынка обычно разделяются между отделами или менеджерами (одни занимаются работой со специализированными агентствами, другие – с крупными клиентскими агентствами, в обход посредников, третьи – с прямыми рекламодателями). Таким образом, конфликт интересов, который мог бы возникнуть между организациями, смещается внутрь организации, где разные сотрудники, представляя интересы своих клиентов, могут уже внутри своей радиостанции преодолеть эти противоречия, не нарушая равновесия внешних связей.

*Общая структура и равновесие сетевых связей*

Итак, сетевые связи между конкурентами существуют, формируются неравномерно, могут быть прямыми или опосредованными другими участниками рынка. Конкуренты могут объединяться для решения общих задач, в которых заинтересованы все участники и решение которых в индивидуальном порядке менее эффективно. Сетевые связи в основном используются для получения информации о действиях конкурентов, при этом каждый участник, выступая источником информации, придерживается определенных норм, следование которым обеспечивает доверие со стороны других участников. Участники, выясняющие через своих контрагентов информацию о конкурентах, стараются не ставить их в условия, которые вынуждали бы нарушать эти общепринятые нормы.

<...>

Сетевые рыночные связи образуют сложную структуру и в случаях, когда личные связи первичны (они трансформируются в деловые связи уже после выхода конкретных людей на рынок), и в случаях, когда они вторичны (здесь в их формировании заинтересованы сами

агенты рынка). Сетевые связи осознаются участниками рынка как ресурс. Знание о структуре сетевых связей может использоваться как способ манипулирования другими участниками, с которыми нет непосредственного контакта: *«Мы всегда примерно представляем, кто кому что передаст, как информация может распространиться. Естественно, что мы думаем об этом, прежде чем выбрасывать какую-то информацию на рынок»* [интервью 15]. Поэтому агенты намеренно выстраивают сетевые отношения и стараются их поддерживать, управлять ресурсами (в основном информационными), циркулирующими по сети. Отсюда – попытки некоторых агентов управлять действиями конкурентов посредством распространения информации через «правильные» каналы.

Ценность сетевых связей ведет к формированию практик по их выстраиванию и поддержанию. Практики поддержания сетевых связей нацелены на подчеркивание личностного характера контактов – это практически обязательные поздравления с днем рождения и с другими общепринятыми праздниками: *«Перед Новым годом у меня возникает ощущение, что я не в рекламном агентстве работаю, а как минимум в резиденции Деда Мороза, у нас вся переговорка завалена мешками с подарками»* [интервью 16]. Многие респонденты отмечали, что они часто справляются о личных делах, знают родственников, в курсе интересов и увлечений своих контрагентов. Среди радиостанций распространена практика совместных выездов на отдых за границу с представителями специализированных и клиентских агентств, приглашение их на внеэфирные мероприятия, проводимые станцией. Специализированные агентства устраивают совместные походы в боулинг, спортивные соревнования, на которые приглашают представителей клиентских агентств, в том числе конкурирующих. Но в таких практиках ярко прослеживается асимметрия сетевых связей, обусловленная деловыми отношениями, в которых один участник всегда сильнее заинтересован в другом. Так, совместные выезды на заграничные курорты всегда организовываются и оплачиваются радиостанциями, которые заинтересованы в агентствах, приносящих им рекламные бюджеты. Спортивные соревнования, игры в пейнтбол и боулинг организуют специализированные агентства-подрядчики, заинтересованные в сделках с клиентскими агентствами. Одно из таких специализированных агентств дважды в год организует так называемый Радиофорум, где встречаются представители радиостанций и клиентских агентств для обсуждения общих проблем рынка и обмена новой информацией.

В любом случае практики по поддержанию сетевых связей широко распространены и базируются на создании личных отношений. Такое, во многом идиллическое, функционирование рынка связано, на наш взгляд, с тем, что все участники рынка разделяют одни и те же концепции контроля, которые постоянно воспроизводятся в повседневных практиках сетевых взаимодействий.

Однако рынок не всегда стабилен, возникают ситуации, когда формируются новые концепции контроля, и хрупкое равновесие нарушается. Например, участник рынка пытается выйти за рамки уже существующей структуры: крупный холдинг, выкупив еще несколько станций и тем самым значительно усилив свои позиции на рынке, стал формировать собственное рекламное агентство. Складывается не совсем типичная для рынка ситуация, когда один агент становится конкурентом сразу для нескольких типов участников рынка.

Здесь нарушается всеми разделяемая концепция контроля, согласно которой каждый участник занимает определенную позицию на рынке и выполняет соответствующую ей функцию: радиостанции производят качественный эфир, где можно размещать рекламу; клиентские агентства разрабатывают для рекламодателей рекламные стратегии; специализированные агентства помогают реализовать эти стратегии, размещая рекламу в эфире радиостанций. А холдинг нарушил существующую структуру и попытался занять позицию, объединяющую сразу две функции. Иными словами, он попытался устранить из цепочки «радиостанции – специализированные агентства – клиентские агентства» одно из звеньев (специализированные агентства), приняв выполнение их функции на себя.

Что же происходит в этот момент с сетевыми связями? Как выразительно описал ситуацию представитель одного специализированного агентства, «они взяли и перевернули весь рынок с ног на голову» [интервью 15]. Новый крупный игрок почувствовал в себе силы предложить рынку новые структуры управления и правила обмена. Связи со специализированными агентствами были намерено прекращены: «Они даже видеть нас не хотели. Все наши попытки как-то встретиться, обсудить ситуацию отвергались, хотя раньше мы прекрасно работали вместе, встречались регулярно и всегда были открыты» [интервью 12]. Характерно, что все личные контакты, прежде существовавшие между конкурентами, оказались сведены на нет: «Раньше мы обедали вместе периодически, были какие-то интересы общие, даже помимо работы, но этот холдинг все съел... Как-то просто так сложилось, что кончились отношения, и все, нечего стало нам друг другу сказать. А теперь со стороны смотришь, понимаешь, что просто тебя как человека использовали, и дружбы-то никакой особой не было» [Там же]. Кроме того, руководство нового холдинга, понимая всю силу межличностных отношений, под разными предлогами увольняет сотрудников, лояльных к специализированным агентствам, превратившимся в новых конкурентов: «Много некрасивых ситуаций возникало поэтому. Вызывали, разговаривали – “общаешься?”, а потом через некоторое время заставляли уходить» [Там же].

Таким образом, исключение одного звена начинает рушить все сложившиеся сети взаимосвязей, но при этом дает сильный импульс для развития новых связей и формирования новых сетей – ведь новый игрок вынужден выстраивать собственную сеть: «Они просто ездили по сетевикам со своей презентацией, показывали так называемые новые возможности, кто-то, конечно, соглашался... Ну, и нам пришлось поехать» [интервью 15]. Как мы видим, такая сеть выстраивалась на основе новой концепции контроля, подключая участников рынка, которые готовы были ее разделить, и исключая тех, кто продолжал руководствоваться прежней.

Специализированные же агентства, получившие нового, довольно сильного конкурента, вынуждены были принимать меры. Например, одно агентство передвинуло традиционные сроки проводимого им Радиофорума, в экстренном порядке собирает участников рынка – агентов своей, уже давно существующей сети, приглашает радиостанции, не вошедшие в состав новой рыночной структуры. Иными словами, на фоне возникновения новых сетевых связей, устанавливаемых новым игроком, происходит консолидация старой сети, противостоящей такому вызову.

Таким образом, сетевые связи между конкурентами могут существовать в условиях одной, всеми разделяемой концепции контроля. При появлении концепции контроля, альтернативной предыдущей, происходит разрыв сети, с одной стороны, и консолидация оставшихся участков сети – с другой. Вместе с тем, конечно, нельзя говорить о том, что вся сеть распадается на две автономные части. В любом случае объединяющие элементы между двумя частями сохраняются или же вновь создаются, и сетевые связи продолжают использоваться для взаимного мониторинга уже новых конкурентов, но внутри вновь сформированных сетевых связей.

## Заключение

Исследование подтвердило наши исходные гипотезы. Мы выяснили, что партнерские отношения и конкуренция между одними и теми же агентами рынка могут сосуществовать и не противоречить друг другу. При этом сетевые связи выступают как механизм сочетания таких противоречивых отношений, сглаживая конкурентное напряжение посредством неформальных взаимодействий. Между участниками рынка существуют и поддерживаются практики, направленные на ограничение конкуренции и позволяющие поддерживать сотрудничество по общим вопросам. При этом сетевые связи, пронизывающие весь рынок, неравномерны, а отношения, связывающие агентов сети, несимметричны.

Итак, сетевой анализ может использоваться для изучения широкого круга проблем, связанных с социальными отношениями на рынках. В том числе, он интересен при изучении отношений между конкурентами. В рамках этого подхода необходимо исследовать сетевые связи, ресурсную зависимость, каналы информации, отношения доверия, установление и поддержание концепций контроля. Более продуктивным, на наш взгляд, является использование в рамках сетевого подхода элементов институционального подхода.

Например, как показало наше исследование сетевых отношений на московском рынке радиорекламы, концепции контроля имеют большое значение в выстраивании сетевых взаимосвязей. Сетевые связи между конкурентами более вероятны в рамках единой концепции контроля; в этом случае возможны как непосредственные связи, так и связи через других участников сети. Если же возникает новая концепция контроля, вступающая в противоречие с уже существующей, то сетевые связи могут разрушаться и перестраиваться, принимая новые конфигурации, и это касается прежде всего участников, разделяющих разные концепции контроля. В рамках одной концепции контроля конкуренты способны договориться, возникновение же другой ведет к обострению конкурентной борьбы, вплоть до разрыва сетевых связей.

## Литература

- Безрукова О.Н. Сеть как условие экономического действия // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 3. С. 78–93.
- Безрукова О.Н. Сетевое взаимодействие участников экономических транзакций: основные принципы и способы осуществления // <http://ecsocman.edu.ru/db/msg/153810.html>
- Градосельская Г.В. Предпосылки формирования сетевых подходов в социологии // <http://ecsocman.edu.ru/db/msg/94081/page2.html>
- Градосельская Г.В. Анализ социальных сетей // Автореферат дисс. на соиск. уч. степ. канд. социол. н., М., 2001.
- Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004.
- Пауэлл У., Смит-Дор П. Сети и хозяйственная жизнь // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004.
- Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ–ВШЭ, 2003.
- Флигстин Н. Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004.
- Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок. Гл. 5. Смысл конкуренции. [http://www.libertarium.ru/libertarium/10063/lib\\_book\\_t?PRINT\\_VIEW=YES](http://www.libertarium.ru/libertarium/10063/lib_book_t?PRINT_VIEW=YES)
- Burt R.S. Models of network structure // Annual Review of Sociology. 1980. No. 6. P. 79–141.
- Castells M. Materials for an exploratory theory of network society // British Journal of Sociology. 2000. No. 51.
- Coleman J.S. Social capital in the creation of human capital // American Journal of Sociology. 1988. Vol. 94. P. S94–S120. [agecon.unl.edu/lynne/sccolepap\\_files/v3\\_document.htm](http://agecon.unl.edu/lynne/sccolepap_files/v3_document.htm)
- White H. Where do markets come from? // American Journal of Sociology. 1981. Vol. 87. No. 3. P. 517–547.

**Рейтинг радиостанций**

Радиостанция	AQH	AQH %	Reach Dly	Reach % Dly	Reach	Reach %	TSL Dly	TSL	AQH Share
Русское радио	105,9	1,1	1067,3	11,2	2596,4	27,3	107	308	7,8
Маяк	94,4	1	980,3	10,3	1698,8	17,9	104	420	7
Ретро FM	102,2	1,1	920,1	9,7	2124,6	22,3	120	364	7,5
Европа Плюс	83,4	0,9	907	9,5	2237,4	23,5	99	282	6,1
Авторadio	78,5	0,8	831,7	8,7	2043,4	21,5	102	290	5,8
Радио «Шансон»	80,4	0,8	801,9	8,4	1876,2	19,7	108	324	5,9
Радио России	85,4	0,9	749,7	7,9	1141,3	12	123	566	6,3
Эхо Москвы	72,9	0,8	654,8	6,9	1135,9	11,9	120	486	5,4
Радио «7 – на семи холмах»	49,6	0,5	576,4	6,1	1490	15,7	93	251	3,6
Юмор FM	52,1	0,5	532,1	5,6	1323,9	13,9	106	297	3,8
Милицейская волна	53,7	0,6	525,4	5,5	1276,5	13,4	110	318	4
Love Radio	39,1	0,4	478,2	5	1332,7	14	88	222	2,9
Maximum	42	0,4	436,6	4,6	1066,3	11,2	104	297	3,1
Наше радио	54,3	0,6	433,7	4,6	1000,3	10,5	135	410	4
Серебряный дождь	29,3	0,3	377,2	4	1031,1	10,8	84	215	2,2
Радио «Энергия»	33	0,3	373	3,9	899	9,4	96	278	2,4
Хит FM	34,5	0,4	370,3	3,9	1028,7	10,8	101	253	2,5
DFM	28,2	0,3	347,7	3,7	1042,3	11	87	204	2,1
Радио «Попса»	25,5	0,3	303,6	3,2	805,2	8,5	91	240	1,9
Радио «Классик»	21,4	0,2	259,3	2,7	650,4	6,8	89	249	1,6
Радио «Джаз»	22,2	0,2	219,6	2,3	554,3	5,8	109	302	1,6
Радио «Best FM»	21	0,2	197,4	2,1	498,2	5,2	115	318	1,5
Радио «Next»	14,1	0,1	170,8	1,8	424,1	4,5	89	251	1
Говорит Москва	13,1	0,1	148,6	1,6	268,4	2,8	95	368	1
Мегаполис FM	18,9	0,2	138,1	1,5	297,7	3,1	148	480	1,4
Ультра	13,8	0,1	142	1,5	368,6	3,9	105	283	1
Радио «Мелодия»	12	0,1	122,9	1,3	300,3	3,2	105	302	0,9

Радиостанция	AQH	AQH %	Reach Dly	Reach % Dly	Reach	Reach %	TSL Dly	TSL	AQH Share
Радио «Свобода»	10,6	0,1	128,2	1,3	262,1	2,8	90	307	0,8
Радио «Русские песни»	11,3	0,1	114,6	1,2	287,4	3	107	298	0,8
Радиостанция «Русская служба новостей»	10,5	0,1	116,4	1,2	293	3,1	98	271	0,8
Радио «Монте-Карло»	6,7	0,1	90	0,9	272,8	2,9	81	186	0,5
Радио «Тройка»	7,8	0,1	89,4	0,9	266,6	2,8	94	222	0,6
Радио «Культура»	4,8	0,1	73,3	0,8	188,2	2	71	193	0,4
Народное радио	5,4	0,1	56	0,6	105	1,1	103	386	0,4
Орфей	5,1	0,1	48,3	0,5	104,2	1,1	115	373	0,4
Арсенал	0,7	0	15,6	0,2	56,2	0,6	47	92	0,1
BBC	0,6	0	16,4	0,2	35,6	0,4	40	129	0
Голос Америки	0,8	0	22,9	0,2	52,4	0,6	40	122	0,1
Немецкая волна	0,5	0	16,5	0,2	39	0,4	35	104	0
Юность	1,4	0	17,9	0,2	67,9	0,7	87	161	0,1
Радио 1	0,7	0	6,8	0,1	18,4	0,2	106	273	0
другие радиостанции	10,1	0,1	112,7	1,2	272,5	2,9	97	279	0,7
<b>ВСЕ РАДИОСТАНЦИИ</b>	<b>1357,9</b>	<b>14,3</b>	<b>6612,5</b>	<b>69,5</b>	<b>8506,1</b>	<b>89,4</b>	<b>222</b>	<b>1207</b>	<b>100</b>

\* Информация получена по результатам исследования «Radio Index – Москва». Представлены сведения о населении в возрасте 12 лет и старше. Данные рассчитаны за период с 6 до 24 часов. Подробнее см.: <http://www.tns-global.ru/rus/projects/asmi/radio/description/index.wbp>

**AQH – Average Quarter Hour ('000)** – среднее количество слушателей в усредненном 15-минутном интервале в тысячах человек.

**AQH – Average Quarter Hour (%)** – среднее количество слушателей в усредненном 15-минутном интервале в процентах от заданной целевой группы.

**Reach Daily ('000)** – накопленное суточное количество слушателей радиостанции в тысячах человек.

**Reach Daily (%)** – накопленное суточное количество слушателей в процентах от заданной целевой группы.

**Reach Weekly ('000)** – накопленное количество слушателей в течение недели в тысячах человек.

**Reach Weekly (%)** – накопленное количество слушателей в течение недели в процентах от заданной целевой группы.

**TSL (Time Spent Listening) Daily (min)** – суточная продолжительность прослушивания, в минутах.

**TSL (Time Spent Listening) Weekly (min)** – продолжительность прослушивания в течение недели в минутах.

**AQH Share** – доля слушателей определенной станции среди всех слушателей радио.

## **Профессиональные обзоры**

### **СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО СССР ГЛАЗАМИ СОВРЕМЕННОКОВ – 2 (1985–1991 гг.)**

**Куракин Александр Александрович,**

сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований на факультете социологии ГУ–ВШЭ

Email: [chto-delat@yandex.ru](mailto:chto-delat@yandex.ru)

Настоящим обзором мы заканчиваем рассматривать советский период. Он охватывает период перестройки. Многие рубрики, выделенные в прошлом обзоре<sup>1</sup>, сохранились, но появился и ряд новых. Как и в предыдущей части обзора, терминология и речевые обороты сохранялись там, где возможно.

В ходе работы над второй частью обзора был обнаружен ряд пропусков, допущенных в первой части. Наиболее существенные пропущенные работы будут упомянуты в этой части обзора.

#### **Конференции, конгрессы**

**Международные конференции и конгрессы.** В апреле 1986 г. в Португалии состоялся 13-й Европейский конгресс по социологии деревни. Доклады представителей советской делегации были опубликованы в четырех томах: «Совершенствование социальных условий сельского населения» [Совершенствование 1986]; «Продовольственная программа СССР и социальное развитие деревни» [Продовольственная 1986]; «Проблемы активизации человеческого фактора сельского хозяйства» [Проблемы 1986а]; «Проблемы совершенствования социальной структуры деревни» [Проблемы 1986б].

В 1988 г. советские ученые приняли участие в VII Всемирном конгрессе по социологии деревни, прошедшем в Болонье (Италия). По итогам конгресса в Институте социологических исследований АН СССР было подготовлено четыре тома, содержащих доклады советской делегации: «Трудовые ресурсы села и формирование единой системы занятости» [Трудовые 1988]; «Аграрная политика как инструмент социальных преобразований» [Аграрная 1988]; «Соединение НТР с социалистической системой хозяйствования» [Соединение 1988]; «Социальная сфера села: противоречия и пути их преодоления» [Социальная 1988б].

В 1990 г. по итогам 14-го Европейского конгресса по социологии села было издано два тома с докладами представителей советской делегации: «АПК СССР: реальность и перспективы» [АПК 1990б] и «Современная советская деревня: противоречия и тенденции развития» [Современная 1990]. Доклады охватывают практически всю тематику, разрабатывавшуюся советскими обществоведами применительно к селу, и отличаются более критической оценкой состояния сельской сферы в Советском Союзе, чем это было на предыдущих международных конференциях.

**Общесоюзные и региональные конференции и конгрессы.** В июне 1983 г. в Казани прошла Всесоюзная конференция, посвященная этносоциальным аспектам реализации Продовольственной программы. Только через три года была издана книга «Современные

---

<sup>1</sup> Первый в данной серии обзор см.: Куракин А.А. Сельское хозяйство СССР глазами современников (1980–1984 гг.) // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 2. С. 86–118.

этносоциальные процессы на селе», содержащая тексты докладов, представленных на конференции [Современные 1986]. Доклады написаны представителями самых разных дисциплин и объединены в четыре раздела: 1) динамика народонаселения и этнические аспекты социальных процессов; 2) этнические традиции в сельскохозяйственном производстве и промыслах; 3) этнические аспекты образа жизни и культурно-бытовые проблемы села; 4) проблемы сельской семьи и воспитания.

2–4 ноября 1987 г. по случаю 70-летия революции в Новосибирске состоялась Всесоюзная научная конференция «Великий Октябрь и социалистические преобразования в Сибири», по итогам которой был издан сборник докладов и сообщений [Великий 1987б]. Аграрные вопросы обсуждались на пятой секции «Сельскохозяйственное освоение Сибири». Помимо исторических вопросов затрагивались и вопросы современности: социально-экономическое развитие сибирской деревни в целом, интенсификация сельского хозяйства, социальная психология крестьянства, динамика сельскохозяйственного производства, агропромышленная интеграция, индустриализация, обобществление производства, доходы сельского населения, стимулирование труда, формирование и использование кадров, коллективный подряд, критика советологов и др.

В октябре 1987 г. в Барнауле состоялась Всесоюзная научно-практическая конференция «Пути совершенствования управления социальным развитием аграрного сектора региона». По ее итогам было опубликовано несколько сборников докладов: «Управление социальными процессами в сфере труда и занятости аграрного населения» [Управление 1987а]; «Управление сферой общественного обслуживания сельского населения и решение жилищной проблемы на селе» [Управление 1987б]; «Кадры АПК в системе управленческих взаимодействий» [Кадры 1987]; «Проблемы управления социально-территориальным развитием аграрного сектора» [Проблемы 1987].

29–30 июня 1987 г. состоялась конференция экономических факультетов Латвийской, Литовской и Эстонской сельскохозяйственных академий. Главная тема конференции – отход от директивных методов ведения хозяйства и замена их экономическими методами, под которыми подразумевается «контроль рублем» (цены, зарплата, налоги, санкции, тарифы и т.п.). Планирование как таковое не отвергается (говорится только о его усовершенствовании), но отмечается, что до сих пор основным рычагом управления были предписания (планы, лимиты, распределение и т.п.), что стало тормозом развития сельского хозяйства. Корнем социальных проблем села называется систематическое нарушение экономических законов, что привело к снижению активности и сознательности работников. Преобладание командных методов должно уступить место разумному сочетанию интересов общества (плана) и интересов производителя (выгоды). Помимо этого вопроса рассматривался ряд более частных вопросов. По итогам конференции издан сборник докладов «Перестройка хозяйственного механизма и социальное развитие села» [Перестройка 1987].

В октябре 1989 г. в Одессе состоялась II Всесоюзная конференция философов, экономистов, историков, писателей, ученых-аграрников и практиков сельского хозяйства, по итогам которой был подготовлен сборник докладов [Аграрное 1989]. В центре обсуждения стояли экологические проблемы, которые рассматривались с точки зрения самых разных дисциплин.

В ноябре-декабре 1989 г. состоялась Всесоюзная научно-практическая конференция по правовым проблемам в сельском хозяйстве в связи с перестройкой хозяйственного механизма [Правовые 1989]. Материалы конференции были опубликованы в двух томах. Первый том содержит статьи об аграрной политике КПСС и правовом регулировании кооперативной деятельности в сельском хозяйстве. Второй том посвящен вопросам правового регулирования хозяйственного механизма в АПК и правовому регулированию аренды.

В июне 1990 г. состоялась конференция «Перестройка аграрного производства в СССР: проблемы и перспективы». Тематика докладов охватывала все разрабатываемые учеными вопросы и проблемы, касающиеся реформирования села.

В том же году единым томом были опубликованы тезисы Всесоюзного совещания «Проблемы развития аренды и других передовых форм хозяйствования на селе» и семинара «Повышение роли органов научно-технической информации и пропаганды в условиях многообразия форм хозяйствования в АПК» [Тезисы 1990].

### **Политематические сборники и монографии**

Прежде всего стоит упомянуть библиографический указатель литературы «Социально-экономическое развитие села» [Социально-экономическое 1985]. В нем на базе фондов Центральной научной сельскохозяйственной библиотеки представлен список монографий и статей за 1981–1985 гг.

В 1985 г. вышел в свет сборник статей новосибирских ученых «Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики» [Пути 1985]. Непосредственно сельскому хозяйству посвящено три статьи: статья З.И. Калугиной о поведении населения в сфере ЛПХ, статья В.В. Мищенко о сельском строительстве и статья В.Д. Смирнова о хозяйственном механизме АПК на примере эксперимента в колхозе «Путь к коммунизму». Также заслуживает внимания предисловие Р.В. Рывкиной, в котором, в частности, рассказывается об исследовательском проекте «Социальный механизм развития социалистической экономики», проводившимся ИЭиОПП<sup>2</sup> под руководством Т.И. Заславской с 1981 г. Выделяется пять направлений этого проекта: 1) управленческие отношения социализма и их роль в развитии экономики (рук. Р.В. Рывкина); 2) социальные аспекты хозяйственного механизма (рук. В.Д. Смирнов); 3) социальные аспекты распределительных отношений (рук. А.Н. Шапошников); 4) проблемы занятости населения в личном подсобном хозяйстве (рук. З.И. Калугина); 5) территориальные проблемы развития экономики (рук. Е.Е. Горяченко). Работы этих авторов по указанным направлениям будут упоминаться ниже в соответствующих разделах обзора.

В 1985 г. коллектив новосибирских ученых издает сборник статей «Перспективные работники сельского хозяйства: условия и образ жизни» [Перспективные 1985]. Сборник основан на результатах исследования, проведенного в 1980–1983 гг. в Маслянинском районе Новосибирской области. Объект изучения – работники общественного производства не старше 40 лет с образованием не ниже 8 классов (опрошено 720 работников). «Цель исследования состояла в том, чтобы изучить основные характеристики ее [категории работников. – А.К.] образа жизни, некоторые стороны ценностных ориентаций, а также выяснить те социальные проблемы, которые более всего затрагивают данную категорию работников, находятся в центре ее интересов» [Перспективные 1985: 3]. Не углубляясь в описание содержания входящих в сборник статей, просто перечислим их названия: район как среда жизнедеятельности; перспективные работники и некоторые социальные проблемы развития района; сфера обслуживания населения района; ориентации перспективных работников в сфере общественного труда; труд перспективных работников в личном подсобном хозяйстве; материальное благосостояние работников: проблемы и факторы дифференциации; поведение и потребности в сфере культуры; ценностные ориентации перспективных работников района.

---

<sup>2</sup> Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения Академии наук СССР (ныне – РАН).

Интегральный характер носит работа П.И. Симуша «Облик хозяина земли: новейшие и традиционные черты» [Симуш 1987]. В первой главе дается характеристика работника агропромышленного комплекса. Рассматривается социальная структура работников сельского хозяйства. Здесь взгляд автора вполне традиционен: выделяются крестьяне (колхозники), аграрный отряд рабочего класса (работники совхозов) и сельская интеллигенция (работники умственного труда на селе). Вместе с тем автор не приемлет ранее бытовавшее пренебрежение к колхозно-кооперативной собственности и отвергает необходимость скорейшего ее огосударствления. Также Симуш называет упрощенными взгляды о механическом стирании различий между классами, между городом и деревней. Подчеркивается специфичность сельской жизни и отвергается тезис о неизбежном исчезновении деревни. Рассматриваются вопросы агропромышленной интеграции, сельского расселения, условий жизни, труда, бюджета времени. Ставится вопрос о сочетании вековых сельских ценностей и требований современности. Во второй главе рассматривается тема сельского труда. Отмечается необходимость воспитания в сельских работниках чувства хозяина<sup>3</sup>. В связи с этим описываются новые трудовые практики: подряд, хозрасчет, самокупаемость и самофинансирование. Говорится о центральной роли руководителя, о том, какими качествами он должен обладать. Анализируется экономическое мышление крестьян: устарело оно или нет. Третья глава посвящена вопросу природного окружения сельского труда. Рассматриваются соотношение индустриального и природного начал в сельском хозяйстве, экологическая культура. Говорится об опасности «обезлички» земли, когда она становится ничьей. Четвертая глава посвящена сельской семье. Анализируются перемены, произошедшие в социальном облике сельской семьи. Рассматривается значение ЛПХ для сельской семьи, ее бюджет, структура расходов, потребление, досуг. Отдельно анализируются проблема сельского жилья и семейный подряд<sup>4</sup>. Наконец, пятая глава посвящена личностному потенциалу сельского работника: его возможностям, интересам, духовному миру.

В 1987 г. выходит объемная коллективная монография новосибирских ученых «Социально-экономическое развитие сибирского села» [Социально-экономическое 1987а]. В предисловии Т.И. Заславская пишет, что главная цель книги «заключается в том, чтобы осветить результаты анализа динамики западно-сибирского села с 1967 г. по настоящее время» [Социально-экономическое 1987: 6]. Иными словами, монография является очередным промежуточным итогом работы новосибирской команды исследователей<sup>5</sup>. Об особенностях этой книги Т.И. Заславская пишет следующее: «К отличиям монографии от ранее вышедших публикаций относятся удлинение исследуемого периода времени и отражение результатов решения новых научных задач. Пожалуй, главной из них является поиск социальных резервов повышения эффективности отраслей АПК, где формируются средства, в частности и на социальное преобразование села. Внимание авторов привлекли и некоторые новые явления в социальной жизни села, впервые ставшие объектом социологического исследования». [Социально-экономическое 1987: 7]. Эмпирической базой монографии послужили четыре обследования западно-сибирского села 1967, 1972, 1977 и 1982 гг. Книга включает шесть разделов: 1) теория и методология исследования; 2) социальные проблемы формирования населения, трудовых ресурсов и занятости на селе; 3) социально-

---

<sup>3</sup> Это выражение все более набирало популярность и было поднято на флаг перестройки, а затем и рыночных преобразований.

<sup>4</sup> То есть договор между сельскохозяйственным предприятием и семьей на выполнение работ за оплату по результату. Наиболее частый вид работ при семейном подряде – откорм скота. О семейном подряде см. ниже.

<sup>5</sup> О подобных итоговых работах новосибирцев, вышедших ранее, см. наш предыдущий обзор.

экономические проблемы сельскохозяйственного производства; 4) поведение работников в сфере общественного производства; 5) условия и уровень жизни населения; 6) расселение и общественное обслуживание. В целом в книге затронуты все основные темы сельских исследований на тот период.

Обзорный характер носит работа «Основные направления социального развития села» [Машенков и др. 1988]. Главная тема работы – активизация человеческого фактора на селе. Сопоставляя позиции разных специалистов, авторы выделяют три группы мер по активизации человеческого фактора: совершенствование условий труда; рост материального благосостояния; улучшение условий жизни.

В 1991 г. в Новосибирске был издан фундаментальный труд «Крестьянство и сельское хозяйство Сибири. 1960–1980-е гг.» [Крестьянство 1991в]. Книга завершает пятитомный труд «История крестьянства Сибири»<sup>6</sup>. Книга состоит из трех частей. Первая часть – «Развитие производительных сил» – включает главы о сельском населении, материально-технической базе и кадрах сельского хозяйства, о производственных отношениях и собственности, о стимулах труда и трудовой активности крестьянства, о сельскохозяйственном производстве. Вторая часть – «Социальное развитие села» – посвящена социальной структуре сельского населения, уровню жизни, культурному развитию деревни, общественно-политической жизни. В третью часть – «Крестьянство и сельское хозяйство национальных районов Сибири» – вошли главы, затрагивающие фактически весь спектр тем, рассмотренных в предыдущих частях, только применительно к национальным районам Сибири. Отдельно надо сказать о предисловии (автор – отв. ред. книги Н.Я. Гушин). Оно достаточно типично для этого времени. Довольно критично оценивается прошлое: развитие связывается с отходом от командно-административных методов управления к экономическим рычагам и демократизации руководства. Критически оценивается аграрная политика КПСС. Рассматривая вклад обществоведов в изучение сельского хозяйства, автор подчеркивает идеологизированность многих работ 1960-х – начала 1980-х гг. Вновь ставятся под сомнение уже «решенные» вопросы аграрной истории. В частности, поднимается вопрос о соотношении различных форм собственности, о переоценке процесса обобществления производства, критикуется трехчленная формула социальной структуры советского общества, оспаривается тезис о восходящей траектории развития советского общества<sup>7</sup>.

Пожалуй, одна из наиболее острых по своему критическому запалу в отношении к власти – работа «Российская деревня: из прошлого в будущее» В.Р. Беленького [Беленький 1991]<sup>8</sup>. Достаточно процитировать первый абзац: «Призрак экономической разрухи стучит к нам в дверь. Пустеют прилавки магазинов, растут как на дрожжах цены, распускает свои ядовитые цветы спекуляция, коррупция, теневая экономика. А у истоков всего этого – разруха в аграрном секторе, повальное бегство из деревни, ее разрушение» [Беленький 1991: 3]. На

---

<sup>6</sup> Перечислим предыдущие тома: «Крестьянство Сибири в эпоху феодализма», «Крестьянство Сибири в эпоху капитализма», «Крестьянство Сибири в период строительства социализма (1917–1937 гг.)», «Крестьянство Сибири в период упрочения и развития социализма». Как чисто исторические они нас не интересовали. Этот же том, во-первых, посвящен современному на тот момент периоду, и, во-вторых, отдельные главы в нем были написаны социологами: В.А. Калмык, З.И. Калугиной, Е.Е. Горяченко и др.

<sup>7</sup> Из-за такой трактовки советской истории в работах тех лет столь часто встречается слово «совершенствование». Порой выражения типа «совершенствование социальной структуры» или «совершенствование хозяйственного механизма» становились устойчивыми и кочевали из работы в работу.

<sup>8</sup> По иронии судьбы, брошюра издавалась секцией пропаганды агропромышленного производства и передового опыта; серия «В помощь лектору».

этой же странице – саркастическое высказывание по поводу аграрной политики властей: «И постоянная надежда на чудодейственное средство преодоления кризиса в аграрном секторе – то на повсеместное выращивание кукурузы, вплоть до Северного полюса, то на беспривязное содержание скота, то на крупные животноводческие комплексы на промышленной основе. Потом – на межхозяйственную специализацию и кооперацию, на агропромы, теперь – на хозрасчет, подряд, аренду и фермерские хозяйства» [Там же]. Основной причиной кризиса автор называет неэффективную административно-бюрократическую систему управления. Рассматриваются вопросы состояния социальной инфраструктуры села и ее восстановления, пути возвращения людей в деревню, сселения «неперспективных» сел<sup>9</sup>.

В своей книге «Многоликая деревня» А.И. Алексеев доказывает необходимость учета регионального разнообразия сельской местности [Алексеев 1990]. Это разнообразие зачастую делает рассуждения о деревне «в целом» бессмысленными. Некоторые аспекты такой многоликости села показаны в этой работе.

Помимо описанных работ, можно указать на следующие политематические монографии и сборники: [Деревня 1984; Социально-экономическое 1985; Аграрно-экономические 1985; Сельскому 1985; Направления 1985; Венжер 1989; Социальное 1989; Социально-экономические 1990; Крестьянство 1991б].

### **Экономические вопросы: производство, технологии, эффективность**

**Производственные вопросы.** Проблемам использования природных, трудовых, материально-технических и финансовых ресурсов, а также проблеме рационального использования аграрного ресурсного потенциала посвящена работа «Аграрный ресурсный потенциал Украинской ССР» [Аграрный 1988]. Вопросам ресурсного потенциала агропродуктовых систем Сибири и Дальнего Востока посвящен новосибирский сборник [Ресурсный 1986].

В работе В.А. Тихонова и М.Л. Лезиной рассматриваются проблемы измерения и анализа конечного продукта АПК, дается методика его определения [Тихонов, Лезина 1985]. Территориальные проблемы зернового хозяйства рассматриваются в работе В.Г. Крючкова и Л.И. Раковецкой [Крючков, Раковецкая 1990]. По материалам сессии ВАСХНИЛ, прошедшей в Волгограде в мае 1987 г., был издан сборник «Обеспечение устойчивого развития сельскохозяйственного производства и борьба с засухой» [Обеспечение 1988]. В монографии 1985 г. рассматриваются вопросы оценки эффективности новых средств производства и установление на них лимитных цен [Эффективность 1985]. Вопросы развития материально-технической базы АПК рассматриваются в сборнике, выпущенном Сибирским отделением ВАСХНИЛ [Совершенствование 1988а].

Вопросы о целесообразности сохранения низкорентабельных колхозов и совхозов обсуждались на Всесоюзном совещании «Проблемы и пути оздоровления финансового состояния убыточных и низкорентабельных хозяйств», прошедшем в июле 1989 г. По материалам совещания был подготовлен сборник докладов [Оздоровление 1990].

Социально-географические факторы сельскохозяйственного производства исследуются в работах В.Г. Иоффе: «Нечерноземье: социальная география и хозяйство» и «Сельское хозяйство Нечерноземья: территориальные проблемы» [Иоффе 1986; Иоффе 1990]. Основная территориальная проблема региона определена как относительная избыточность земельного ресурса по сравнению с возможностью его полноценного использования. Рассматривается территориальная организация сельскохозяйственного производства в Нечерноземье,

---

<sup>9</sup> В данном вопросе В.Р. Беленький защищает Т.И. Заславскую от несправедливых обвинений в том, что якобы она является автором концепции сселения, наделавшей столько вреда.

анализируется фактор влияния крупного города, сопоставляются районы хозяйства пригородов и периферии.

**Наука и производство. НТП.** По-прежнему много работ писалось по проблемам научно-технического прогресса (НТП) в сельском хозяйстве. Таков, например, сборник статей, изданный в Новосибирске [Научно-технический 1986]. Статьи сборника описывают значение НТП для разноуровневых аграрно-промышленных образований: рассматривается уровень страны в целом, региональный уровень, отдельные подкомплексы (плодоовощной, мясомолочный и т.д.). Проводится сравнение НТП в СССР и капиталистических странах [Научно-технический 1991]. Обзорную информацию по НТП в аграрной сфере см. в работе: [Пилипенко, Кадиевский 1986]. По теме НТП см. также: [Научно-технический 1987; Научно-технический 1988; Научно-технический 1990].

Некоторое количество работ было написано по теме интеграции сельскохозяйственной науки и производства. О связи сельскохозяйственной науки и производства говорится в статьях сборника, изданного в Минске [Сельскохозяйственная 1986а]. В статьях изложены основные итоги исследований НИИ вузов и опытных станций Западного отделения ВАСХНИЛ. Авторы статей – ученые Белоруссии и стран Балтии.

Вопросы развития сельскохозяйственной науки и внедрения ее разработок в производство рассматриваются в сборнике статей, изданном в Алма-Ате [Сельскохозяйственная 1986б]. Тема большинства статей – интенсификация сельского хозяйства на основе научно-технического прогресса. Статьи написаны на материалах Казахской ССР.

На тему развития сельскохозяйственной науки и ее интеграции с производством проводились научные конференции. Например, в марте-апреле 1986 г. в Свердловске состоялась конференция, по итогам которой был издан сборник докладов [Сельскохозяйственная 1986в]. В марте 1990 г. по этой же теме прошла научно-производственная конференция в Великих Луках [Сельскохозяйственная 1991].

**Новый механизм хозяйствования.** Наконец, отличительной чертой этого периода стали работы, посвященные внедрению нового механизма хозяйствования. О ряде отдельных его сторон (подряд, хозрасчет, аренда) см. ниже. Многие из этих работ характерны признанием аграрного кризиса в стране.

М.М. Макеенко и С.К. Кот рассматривают внедрение в РАПО хозрасчетных принципов организации производства и взаимоотношений между предприятиями на экономической основе [Макеенко, Кот 1986]. Путям выхода из аграрного кризиса посвящена работа «Аграрные отношения: выход из тупика» [Аграрные 1991]. «В основу книги положен концептуальный подход к преодолению аграрного кризиса в стране. Суть этого подхода связана с трактовкой аграрного кризиса как результата разрушения государственной административно-централизованной системой объективных аграрных отношений и замены их административно-директивными формами организации, ведения и включения земледелия в народное хозяйство. Соответственно комплекс предпосылок и путей выхода из кризиса рассматривается с позиций восстановления аграрных отношений на базе создания экономической свободы деятельности в аграрной сфере, добровольности и взаимовыгодности связей между земледельческими и другими хозяйственными подразделениями» [Аграрные 1991: 3]. Рассматриваются следующие вопросы: приоритеты восстановления аграрных отношений; перестройка хозяйственного механизма в аграрной сфере; труд, его стимулирование и организация в аграрной сфере; регионально-территориальные аспекты развития аграрной сферы; социальная сфера и ее роль в решении аграрных проблем.

Вопросы перестройки системы цен на продукцию АПК рассматриваются в сборнике статей «Перестройка ценообразования в АПК и на товары народного потребления» [Перестройка 1989]. Перестройка системы цен базируется на том, что цена становится

основой хозрасчета и самофинансирования. В статьях сборника подчеркивается, что цена должна стать основным механизмом воздействия на производителя; говорится об отходе от затратных принципов ценообразования. Государственные закупочные цены должны применяться только при поставках государству; в остальных случаях должны применяться договорные цены. В ряде статей сборника рассмотрены вопросы снижения дотационности на производство продовольственных товаров, формирования и регулирования цен на продукцию кооперации. Рассмотрены вопросы ценообразования в отдельных сферах сельского хозяйства. Обзорная информация о ценообразовании в восточноевропейских странах, по сути, подается как пример для подражания [Буздалов и др. 1991].

Рассматриваются вопросы фермерской кооперации на примере развитых капиталистических стран [Мартынов 1990]. В сборнике «Совершенствование хозяйственного расчета в условиях самокупаемости» сотрудники ВНИЭТУСХ<sup>10</sup> рассматривают вопросы перевода предприятий на хозрасчет и самокупаемость на примере базовых объектов ВНИЭТУСХ<sup>11</sup>.

В 1990 г. издана коллективная монография «АПК России: новый хозяйственный механизм» [АПК 1990а]. По-видимому, издание этой монографии инициировалось на высшем уровне, так как первая глава написана министром сельского хозяйства и продовольствия РСФСР Г.В. Куликом. Об этом же говорит и красочное оформление книги. Таким образом, ее можно рассматривать как официальную позицию власти по основным вопросам развития АПК после пяти лет перестройки.

В 1991 г. в работе «Кооперация: за и против» В.А. Тихонов резко высказывается против государственно-монополистического строя в пользу кооперации, которая составляет сущность «правильного» социализма [Тихонов 1991].

Различные аспекты внедрения новых хозяйственных практик рассматривались на конференциях. В ноябре 1987 г. в Кишиневе состоялась конференция «Организация оплаты труда в условиях нового экономического механизма хозяйствования» [Организация 1987]. В ноябре следующего года в Риге состоялась Всесоюзная научно-практическая конференция «Совершенствование экономического механизма хозяйствования в АПК» [Совершенствование 1988в]. Рассматривались типичные «перестроечные» темы внедрения новых хозяйственных практик. Проблеме активизации человеческого фактора была посвящена конференция 1987 г., организованная Сибирским отделением ВАСХНИЛ [Проблемы 1987]. Вопросы экономической реформы и демократизации в агропромышленном комплексе рассматривались на конференции в ноябре 1987 г. [АПК 1988е].

В октябре 1990 г. в Суздале состоялся советско-американский симпозиум «Аграрная реформа в СССР и проблемы перехода к рыночной экономике». В следующем году материалы этого симпозиума были опубликованы [Аграрная 1991]. В докладах советской стороны освещались следующие темы: состояние аграрной науки в СССР; научное обеспечение земельной реформы; развитие внешнеэкономических связей АПК СССР; освоение рыночных механизмов; окружающая среда; использование достижений биотехнологии и агрономии; ценообразование, а также многие другие вопросы. Можно выделить статью А.А. Никонова о переходе страны к рыночным отношениям и перестройке в связи с этим аграрной науки. Никонов утверждает, что в результате перехода к рынку должна утвердиться многоукладная экономика<sup>12</sup>. Подчеркивается, что государство должно не самоустраняться, а регулировать рыночные преобразования, и сельскохозяйственные

---

<sup>10</sup> Всероссийский научно-исследовательский институт экономики, труда и управления в сельском хозяйстве.

<sup>11</sup> То есть там, где специалисты ВНИЭТУСХ осуществляли научно-методическое руководство.

<sup>12</sup> Под многоукладностью здесь понимается разнообразие форм собственности.

рынки в особенности, что соответствует мировой практике. Главное внимание уделено основным направлениям перестройки аграрной науки. Также можно выделить статью Э.Н. Крылатых об аграрной реформе.

В январе 1991 г. в Курске состоялась сессия ВАСХНИЛ на тему «Научное обеспечение земельной реформы и развития земледелия в СССР на ближайшую перспективу» [Научное 1991]. Опубликованные материалы сессии были разбиты на две части: концепция научного обеспечения земельной реформы в СССР; концепция развития земледелия в условиях перехода к рыночным отношениям и многоукладному сельскому хозяйству. В конце сборника представлено постановление сессии ВАСХНИЛ и обращение к Президенту СССР М.С. Горбачеву и другим властным структурам. По материалам этой сессии был опубликован еще один сборник докладов [Земельная 1992].

См. также работы по теме: [Экономический 1986; Экономический 1987; Совершенствование 1989; Экономический 1990].

### **Аграрная политика государства**

В качестве типовой книги начала перестроечного периода об аграрной политике КПСС можно взять монографию 1986 г., вышедшую в Кишиневе [Аграрная 1986]. В ней рассматриваются деятельность партийных организаций по развитию внутриколлективных отношений на селе, роль партийных организаций в совершенствовании образа жизни сельских жителей и в формировании работника нового типа<sup>13</sup>. В конце дается разоблачение «буржуазных фальсификаций» социального развития советского села.

Или вот, например, аннотация к московскому сборнику статей об аграрной политике КПСС 1985 г.: «В сборнике освещается сущность современной аграрной политики КПСС, опыт партийных организаций Москвы, Белоруссии, Грузии, других республик и областей по формированию агропромышленных объединений, совершенствованию их деятельности, улучшению качественного состава руководящих кадров колхозов и совхозов, идеологическому обеспечению выполнения Продовольственной программы СССР» [Аграрная 1985]. Аграрная политика партии рассматривалась и применительно к отдельному региону [см., например: Аграрная 1987]. В некоторых работах анализ экономических проблем на селе проводится с точки зрения задач, поставленных КПСС. Таков, например, сборник статей «Аграрные проблемы в свете решений XXVII съезда КПСС» [Аграрные 1986].

Продолжали выходить работы с критикой «буржуазных фальсификаторов» политики партии на селе [см., например: Климин 1985]. Критике концепций истории советской сибирской деревни, выдвигаемых западными авторами, посвящена монография Н.Я. Гущина и В.А. Жданова [Гущин, Жданов 1987]<sup>14</sup>. Критика советологов рассматривается по периодам: революция, гражданская война и интервенция, нэп, хлебозаготовительный кризис (конец 1920-х гг.), коллективизация, послевоенное время, освоение целинных земель, современный период. Представлен обзор критики советологов со стороны советских авторов.

О направлениях аграрной политики партии и правительства писали и представители самой власти. К этому роду относится, например, книга первого секретаря Днепропетровского обкома компартии Украины В.Г. Бойко «Село смотрит в будущее» [Бойко 1986].

---

<sup>13</sup> Под работником нового типа понимался образцовый работник, обладающий «новым экономическим мышлением».

<sup>14</sup> Указанные авторы не впервые обращаются к этой теме. Об их работах в 1980–1984 гг. см. наш предыдущий обзор.

Изменение взглядов на настоящее часто начинается с переоценки прошлого. В этом отношении пограничными оказались 1989–1990 гг., когда историки начали переоценку коллективизации (сначала в виде журнальных статей, а потом и в виде монографий) [см., например: Зеленин 1989; Кульчицкий 1989; Рогалина 1989; Данилов 1990; Никольский 1990; Тюрина 1988]. Можно также отметить статью С.А. Никольского «Крестьянство и социализм» в сборнике «Сельскохозяйственная наука и практика» [Сельскохозяйственная 1987]. В ней переосмысливаются 1920–1930-е гг. советской истории. Особо стоит выделить сборник архивных материалов о коллективизации «Документы свидетельствуют» [Документы 1989]. Пересмотр советской истории осуществлен и в работе известного экономиста-аграрника В.Г. Венжера [Венжер 1990]. Вслед за Лениным автор рассматривает истинный социализм как «строй цивилизованных кооперативов».

Начало пересматриваться отношение к собственности. Например, в сборнике статей «Развитие форм социалистической собственности в сибирской деревне: исторический опыт и современность» авторы исходят из концепции многообразия форм социалистической собственности [Развитие 1991]. В предисловии ответственного редактора (Н.Я. Гуцин) говорится, что настало время для пересмотра традиционных подходов к интерпретации истории развития форм собственности. Большинство работ прошлых лет называются упрощенными и схематичными, так как в них прогресс в отношении собственности измерялся степенью огосударствления крестьянских хозяйств. Основное внимание в сборнике уделяется коллективизации. В частности, в статье Н.Я. Гуцина представлена библиография работ, которые были «первыми ласточками» в процессе пересмотра взглядов на коллективизацию. Современности посвящены две статьи: о влиянии аграрной политики государства на эффективность колхозной собственности и о развитии ЛПХ в 1980-е гг.

В работе «Хозяйственный механизм АПК» излагаются основные положения новой аграрной политики государства [Хозяйственный 1987]. Новые принципы государственной политики стали доходить и до учебных пособий. Например, в учебном пособии «Перестройка аграрного сектора экономики» открыто отмечается продовольственная проблема в стране, наличием которой обосновывается новая аграрная политика государства; утверждается, что главный путь решения продовольственной проблемы – «коренное преобразование экономических отношений и социальных условий жизни на селе, превращение крестьян в реальных хозяев земли и производства, развитие их самостоятельности, инициативы и предприимчивости» [Перестройка 1990б: 3–4].

### **Межхозяйственная кооперация и агропромышленная интеграция. Становление АПК**

Прежде всего стоит указать на библиографический указатель литературы по данной теме, вышедший в 1986 г. в Киеве [Аграрно-промышленная 1986]. В него включены книги, статьи в газетах и журналах за 1983–1984 гг. на русском и украинском языках. Список литературы разбит на три раздела: аграрно-промышленная интеграция и кооперирование в СССР; агропромышленные комплексы, объединения в СССР; аграрно-промышленная интеграция и аграрно-промышленные комплексы за рубежом.

Латвийскими учеными была выпущена целая серия сборников, посвященных различным аспектам агропромышленного комплекса<sup>15</sup>. В рассматриваемый период издано четыре сборника, где изучаются разные аспекты АПК. Интеграции производства и переработки продукции посвящен сборник 1985 г. [Аграрно-промышленный 1985б]. Интеграция

---

<sup>15</sup> Эта серия была начата еще в 1981 г. К сожалению, мы не упомянули эти сборники в предыдущем обзоре. Исправляя это упущение, перечислим их: [Аграрно-промышленный 1981; Аграрно-промышленный 1982; Аграрно-промышленный 1983; Аграрно-промышленный 1984].

описывается на примере производства отдельных видов сельскохозяйственной продукции: картофеля, мяса, молока и т.п. Приводится опыт Венгрии. Вопросам планирования посвящен сборник статей «Аграрно-промышленный комплекс. Совершенствование планирования» [Аграрно-промышленный 1987]. Центральный вопрос сборника 1988 г. – развитие агросервиса [Аграрно-промышленный 1988]. Один из сборников был посвящен развитию ЛПХ [Аграрно-промышленный 1989]. Об этом сборнике см. ниже.

Влияние агропромышленной интеграции на социальное развитие колхозного крестьянства описано в сборнике, изданном Институтом социологических исследований в 1985 г. [Крестьянство 1985]. Вопросам обобществления сельскохозяйственного производства посвящена монография под редакцией В.А. Тихонова [Обобществление 1986].

Анализу проблем реализации Продовольственной программы АПК Киргизии посвящен сборник статей киргизских ученых [Аграрно-промышленный 1985а]. В нем рассматриваются структура АПК Киргизской ССР, его региональные особенности, вопросы повышения эффективности производства, экономического и социального развития села.

В 1985 г. был издан сборник статей об опыте межхозяйственной кооперации в социалистических странах [Новый 1985]. Представлены статьи ученых из Болгарии, Венгрии, ГДР, СССР, Чехословакии, в которых показаны особенности процесса межхозяйственного кооперирования в разных странах.

Проблемы функционирования национальных агропромышленных комплексов, а также вопросы горизонтальной и вертикальной интеграции в АПК рассматривались на семинаре Европейской Ассоциации экономистов-аграрников, прошедшем в Киеве в октябре 1989 г. [Интеграция 1989].

В рассматриваемый период было выпущено немало литературы, в которой анализируется работа отдельных агропромышленных объединений. Например, Г.В. Кулик и М.М. Ломач описали деятельность агропромышленного комбината «Кубань» [Кулик, Ломач 1986]. Этот комбинат был организован в 1984 г. в Краснодарском крае в порядке экономического эксперимента. Эксперимент состоял в предоставлении предприятию самостоятельности, внедрении хозрасчета, повышении ответственности и заинтересованности трудового коллектива в конечных результатах производства. Цель эксперимента – создание высокотехнологичного и эффективного сельскохозяйственного комплекса, объединяющего в себе производство, заготовку, переработку и реализацию продукции. Авторы приводят основные производственно-экономические характеристики комбината, рассматривают его организационную структуру и систему управления. Обсуждаются вопросы финансовых взаимоотношений, оплаты труда, ценообразования. В работе Р.А. Карните и А.К. Спрогиса описан опыт работы агрофирмы «Адажи» (Латвийская ССР) [Карните, Спрогис 1990]<sup>16</sup>. Об этой же агрофирме написана брошюра ее председателем [Каулс 1987]. Описывается ее организационная структура, принципы деятельности, результаты работы. К этому же типу относится брошюра генерального директора комбината «Раменский» об опыте работы своего предприятия [Куницкий 1988; см. также: Соколов 1987].

См. также следующие работы по теме: [Агропромышленный 1987; АПК 1986а; АПК 1986б; АПК 1987; АПК 1988а; АПК 1988б; АПК 1988в; АПК 1988г; АПК 1988д].

---

<sup>16</sup> Под агрофирмой тогда понимали основанное на базе сельскохозяйственного предприятия (колхоза, совхоза) образование, которое помимо производства продукции осуществляет ее переработку и реализацию.

### Социально-экономические различия между городом и деревней

В ряду книг об преодолении различий между городом и селом нужно отметить работы Л.В. Никифорова. Концепция автора заключалась в поэтапном преодолении производственной и социально-экономической обособленности города и села, углублении их интеграции и становлении социально-экономической системы «город – село». Вопросам сближения города и села посвящена монография Л.В. Никифорова «Социально-экономическая интеграция города и села» [Никифоров 1988].

Также нужно отметить сборник статей «Уменьшение различий между городом и деревней как закономерность совершенствования социализма» [Уменьшение 1986]. В статьях этого сборника авторы из разных социалистических стран пишут об особенностях сближения города и села в своих странах.

### Социальная структура

В 1985 г. издается сборник «Закономерности совершенствования социальной структуры общества при переходе к бесклассовой структуре» [Закономерности 1985]. Сельской тематике посвящены статьи В.Г. Венжера, Н.К. Фигуровской и Т.Е. Кузнецовой.

В 1986 г. выходит сборник «Общее и особенное в развитии социальной структуры сельского населения социалистических стран» [Общее 1986]. Авторами вошедших в сборник статей стали члены международной исследовательской группы «Крестьянство и деревня». В сборник вошли статьи о социальной структуре села Болгарии, Венгрии, ГДР, Польши, Чехословакии. Статью «Эволюция социальной структуры сельского населения СССР» представил В.И. Староверов. Прежде чем обратиться к ней, рассмотрим предисловие и послесловие сборника. В предисловии перечисляются типичные для социализма тенденции развития социальной структуры села: 1) появление нового социалистического класса кооперированного крестьянства; 2) возникновение нового типа аграрного рабочего на базе государственной собственности; 3) появление новой сельскохозяйственной интеллигенции; 4) установление равноправия женщин и молодежи; 5) рост доли сельских жителей, занятых в неаграрных областях; 6) типичность маятниковой миграции; 7) сохранение специфики села. В послесловии общей закономерностью развития социальной структуры деревни социалистических стран объявляется формирование социальной однородности. Отмечается последовательное прохождение социалистическими странами следующих стадий на пути к установлению однородности: отмена частной собственности на средства производства, уничтожение различий между городом и деревней, уничтожение различий между умственным и физическим трудом<sup>17</sup>.

В своей статье об СССР В.И. Староверов пишет, что решающим фактором эволюции социальной структуры сельского населения СССР является аграрная политика государства. Он выделяет три ленинских принципа этой политики: план кооперации, союз рабочего класса и крестьянства, союз города и деревни. Большое внимание уделяется целям Продовольственной программы. Автор рассматривает следующие аспекты эволюции социальной структуры советского села: развитие производительных сил, бюджет времени населения, оплата труда и трудовая нагрузка, уровень образования, характер и содержание труда, миграция, структура занятости по отраслям, занятость в ЛПХ, классовый состав населения<sup>18</sup>.

В обзоре 1987 г. рассматривается место крестьянства в социальной структуре стран социалистического содружества [Крестьянство 1987]. В 1991 г. в Институте социологии выходит сборник «Крестьянство в изменяющихся условиях перестройки советского

<sup>17</sup> Разные страны находятся на разном этапе достижения социальной однородности.

<sup>18</sup> Указанные показатели рассматривались в динамике.

общества» [Крестьянство 1991а]. В предисловии к нему указывается, что сборник является началом целостного изучения крестьянства. О месте крестьянства в социальной структуре советского общества и о социальных изменениях в нем рассказывается в монографии «Великий Октябрь и социальная структура советского общества. Крестьянство» [Великий 1987а].

Влияние агропромышленной интеграции на социальную структуру сельского населения рассматривается в монографии «Агропромышленная интеграция и социальная структура сельского населения СССР» [Агропромышленная 1988].

### **Трудовые ресурсы села. Управление**

Вопросы трудовой мотивации рассматривает Г.И. Шмелев в брошюре с красноречивым названием «Наемный работник или хозяин на земле?» [Шмелев 1990]. Речь идет о чувстве хозяина, возрождении крестьянских хозяйств, развитии ЛПХ.

Деятельности руководителей сельскохозяйственных предприятий было посвящено несколько препринтов новосибирских исследователей. Анализ проблем работы руководителей производится в работе С.Ю. Павленко «Проблемы труда руководителей сельскохозяйственных предприятий» [Павленко 1985]. Деятельность руководителей среднего звена анализируется в препринте В.Е. Ерышовой «Социальные проблемы труда руководителей среднего звена сельскохозяйственных предприятий» [Ерышова 1985].

В монографии С.Ю. Павленко «Руководитель сельскохозяйственного предприятия в системе управленческих взаимодействий» рассматриваются управленческие проблемы, с которыми сталкиваются руководители колхозов и совхозов [Павленко 1991]. Монография основана на данных государственной статистики, документах предприятий, а также на материалах обследований сельскохозяйственных предприятий Алтайского края (1982, 1983, 1986–1988 гг.).

Феномену «сезонничества» в строительстве посвящена работа М.А. Шабановой «Сезонные сельские строители: кто они и каковы их проблемы?» [Шабанова 1985]. Рассматриваются следующие вопросы: 1) экономические корни «сезонничества»; 2) значимость сезонной миграции для сибирского села; 3) мотивы и частота сезонных поездок на строительные работы; 4) проблемы сезонных строителей и принимающего их района, а также некоторые другие темы.

Работа «Методика социологического исследования механизмов адаптации специалистов и руководителей АПК к условиям жизнедеятельности» фактически представляет собой программу исследования [Методика 1986]. Сами авторы пишут о своей программе следующее: «Настоящая методика нацелена на разработку и отбор методов оптимизации системы, включающей профориентацию учащейся молодежи, рационализацию обучения, расстановку, адаптацию специалистов и руководителей АПК с целью повышения эффективности их деятельности» [Там же: 6]. И далее: «Целью исследования является разработка методов регуляции факторов, определяющих эффективность деятельности специалистов и руководителей сельского хозяйства» [Там же: 8]. В приложениях приведен инструментарий.

В 1987 г. в ИЭиОПП издаются два препринта, посвященных управленческим кадрам на селе. Первый препринт получил название «Управленческие кадры АПК: социальные качества, проблемы деятельности и критериев ее оценивания» [Рывкина и др. 1987б]. «Цель данного препринта – ознакомление с результатами исследований, проведенных в 1985–1987 гг. по проблемам, касающимся трудовой деятельности руководителей и специалистов АПК Алтайского края и Новосибирской области. В этих исследованиях затрагивался широкий круг проблем: положение и роль руководителей и специалистов в управлении производством; характер выполнения ими установленных обязанностей; реальное поведение

в разных сферах производства (в сфере планирования, организации труда, материально-технического снабжения, НТП, стимулирования труда, управления трудовыми коллективами); характер взаимодействий руководителей и специалистов с работниками вышестоящих органов управления, с подчиненными и «партнерами». Изучались условия, в которых работают руководители и специалисты АПК, их удовлетворенность своей работой» [Рывкина и др. 1987б: 4]. Специфика работы состоит в том, что все социальные проблемы управления «рассматриваются под углом зрения перестройки управления и хозяйственного механизма АПК» [Там же]. Работа базируется на данных опросов, которыми были охвачены 1236 руководителей и специалистов и 1080 рабочих и колхозников.

В препринте рассматривались следующие вопросы: 1) нерешенные социальные проблемы управления производством и человеческим фактором; 2) негативные черты системы взаимодействий между управленческими группами АПК; 3) условия хозяйствования на предприятии; 4) влияние системы управления на социальные качества работников; 5) отношение кадров к системе управления, 6) недоиспользование трудового потенциала; 7) критерии оценивания результатов труда управленческих кадров. Анализируя сложившееся состояние системы управления в АПК, авторы делают ряд критических выводов. Кадры характеризуются как слабое место перестройки, так как сформированы старым хозяйственным механизмом и часто тормозят перестройку. Выделяется ряд негативных черт сложившейся системы взаимодействия управленческих групп: 1) чрезмерная ведомственная централизация; 2) недостаточная персонификация экономических отношений; 3) наличие номенклатурного механизма подбора управленческих кадров и номенклатурных критериев оценивания результатов труда работников; 4) конфликтный стиль взаимодействия выше- и нижестоящих управленческих групп. Наконец утверждается, что некоторое улучшение экономического положения хозяйств на селе, которое имело место в то время, произошло не столько за счет улучшения управления, сколько за счет увеличения государственных капиталовложений, роста закупочных цен, опеки сверху и роста зарплаты.

Второй препринт «Управленческие кадры АПК: ориентации, поведение и готовность к перестройке» [Рывкина и др. 1987а] является логическим продолжением первого. Об этом говорит и то, что оба препринта снабжены практически одинаковыми предисловиями. Рассматривались следующие темы: 1) социальные установки руководителей и специалистов в сфере активизации кадров и интенсификации производства; 2) поведение и взаимодействия руководителей и специалистов в сфере планирования, материально-технического снабжения и НТП; 3) отношение руководителей и специалистов к перестройке и готовность работать в новых условиях; 4) предложения по совершенствованию системы работы с хозяйственными кадрами и созданию условий для активизации человеческого фактора производства. Авторы считают, что целостная концепция перестройки попросту отсутствует, а главной социальной проблемой перестройки считают неготовность человеческого фактора. На предприятиях отношение к перестройке не единодушное. Как среди руководителей и специалистов, так и среди простых работников выделяются три группы: сторонники полной перестройки, сторонники частичной перестройки и противники перестройки.

Результаты экспертного опроса о социальных качествах работников сельского хозяйства представлены в статье З.И. Калугиной в сборнике «Социальная активность трудящихся советской сибирской деревни» [Социальная 1988а]. В 18 хозяйствах Алтайского края были опрошены их руководители, а также руководители подразделений и специалисты. «В данной статье обобщены мнения экспертов о социальных качествах работников, а также их оценки условий для проявления и развития этих качеств, проанализированы причины пассивности работников, представлены пути повышения их трудовой и социальной активности» [Социальная 1988а: 269–270].

Перестройке системы управления в АПК посвящены еще два новосибирских препринта. Первый препринт «Методология и общие контуры концепции перестройки управления аграрным сектором советского общества» написан Т.И. Заславской, В.Д. Смирновым и

А.Н. Шапошниковым [Заславская и др. 1987]. Главная задача препринта – «обосновать методологические принципы и общие контуры перестройки. Аграрный сектор при этом представлен как целостный объект управления в единстве экономических, социальных, территориальных и экологических его сторон» [Заславская и др. 1987: 3].

Второй препринт конкретизирует общие методологические принципы первого [Смирнов 1987]. Основным путем перестройки управленческой системы автор считает расширение самостоятельности сельскохозяйственных предприятий, переход от директивных к саморегулятивным методам управления, установление хозрасчетных принципов между предприятиями и внутри предприятий.

Вопросам реформы системы управления посвящена работа В.А. Тихонова [Тихонов 1987]. Под его редакцией вышло учебное пособие «Организация управленческого труда в сельском хозяйстве» [Организация 1986]. Методологические и методические вопросы исследования управления являются центральными в книге новосибирцев «Социально-управленческий механизм развития производства» [Социально-управленческий 1989]. Работа написана на примере предприятий АПК: были использованы результаты исследования управленческих кадров (не выше районного уровня), проведенного в одном из районов Алтайского края в 1986 г.

О работниках села писали и журналисты. Например, сборник «Сельские будни Подмосковья» содержит журналистские очерки, основанные на живых наблюдениях и беседах [Сельские 1985а].

### **Коллективный подряд, аренда и хозяйственный расчет**

Заметное место в изучении организации коллективного подряда на предприятии занимают работы В.Д. Смирнова. Проблема исследовалась в рамках социально-экономического эксперимента по внедрению коллективного подряда и хозрасчетных отношений на отдельном предприятии, проводимого ИЭиОПП при поддержке властей в ряде хозяйств Новосибирской области и Алтайского края. Первым (осенью 1981 г.) из экспериментальных хозяйств стал колхоз «Путь к коммунизму» Косихинского района Алтайского края, в 1985 г. к эксперименту присоединился колхоз «Алей» Третьяковского района Алтайского края, а в 1987 г. – колхоз «Заря» Ленинск-Кузнецкого района Кемеровской области.

Первая монография В.Д. Смирнова на материалах эксперимента в колхозе «Путь к коммунизму» вышла в 1984 г. под названием «Опыт организации сплошного коллективного подряда в колхозе»; основное ее содержание составляли методические материалы [Смирнов 1984]<sup>19</sup>. В 1985 г. в сборнике «Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики» выходит его статья «Хозяйственный механизм АПК: пути повышения эффективности» [Пути 1985: 152–161]; в которой автор подчеркивает необходимость перехода от директивной к регулятивной организации экономики. В качестве примера такого перехода указывается упомянутый выше колхоз «Путь к коммунизму». Иными словами, виден переход автора на теоретический уровень.

В препринте 1986 г. Смирнов далее развивает свои идеи по поводу внедрения коллективного подряда [Смирнов 1986а]. Здесь в эксперимент включился и колхоз «Алей». В статье предпринимается «попытка выделить те проблемы, которые встают на пути дальнейшего развития и углубления коллективного подряда на селе, и предложить конкретные направления их решения» [Смирнов 1986а: 4–5].

Особо стоит выделить книгу В.Д. Смирнова «Социально-экономический эксперимент в колхозе» [Смирнов 1986б], в которой автор на теоретическом уровне обобщает свой опыт работы в рамках эксперимента в колхозе. Смирнов подчеркивает, что введение

---

<sup>19</sup> Из-за досадной ошибки автора эта работа не вошла в предыдущий обзор.

коллективного подряда имеет смысл при условии его сплошного охвата всех производств и служб, включая и управление, с переводом всех первичных звеньев на полный внутрихозяйственный расчет с чековой формой взаиморасчетов. В дальнейшем В.Д. Смирнов продолжает публикации по материалам экспериментов [Смирнов 1988; Смирнов, Исаков 1991].

На общем фоне выделяется работа Р.В. Рывкиной, Е.В. Косалса, Л.Я. Косалса и Г.А. Нарукова «Изменения трудовой деятельности и отношения к труду в условиях коллективного подряда» [Рывкина и др. 1985]. Работа отличается эмпирической направленностью, а также тем, что написана отнюдь не в бравурном тоне, как зачастую тогда бывало. Авторы отмечают, что несмотря на острую потребность в подряде его внедрение наталкивается на серьезные трудности, и выделяют две основные причины этого: 1) противоречие между принципом подряда и существующим хозяйственным механизмом, который опирается на административный стиль управления; 2) слабое научное изучение подряда перед его внедрением. В данной работе изучается социальная сторона внедрения коллективного подряда: изменения в трудовом процессе и в отношении к труду работников. Работа основана на опросе, проведенном в 13 хозяйствах в 6 районах Новосибирской области. Исследование построено на сравнении двух групп работников: занятых в условиях коллективного подряда и индивидуальной сдельщины. В каждой группе было опрошено 150 человек. Сравнение проводилось по следующим темам: самооценка трудовой отдачи и условий ее повышения; материально-техническая обеспеченность труда; организация труда; стимулирование труда; руководство подрядными подразделениями; взаимоотношения в коллективах; участие работников в управлении производством; производственная активность работников; отношение к разным формам организации и стимулирования труда; влияние типа предприятия на трудовую деятельность работников. Авторы делают следующие выводы:

- изменения в отношении к труду при коллективном подряде носят неоднозначный характер. Есть положительные сдвиги как в сознании работников, так и в их труде. Однако целый ряд проблем коллективный подряд не решает, а иногда – даже обостряет их;
- коллективный подряд осложняет отношения как с администрацией, так и внутри самого коллектива;
- остались проблемы в оплате труда;
- эффект от коллективного подряда может быть гораздо большим, чем есть в действительности.

Развитию новых экономических отношений на селе посвящен сборник статей «Селу – прогрессивную организацию труда» [Селу 1990]. Авторы статей стараются показать преимущества новых форм организации труда (таких, как хозрасчет, самофинансирование, арендный подряд) на примере трудовых коллективов, перешедших на эти формы экономических отношений<sup>20</sup>. В сборнике «Социальная активность трудящихся советской сибирской деревни» статья Е.В. Никулиной рассказывает о зарождении и развитии коллективного подряда в сельском хозяйстве Западной Сибири [Социальная 1988а]. О подрядных отношениях см. также: [Семейный 1990]. Вопросы семейного подряда рассматриваются в монографии Г.И. Шмелева [Шмелев 1987а].

Работа А.Г. Захарченко и А.И. Каторгина «Бригадный подряд в земледелии» довольно часто цитировалась в литературе тех лет по вопросам коллективного подряда [Захарченко, Каторгин 1985]. Во введении авторы так характеризуют основное содержание своей

---

<sup>20</sup> В частности, в сборнике есть статья А.Г. Лукашенко «Совхоз в аренду» о его опыте руководства совхозом «Городец» Могилевской области.

книги: «В ...книге отражены многолетний опыт применения коллективного подряда в различных регионах страны, специальные научно-производственные эксперименты по отработке его рациональных организационных форм, методические разработки, выполненные научно-исследовательскими учреждениями» [Захарченко, Каторгин 1985: 5–6]. Рассмотрены экономическая и социальная эффективность бригадного подряда, вопросы формирования трудовых коллективов, стимулирование труда, внедрение бригадного подряда на предприятиях. Выделяются типичные ошибки в применении бригадного подряда и анализируются причины их возникновения. См. также работу А.Г. Захарченко «Коллективный подряд в сельском хозяйстве» [Захарченко 1985] и ряд других работ по теме коллективного подряда: [Рыбаков, Шахназаров 1990].

О работе так называемых коллективов высокопроизводительного труда рассказывается в работе Н.В. Краснощекова и П.М. Першукевича [Краснощев, Першукевич 1989]. Эти коллективы являются логическим продолжением практики внедрения коллективного подряда. Часто их называли коллективами интенсивного труда (КИТ). КИТ представляют собой малые производственные группы, работающие в условиях самостоятельности, аренды и интенсивных технологий, что должно значительно повысить производительность труда. На примере работы КИТ Новосибирской области авторы рассматривают вопросы внедрения этой формы организации труда. По этой же теме Н.В. Краснощев написал брошюру «Арендные коллективы интенсивного труда» [Краснощев 1989].

Суть аренды и арендных отношений изложена в работе «Аренда и арендные отношения на предприятиях» [Аренда 1989]. Приводятся примеры из опыта использования арендных отношений на конкретных предприятиях и в трудовых коллективах. На основе результатов экспериментальных исследований на предприятиях написана работа «Развитие хозрасчетных отношений в АПК в условиях самофинансирования» [Развитие 1989]. Можно назвать ряд методических материалов по вопросам арендных отношений [Методические 1989а; Методические 1989б; Методические 1989в].

### **Личные подсобные хозяйства населения**

Вопросы развития ЛПХ рассматриваются в сборнике «Аграрно-промышленный комплекс: личное подсобное хозяйство», подготовленном латвийскими учеными [Аграрно-промышленный 1989]. Отмечается важность ЛПХ в вопросе преодоления продовольственной проблемы. Сами статьи можно разделить на три типа: статьи об ЛПХ в прибалтийских странах, статьи об ЛПХ в зарубежных социалистических странах, статьи о хозяйственных взаимоотношениях ЛПХ и общественных хозяйств.

Материалы трех экспедиций, проведенных Институтом социально-экономических проблем развития АПК (ИСЭП АПК) АН СССР в 1982, 1983 и 1984 гг., опубликованы в работе «Личное подсобное хозяйство в условиях агропромышленной интеграции» [Личное 1988]. Объектом исследования были владельцы ЛПХ Поволжья.

Место ЛПХ в структуре народного хозяйства, региональные особенности ведения ЛПХ, различные дискуссионные вопросы рассматриваются в сборнике 1989 г. [Использование 1989].

Можно отметить работу Б.С. Жихаревича «Агрорекреационный подкомплекс АПК крупного города», посвященную коллективному садоводству горожан [Агрорекреационный 1986]. В 1991 г. выходит статистический сборник Госкомстата России, посвященный ЛПХ населения РСФСР [Личные 1991].

Как и в предыдущий период, заметную роль в изучении личных подсобных хозяйств играла З.И. Калугина. Можно отметить ее статью «Поведение населения в сфере личного подсобного хозяйства» в сборнике «Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики» [Пути 1985: 115–127]. Многие темы, рассмотренные в этой

статье, будут раскрыты в более поздних статьях и монографиях. Само поведение в ЛПХ З.И. Калугина определяет следующим образом. «Экономическое поведение в сфере личного подсобного хозяйства можно определить как совокупность действий и поступков, направленных на инициативное (добровольное, самостоятельное) производство продуктов питания и получение дополнительных доходов за счет своего хозяйства, а также на создание необходимых условий его ведения, детерминируемое социально-экономическим положением семей и их интересами» [Пути 1985: 116]. Особенность труда в ЛПХ заключается в том, что субъектом поведения является, как правило, не отдельный человек, а семья. Также в числе особенностей труда в ЛПХ автор выделяет отсутствие административной регламентации труда и отсюда – центральную роль поведенческого фактора. В то же время свобода выбора в ЛПХ ограничена тремя группами факторов: нормативными актами, возможностями семей и локальными условиями хозяйствования. На основе обследования сельских семей (Новосибирская область, 1982 г.) выделяются три типа поведения в ЛПХ: активное поведение (высокая товарность и доходность), нейтральное поведение (удовлетворение потребностей семьи) и пассивное поведение (вынужденное ведение ЛПХ). Дается характеристика носителей таких типов поведения по различным экономическим и социально-демографическим признакам. Определяется роль ЛПХ в доходах сельского населения, а также его влияние на такие стороны жизни, как свободное время и использование отпусков. Наряду с положительными моментами отмечается недостаточная эффективность ЛПХ, а также ряд негативных последствий (использование общественных ресурсов в личных целях, нарушения трудовой дисциплины, появление хозяйств «фермерского типа»). По мнению автора, все эти явления возникают из-за отсутствия нормального механизма взаимодействия с ЛПХ.

В 1985 г. Калугина издает препринт «Личные подсобные хозяйства населения: возможности, проблемы и пути их решения» [Калугина 1985], информационной базой для которого послужили исследования, проведенные ИЭиОПП в Новосибирской области и Алтайском крае в 1967–1985 гг. Основное внимание уделяется дифференциации ЛПХ и проблемам их развития.

В 1991 г. Калугина публикует полновесную монографию «Личное подсобное хозяйство СССР. Социальные регуляторы и результаты развития» [Калугина 1991]. Работа также основана на эмпирическом багаже исследований в Новосибирской области и Алтайском крае. Рассматриваются следующие вопросы: социальный механизм развития ЛПХ в СССР; политика государства в отношении ЛПХ; дифференциация ЛПХ; экономическое поведение населения в сфере ЛПХ; экономические и социальные результаты функционирования ЛПХ; перспективы развития ЛПХ.

Другой известный специалист по ЛПХ – Г.И. Шмелев – начал постепенно переходить от анализа ЛПХ [Шмелев 1985] к более широкой теме: деятельности сельской семьи. В своей брошюре «Семья в сфере производства» он рассматривает такие функции семьи, как домашнее хозяйство, ЛПХ, надомничество и семейный подряд, индивидуальная трудовая деятельность [Шмелев 1987б]. Под его редакцией вышел сборник статей по материалам Всесоюзной конференции «Проблемы повышения использования трудового потенциала сельской семьи» [Пути 1987]. Главным образом рассматриваются вопросы развития ЛПХ и семейного подряда.

### **Уровень и образ жизни сельского населения. Бюджеты времени. Миграция**

Можно выделить работу «Условия и образ жизни сельского населения», подготовленную на материалах обследований условий жизни и бюджетов времени сельского населения Новосибирской области в 1975–1976 и 1986–1987 гг. [Условия 1990]. Показано влияние различных факторов на труд, быт, досуг и баланс времени сельских жителей. Схожую направленность имеет работа В.Ф. Машенкова и Л.В. Бондаренко «Советская деревня: труд, быт, досуг» [Машенков, Бондаренко 1986].

Социальным аспектам дифференциации оплаты труда на селе посвящена работа С.К. Демченко и А.Н. Шапошникова [Демченко, Шапошников, 1986], в которой выделяются социально-демографические, профессиональные, образовательные и другие факторы различий в оплате труда.

Методические вопросы рассматриваются в монографии «Опыт социологического исследования уровня жизни», изданной в Новосибирске [Опыт 1986]. Она не ориентирована непосредственно на изучение села, но в ней используются результаты сельских исследований.

О развитии сельской формы советского образа жизни рассказывается в учебном пособии Л.И. Дремовой «Культурное развитие современной сибирской деревни» [Дремова 1986]. Показана взаимосвязь уровня образования и характера сельскохозяйственного труда, описано развитие профессиональной структуры на селе и ее связь с повышением профессиональной квалификации работников, рассмотрена связь благосостояния сельских жителей и достижения социальной справедливости.

Из работ по бюджетам времени можно выделить работу В.А. Артемова «Бюджеты времени населения города и деревни» [Артемов 1990]. Им же была написана монография «Социальное время» [Артемов 1987]. Селу в ней уделено небольшое внимание, так как работа скорее общетеоретическая. В 1991 г. Госкомстат опубликовал материалы по бюджетам времени рабочих, служащих и колхозников по состоянию на март 1990 г. [Бюджеты 1991].

Вопросам сезонной и постоянной миграции в сельском районе посвящена работа М.А. Шабановой [Шабанова 1991]. Объектом исследования был Топчихинский район Алтайского края. Выделялись несколько видов миграции: сезонная неорганизованная трудовая миграция («шабашничество»), а также первичная и возвратная постоянная миграция. Выявляются функции, факторы и проблемы разных видов миграции, прослеживаются различные связи между ними.

### **Типология сельских поселений и сельское расселение**

Книга В.И. Федосеева «Сельское население региона» заканчивает серию книг по типологизации сельской местности, написанных новосибирскими исследователями [Федосеев 1986]<sup>21</sup>. В первых двух книгах серии типологизировались области, т.е. высший уровень. В работе В.И. Федосеева типологизируются районы, т.е. средний уровень. По своей структуре эта книга схожа с книгой по типологизации областей: здесь также проводятся частные типологии районов (по отдельным группам признаков), а затем – комплексная типология (по совокупности признаков). Отличие состоит в уровне анализа и в том, что Федосеев ограничился Западной Сибирью, что вполне естественно. В предисловии к книге Т.И. Заславская уточняет: «Главная задача исследования заключалась в том, чтобы на основе демографических, социальных и экономических показателей сельских районов сгруппировать их в крупные демо-социо-экономические типы, различающиеся несколькими общими характеристиками» [Федосеев 1986: 3].

Основное внимание расселенческим аспектам уделено в работе А.Я. Троцкого «Развитие села в условиях урбанизации» [Троцкий 1985]. Центральный вопрос книги – влияние городов на развитие сельской местности на примере Западной Сибири<sup>22</sup>. «Цель работы состоит в определении типов городов по характеру социально-экономических связей с селом, выявлении особенностей его [села. – А.К.] социально-экономического и демографического развития в зонах влияния городов различных типов и вне их, разработке на этой основе рекомендаций по перспективному развитию села и реконструкции сельской поселенческой

<sup>21</sup> О серии см. первую часть нашего обзора.

<sup>22</sup> Это одна из излюбленных тем экономгеографов при изучении села.

сети» [Троцкий 1985: 15]. В первой главе книги представлено теоретическое описание объекта исследования, включая описание методики анализа. Во второй главе анализируется влияние городов на развитие села: производится классификация городов и описываются особенности развития села в зависимости от влияния городов. Наконец, в третьей главе описываются пути повышения роли городов разных типов в развитии села.

В 1986 г. выходит препринт Т.И. Заславской и Е.Е. Горяченко «Система сельского расселения: социальные проблемы и пути их решения» [Заславская, Горяченко 1986]. Авторы отмечают недостаточность имеющихся знаний о современной структуре сельского расселения, что приводит к малоэффективным управленческим решениям. Данный труд призван некоторым образом восполнить этот пробел. Работа состоит из пяти разделов. В первом разделе рассматриваются социально-экономические характеристики сельского расселения. Авторы утверждают, что социальная политика должна быть дифференцирована, и однородные меры должны применяться к однородным типам сельских поселений. В качестве примера построения типологии сельских поселений приводится типология поселений 10 районов Алтайского края. Типология построена на основе 27 показателей и включает в себя 6 типов поселений: 1) мельчайшие моноотраслевые поселения с неразвитой социально-бытовой инфраструктурой; 2) мелкие аграрные поселения со слабо развитой производственной и непроизводственной сферами; 3) средние по размеру и уровню развития аграрные поселения; 4) крупные поселения с развитой производственной и непроизводственной сферами; 5) районные центры; 6) средние и крупные несельскохозяйственные поселения. Полученные типы поселений сравниваются по ряду признаков: отраслевой структуре занятости, миграционным намерениям населения, демографическому составу семей, интенсивности взаимодействия населения с административными центрами разного уровня, месту получения населением благ и услуг.

Второй раздел посвящен целям совершенствования сельского расселения. Выделяются две главные цели: социальная и производственная. «Общей целью развития сельского расселения является создание территориальных условий, с одной стороны, для лучшего выполнения селом его функций, направленных на удовлетворение потребностей всего общества (прежде всего для производства продуктов питания и сельскохозяйственного сырья) с другой, для преодоления социальных различий в положении городского и сельского населения, а также различных групп сельских жителей» [Заславская, Горяченко 1986: 18]. При этом подчеркивается, что производственная и социальная цели требуют разных стратегий и могут друг другу противоречить.

В третьем разделе авторы выделяют социально-экономические особенности современного сельского расселения в СССР: 1) резкое отставание села по развитию жилья, инфраструктуры, обслуживания; 2) недостаточный уровень развития районообразующих центров, аграрных городов, поселков городского типа, отток населения из них в более крупные города; 3) неравномерное развитие центров внутрихозяйственных систем расселения, которое зависит от развитости сельскохозяйственных предприятий; 4) большой разрыв в социально-экономическом развитии и уровне жизни центров и периферийных поселений; 5) низкая плотность сельского населения; 6) замедление процесса концентрации населения; 7) неразвитость транспортных коммуникаций. Направления совершенствования сельского расселения рассматриваются в четвертом разделе.

Последний, пятый, раздел посвящен территориальной дифференциации аграрного расселения. В нем строится типология областей РСФСР по трем группам признаков: 1) хозяйственная освоенность и заселенность территории, густота сети сел, плотность железных и шоссейных дорог; 2) степень урбанизированности расселения, уровень развития и демографический потенциал городов, их транспортная доступность для сельских жителей; 3) людность сельских поселений, уровень их социального развития, обеспеченность их учреждениями общественного обслуживания. Всего для классификации использовалось 68 показателей. В результате было получено 6 типов регионов: 1) регионы с редкой сетью

небольших городских и густой сетью очень мелких сельских поселений; 2) высокоурбанизированные регионы с густой сетью небольших сельских и различных по величине городских поселений; 3) среднеурбанизированные регионы с густой сетью средних поселений; 4) регионы с редкой сетью крупных городских и сельских поселений; 5) слабо освоенные и наименее урбанизированные регионы с очень редкой сетью мелких городских и крупных сельских поселений; 6) высокоосвоенные территории с густой сетью крупных городов и сел. Предлагаются рекомендации по развитию системы сельского расселения в зависимости от типа региона.

В 1985 и 1986 гг. в Башкирском государственном университете издаются два сборника статей с одинаковым названием: «Сельская местность: территориальные аспекты социально-экономического развития» [Сельская 1985; Сельская 1986]<sup>23</sup>. Статьи были написаны представителями разных университетов и учреждений, в том числе университетов ГДР и Кубы. Тематика статей довольно широка, объединяет их экономико-географический подход к анализу проблем.

Исследованию факторов, влияющих на развитие сельского расселения, посвящен сборник статей, подготовленный Центральным научно-исследовательским и проектным институтом по градостроительству [Совершенство 1987]. Рассматривается влияние таких факторов, как развитие АПК, урбанизация, этносоциальные условия, планировка и т.п. «Таким образом, статьи охватывают политический, экономический, социальный, демографический, этнический, градостроительный и географический аспекты развития сети сельских поселений» [Совершенство 1987: 5].

Пригородному сельскому хозяйству посвящена работа А.О. Кибальчича в серии брошюр «Проблемы больших городов» [Кибальчич 1989]. В этой, по сути, обзорной статье рассматриваются условия развития пригородного сельского хозяйства, основные отрасли его специализации и его территориальная структура.

Вопросы сельского расселения рассматриваются в сборнике «Современное село: пути развития», написанном, главным образом, экономгеографами [Современное 1988]<sup>24</sup>. Сборник разделен на три раздела: 1) сельское расселение: идеи, гипотезы, концепции; 2) современное состояние и тенденции развития сельского расселения; 3) перспективы села в региональных системах расселения.

Вопросы сельского расселения обсуждаются также в докладах на 6-м советско-польском семинаре по урбанизации [Доклады 1987].

## Литература

Аграрная политика как инструмент социальных преобразований // Тезисы докладов и сообщений советских ученых к VII Всемирному конгрессу по социологии деревни. Италия, Болонья. Июнь-июль 1988 г. / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1988.

Аграрная политика КПСС в условиях совершенствования социализма. М.: Академия общественных наук при ЦК КПСС, 1985.

Аграрная политика КПСС и совершенствование социальных процессов на селе / Отв. ред. Г.С. Ентелис. Кишинев: Штиинца, 1986.

Аграрная политика КПСС на Дальнем Востоке (1960–1986). Межвузовский сборник / Отв. ред. А.П. Шестопапов. Владивосток: Изд-во Дальневосточного ун-та, 1987.

---

<sup>23</sup> Самый первый сборник под таким же названием был издан в 1983 г.

<sup>24</sup> Исключение – статья Т.И. Заславской и Е.Е. Горяченко.

- Аграрная реформа в СССР и проблемы перехода к рыночной экономике // Материалы советско-американского симпозиума. Суздаль, 6–7 октября 1990 г. М.: ВАСХНИЛ, 1991.
- Аграрное производство и природопользование. Тезисы докладов и сообщений на II Всесоюзной конференции философов, экономистов, историков, писателей, ученых-аграрников и практиков сельского хозяйства (октябрь 1989 г., Одесса). М.: ИФ АН СССР, 1989.
- Аграрно-промышленная интеграция и кооперирование в СССР и за рубежом. Библиографический указатель литературы / Сост. Р.А. Вайтешонок. Киев: КИНХ, 1986.
- Аграрно-промышленный комплекс Киргизии и проблемы реализации Продовольственной программы / Отв.ред. Д.С. Лайлиев и А.И. Исманов. Фрунзе: Илим, 1985а.
- Аграрно-промышленный комплекс. Интеграция производства и переработки продукции / Отв. ред. А.А. Калныньш. Рига: Зинатне, 1985б.
- Аграрно-промышленный комплекс. Концепции развития / Отв. ред. А.А. Калныньш. Рига: Зинатне, 1984.
- Аграрно-промышленный комплекс. Личное подсобное хозяйство / Отв. ред. В.И. Цибульский. Рига: Зинатне, 1989.
- Аграрно-промышленный комплекс. Развитие агросервиса / Отв. ред. А.А. Калныньш. Рига: Зинатне, 1988.
- Аграрно-промышленный комплекс. Совершенствование планирования / Отв. ред. А.А. Калныньш. Рига: Зинатне, 1987.
- Аграрно-промышленный комплекс. Совершенствование управления / Отв. ред. А.А. Калныньш. Рига: Зинатне, 1981.
- Аграрно-промышленный комплекс. Совершенствование хозяйственного механизма / Отв. ред. А.А. Калныньш. Рига: Зинатне, 1982.
- Аграрно-промышленный комплекс. Совершенствование экономического механизма / Отв. ред. А.А. Калныньш. Рига: Зинатне, 1983.
- Аграрно-экономические проблемы развитого социализма / Отв. ред. С.К. Кариев. Ташкент: Изд-во ТашГУ, 1985.
- Аграрные отношения: выход из тупика / Отв. ред. Л.В. Никифоров. М.: Наука, 1991.
- Аграрные проблемы в свете решений XXVII съезда КПСС / Отв. ред. Н.Л. Копач. М.: ИЭ АН СССР, 1986.
- Аграрный ресурсный потенциал Украинской ССР / Отв. ред. П.Ф. Веденичев. Киев: Наукова думка, 1988.
- Агропромышленная интеграция и социальная структура сельского населения СССР / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: Наука, 1988.
- Агропромышленный комплекс как целостная экономическая система: закономерности развития. М., 1987.
- Алексеев А.И.* Многоликая деревня (население и территория). М.: Мысль, 1990.
- АПК в действии. Ашхабад: Туркменистан, 1986а.
- АПК и интенсивность производства. Нальчик: КБНИИИФЭ, 1986б.
- АПК курсом ускорения. Минск, 1988а.
- АПК России: новый хозяйственный механизм / Сост. А.А. Шутьков. М.: Росагропромиздат, 1990а.
- АПК СССР: реальность и перспективы. Тезисы докладов и сообщений советских ученых к XIV Европейскому конгрессу по социологии села. ФРГ, Гессен, июль 1990 г. / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИС АН СССР, 1990б.
- АПК: обобществление производства и повышение его эффективности. Уфа, 1988б.

- АПК: обобществление производства и повышение его эффективности. Уфа, 1988в.
- АПК: перестройка на основе кооперации и демократизации. М., 1988.
- АПК: практика и проблемы. Алма-Ата, 1988д.
- АПК: экономика ускорения. Калининград, 1987.
- АПК: экономическая реформа и демократизация. М.: Политиздат, 1988е.
- Аренда и арендные отношения на предприятиях АПК / Под ред. В.Р. Боева и Д.Н. Есакова. М.: Агропромиздат, 1989.
- Артемов В.А. Бюджеты времени населения города и деревни. Новосибирск: Наука, 1990.
- Артемов В.А. Социальное время. Проблемы изучения и использования. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1987.
- Беленький В.Р. Российская деревня: из прошлого в будущее. М.: О-во «Знание» РСФСР, 1991.
- Бойко В.Г. Село смотрит в будущее. М.: Политиздат, 1986.
- Буздалов И.Н., Бух М.Е., Шмелев Г.И. Ценообразование в АПК стран Восточной Европы. М.: ВНИИТЭИагропром, 1991.
- Бюджеты времени рабочих, служащих и колхозников в марте 1990 года. М.: Госкомстат СССР, 1991.
- Великий Октябрь и социальная структура советского общества. Крестьянство / Гл. ред. Е.М. Бабосов. Минск: Наука и техника, 1987а.
- Великий Октябрь и социалистические преобразования в Сибири // Тезисы докладов и сообщений Всесоюзной научной конференции. Новосибирск, 2–4 ноября 1987 г. Новосибирск: СО АН СССР, 1987б.
- Венжер В.Г. Как было, как могло быть, как стало, как должно стать (вопросы истории нашего строя). М.: Наука, 1990.
- Венжер В.Г. Каким должен быть социализм, который мы строим? М., 1989.
- Гущин Н.Я., Жданов В.А. Критика буржуазных концепций истории советской сибирской деревни. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1987.
- Данилов В.П. Коллективизация сельского хозяйства в СССР // История СССР. 1990. № 5.
- Демченко С.К., Шапошников А.Н. Социальные аспекты оплаты труда в аграрном секторе Алтайского края. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1986.
- Деревня и крестьянство социалистических стран. М., 1984.
- Доклады на VI советско-польский семинар по урбанизации. Препринт. М.: ИГ АН СССР, 1987.
- Документы свидетельствуют. Из истории деревни накануне и в ходе коллективизации, 1927–1932 гг. / Под ред. В.П. Данилова, Н.А. Ивницкого. М.: Политиздат, 1989.
- Дремова Л.И. Культурное развитие современной сибирской деревни: учеб. пособие к спецкурсу. Новосибирск: НГПИ, 1986.
- Ерышова В.Е. Социальные проблемы труда руководителей среднего звена сельскохозяйственных предприятий. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1985.
- Жихаревич Б.С. Агрорекреационный подкомплекс АПК крупного города (проблемы коллективного садоводства). Препринт. Л.: ИСЭП АН СССР, 1986.
- Закономерности совершенствования социальной структуры общества при переходе к бесклассовой структуре / Под ред. В.Г. Венжера. М.: ИЭ АН СССР, 1985.
- Заславская Т.И., Горяченко Е.Е. Система сельского расселения: социальные проблемы и пути их решения. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1986.

- Заславская Т.И., Смирнов В.Д., Шапошников А.Н.* Методология и общие контуры концепции перестройки управления аграрным сектором советского общества. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1987.
- Захарченко А.Г.* Коллективный подряд в сельском хозяйстве. Киев: Урожай, 1985.
- Захарченко А.Г., Каторгин А.И.* Бригадный подряд в земледелии. М.: Агропромиздат, 1985.
- Зеленин И.Е.* О некоторых «белых пятнах» завершающего этапа сплошной коллективизации // История СССР. 1989. № 2.
- Земельная реформа и проблемы развития земледелия СССР. По материалам выездной сессии ВАСХНИЛ в Курске 16–18 января 1991 г. Курск, 1992.
- Интеграция и сотрудничество в агропродовольственной сфере. Материалы 21-го семинара Европейской Ассоциации экономистов-аграрников (ЕАЭА). Киев, 3–7 октября 1989 г. Киев: ИЭ АН СССР, 1989.
- Использование социальных форм хозяйства: личное подсобное хозяйство / Отв. ред. Л.В. Никифоров. М.: ИЭ АН СССР, 1989.
- Иоффе Г.В.* Нечерноземье: социальная география и хозяйство // Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Науки о Земле». № 2. М.: Знание, 1986.
- Иоффе Г.В.* Сельское хозяйство Нечерноземья: территориальные проблемы / Отв. ред. В.А. Пуляркин. М.: Наука, 1990.
- Кадры АПК в системе управленческих взаимодействий // Тезисы докладов к Всесоюзной научно-практической конференции «Пути совершенствования управления социальным развитием аграрного сектора региона» / Отв. ред. Р.В. Рывкина, М.Л. Суховский. Барнаул, 1987.
- Калугина З.И.* Личные подсобные хозяйства населения: возможности, проблемы и пути их решения. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1985.
- Калугина З.И.* Личное подсобное хозяйство СССР. Социальные регуляторы и результаты развития. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1991.
- Карните Р.А., Спрогис А.К.* Агропромышленная интеграция сельскохозяйственных предприятий. М.: Знание, 1990.
- Каулс А.Э.* Поиск нового. М.: Агропромиздат, 1987.
- Кибальчич А.О.* Сельское хозяйство пригородных зон крупнейших городов // Проблемы больших городов. Вып. 14. М.: МГЦНТИ, 1989.
- Климин И.И.* Критика буржуазных фальсификаций аграрной политики КПСС (1946–1980 гг.). Л., 1985.
- Краснощеков Н.В.* Арендные коллективы интенсивного труда. М.: Знание, 1989.
- Краснощеков Н.В., Першукевич П.М.* Коллективы высокопроизводительного труда. М.: Росагропромиздат, 1989.
- Крестьянство в изменяющихся условиях перестройки советского общества / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИС АН СССР, 1991а.
- Крестьянство в социальной структуре стран социалистического содружества. М.: ИНИОН АН СССР, 1987.
- Крестьянство в СССР в условиях агропромышленной интеграции / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1985.
- Крестьянство Дальнего Востока СССР XIX–XX вв.: очерки истории / Под ред. А.И. Крушанова. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 1991б.
- Крестьянство и сельское хозяйство Сибири. 1960–1980-е гг. / Отв. ред. Н.Я. Гушин. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1991в.

- Крючков В.Г., Раковецкая Л.И.* Зерновое хозяйство: территориальная организация и эффективность производства. М.: МГУ, 1990.
- Кулик Г.В., Ломач М.М.* Агропромышленный комбинат «Кубань». М.: Агропромиздат, 1986.
- Кульчицкий С.В.* Некоторые проблемы истории сплошной коллективизации на Украине // История СССР. 1989. № 5.
- Куницкий К.В.* Агропромышленный комбинат «Раменский». М.: Агропромиздат, 1988.
- Личное подсобное хозяйство в условиях агропромышленной интеграции / Отв. ред. В.Б. Островский. М.: Наука, 1988.
- Личные подсобные хозяйства населения РСФСР. Госкомстат РСФСР. М.: Республиканский информационно-издательский центр, 1991.
- Макеенко М.М., Кот С.К.* Совершенствование экономических взаимоотношений в районных агропромышленных объединениях. М., 1986.
- Мартынов В.Д.* Фермерская кооперация // Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Экономика». № 1. М.: Знание, 1990.
- Машенков В.Ф., Беленький В.Р., Григорьев С.Э.* Основные направления социального развития села. М.: ВНИИТЭИагропром, 1988.
- Машенков В.Ф., Бондаренко Л.В.* Советская деревня: труд, быт, досуг. М.: Россельхозиздат, 1986.
- Методика социологического исследования механизмов адаптации специалистов и руководителей АПК к условиям жизнедеятельности / Отв. ред. В.И. Староверов. М., 1986.
- Методические материалы по вопросу аренды и арендных отношений в перерабатывающих отраслях АПК. М.: ВВШУ АПК, 1989а.
- Методические материалы по изучению аренды и арендных отношений в АПК. Тема: организационно-экономические основы аренды и арендных отношений. М.: ВВШУ АПК, 1989б.
- Методические материалы по изучению аренды и арендных отношений в АПК. Тема: организация крестьянских хозяйств. М.: ВВШУ АПК, 1989в.
- Направления развития продовольственного комплекса Сибири / Отв. ред. А.А. Вершинин. Новосибирск: СО ВАСХНИЛ, 1985.
- Научное обеспечение земельной реформы и развития земледелия в СССР на ближайшую перспективу. Материалы сессии ВАСХНИЛ. Курск, 16–18 января, 1991 г. М.: ВАСХНИЛ, 1991.
- Научно-технический прогресс в аграрно-промышленном комплексе / Под ред. С.Е. Ильюшонка, Н.И. Атанова. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1986.
- Научно-технический прогресс в агропромышленном комплексе. М., 1987.
- Научно-технический прогресс в агропромышленном комплексе / Гл. ред. В.Р. Боев. М.: ВНИЭСХ, 1988.
- Научно-технический прогресс в агропромышленном производстве СССР и развитых стран. Ч. 1–2. М.: ВНИИТЭИагропром, 1991.
- Научно-технический прогресс в агропромышленном производстве // Тезисы докладов научно-практической конференции (Минск, 30 октября – 2 ноября 1990 г.). М., 1990.
- Никифоров Л.В.* Социально-экономическая интеграция города и села (содержание, цели, пути, условия) / Отв. ред. Е.И. Капустин. М.: Наука, 1988.
- Никольский С.А.* Власть и земля. Хроника утверждения бюрократии в деревне после Октября. М., 1990.
- Новый этап кооперации в сельском хозяйстве социалистических стран / Под ред. Е.С. Оглоблина, М.М. Макеенко. М.: Агропромиздат, 1985.
- Обеспечение устойчивого развития сельскохозяйственного производства и борьба с засухой // По материалам сессии ВАСХНИЛ (Волгоград, 26–28 мая 1987 г.). М.: Агропромиздат 1988.

- Обобществление сельскохозяйственного производства / Отв. ред. В.А. Тихонов. М.: Наука, 1986.
- Общее и особенное в развитии социальной структуры сельского населения социалистических стран / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1986.
- Оздоровление финансового состояния убыточных и низкорентабельных колхозов и совхозов / Отв. ред. Л.В. Никифоров, С.К. Орловская. М.: ИЭ АН СССР, 1990.
- Опыт социологического исследования уровня жизни. Методические аспекты / Под ред. В.А. Калмык, Л.А. Хахулиной. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1986.
- Организация оплаты труда в условиях нового экономического механизма хозяйствования. Тезисы докладов участников научно-практической конференции (Кишинев, 18–20 ноября 1987 г.). М., 1987.
- Организация управленческого труда в сельском хозяйстве / Под ред. В.А. Тихонова. М.: Агропромиздат, 1986.
- Павленко С.Ю.* Проблемы труда руководителей сельскохозяйственных предприятий. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1985.
- Павленко С.Ю.* Руководитель сельскохозяйственного предприятия в системе управленческих взаимодействий / Отв. ред. Р.В. Рывкина. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1991.
- Перестройка аграрного производства в СССР: проблемы и перспективы // Тезисы к I Международной конференции философов, социологов, историков, экономистов, ученых-аграрников и практиков сельского хозяйства. Москва, 18–24 июня 1990 г. / Отв. ред. С.А. Никольский. М.: ИФ АН СССР, 1990а.
- Перестройка аграрного сектора экономики. Пособие для экономического всеобуча в АПК / Под ред. Р.И. Тонконога. М.: Агропромиздат, 1990б.
- Перестройка хозяйственного механизма и социальное развитие села // Тезисы докладов конференции экономических факультетов Латвийской, Литовской и Эстонской сельскохозяйственных академий. 29–30 июня 1987 г. Елгава: ЛСХА, 1987.
- Перестройка ценообразования в АПК и на товары народного потребления. М.: НИИ по ценообразованию госкомцен СССР, 1989.
- Перспективные работники сельского района: условия и образ жизни / Под ред. Р.В. Рывкиной, Л.А. Хахулиной. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1985.
- Пилипенко И.И., Кадиевский В.А.* Научно-технический прогресс в аграрной сфере АПК. Киев: УкрНИИНТИ, 1986.
- Правовые проблемы развития сельскохозяйственной кооперации в СССР в свете решений XIX Всесоюзной конференции КПСС // Материалы Всесоюзной научно-практической конференции 29 ноября – 2 декабря 1988 г. Части 1–2 / Отв. ред. Г.Е. Есаков. М., 1989.
- Проблемы активизации человеческого фактора в системе АПК Сибири в свете решений XXVII съезда КПСС // Тезисы докладов научно-практической конференции 27–28 октября 1987 г. / Отв. ред. А.П. Суханов. Новосибирск: СО ВАСХНИЛ, 1987.
- Проблемы активизации человеческого фактора сельского хозяйства // Тезисы докладов и сообщений советских ученых на XIII Европейский конгресс по социологии деревни. Португалия, апрель 1986 г. / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1986а.
- Проблемы совершенствования социальной структуры деревни // Тезисы докладов и сообщений советских ученых на XIII Европейский конгресс по социологии деревни. Португалия, апрель 1986 г. / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1986б.
- Проблемы управления социально-территориальным развитием аграрного сектора // Тезисы докладов к Всесоюзной научно-практической конференции «Пути совершенствования управления социальным развитием аграрного сектора региона» / Отв. ред. Е.Е. Горяченко, М.И. Шабанова. Барнаул, 1987.

- Продовольственная программа СССР и социальное развитие деревни // Тезисы докладов и сообщений советских ученых на XIII Европейский конгресс по социологии деревни. Португалия, апрель 1986 г. / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1986.
- Пути повышения использования трудового потенциала сельской семьи / Отв. ред. Г.И. Шмелев. М.: ИЭМСС АН СССР, 1987.
- Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики / Под ред. Р.В. Рывкиной. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1985.
- Развитие форм социалистической собственности в сибирской деревне: исторический опыт и современность / Отв. ред. Н.Я. Гуцин. Новосибирск, 1991.
- Развитие хозрасчетных отношений в АПК в условиях самофинансирования / Отв. ред. М.Г. Ратгауз, Г.М. Антонов. М.: ВНИЭТУСХ, 1989.
- Ресурсный потенциал агропродуктивных систем Сибири и Дальнего Востока. Новосибирск: СО ВАСХНИЛ, 1986.
- Рогалина Н.Л.* Коллективизация: уроки пройденного пути. М., 1989.
- Рыбаков А., Шахназаров Р.* Социально-экономические факторы организации коллективного подряда и арендных отношений. Ашхабад: Знание, 1990.
- Рывкина Р.В., Косалс Е.В., Косалс Л.Я., Наруков Г.А.* Изменения трудовой деятельности и отношения к труду в условиях коллективного подряда. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1985.
- Рывкина Р.В., Косалс Е.В., Косалс Л.Я., Павленко С.Ю., Суховский М.Л.* Управленческие кадры АПК: ориентации и поведение, готовность к перестройке. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1987а.
- Рывкина Р.В., Косалс Е.В., Косалс Л.Я., Павленко С.Ю., Суховский М.Л.* Управленческие кадры АПК: социальные качества, проблемы деятельности и критериев ее оценивания. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1987б.
- Селу – прогрессивную организацию труда / Сост. И.В. Фурман. М.: Профиздат, 1990.
- Сельская местность: территориальные аспекты социально-экономического развития / Отв. ред. В.А. Максимов. Уфа: Изд-во БашГУ, 1985.
- Сельская местность: территориальные аспекты социально-экономического развития / Отв. ред. В.А. Максимов. Уфа: Изд-во БашГУ, 1986.
- Сельские будни Подмосковья / Сост. В.Г. Красненков. М.: Московский рабочий, 1985а.
- Сельскому хозяйству Смоленщины – интенсивное развитие // Тезисы к областному экономическому совещанию. Смоленск, 1985.
- Сельскохозяйственная наука – производству / Отв. ред. Т.Н. Кулаковская. Минск: ЗО ВАСХНИЛ, 1986а.
- Сельскохозяйственная наука – производству Псковской области // Материалы XXIX научно-производственной конференции (март, 1990 г.) / Отв. ред. Б.М. Кардашин. Великие Луки, 1991.
- Сельскохозяйственная наука и практика (мировоззренческо-методологические аспекты). М.: ИФ АН СССР, 1987.
- Сельскохозяйственная наука Урала – производству. Научная конференция (тезисы докладов). 31 марта – 2 апреля 1986 г. Свердловск, 1986в.
- Сельскохозяйственная наука: достижения, разработки, внедрение / Под ред. К.У. Медеубекова. Алма-Ата: Кайнар, 1986б.
- Семейный и арендный подряд в животноводстве / Сост. В.И. Кудряшов. М.: Московский рабочий, 1990.
- Симуш П.И.* Облик хозяина земли: новейшие и традиционные черты. М.: Мысль, 1987.

- Смирнов В.Д. О направлениях по углублению перестройки системы управления в АПК. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1987.
- Смирнов В.Д. Опыт организации сплошного коллективного подряда в колхозе. Барнаул: Алтайское кн. изд-во, 1984.
- Смирнов В.Д. Развитие и углубление коллективных форм организации и стимулирования труда в сельском хозяйстве. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП АН СССР, 1986а.
- Смирнов В.Д. Совершенствование внутривоспроизводственных отношений в АПК. Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1988.
- Смирнов В.Д. Социально-экономический эксперимент в колхозе. Новосибирск: Наука, 1986б.
- Смирнов В.Д., Искаков С.К. Работник в условиях внутривоспроизводственной кооперации (результаты социологического обследования). Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1991.
- Совершенствование сельского расселения в условиях ускорения научно-технического прогресса / Под ред. Л.А. Кранца. М.: ЦНИПИ градостроительства, 1987.
- Совершенствование социальных условий сельского населения // Тезисы докладов и сообщений советских ученых на XIII Европейский конгресс по социологии деревни. Португалия, апрель 1986 г. / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1986.
- Совершенствование материально-технической базы АПК в условиях ускорения научно-технического прогресса. Новосибирск: СО ВАСХНИЛ, 1988а.
- Совершенствование хозяйственного расчета в сельскохозяйственных предприятиях Нечерноземной зоны РСФСР / Отв. ред. А.П. Решетняк. Л.: НИПТИМЭСХ, 1989.
- Совершенствование хозяйственного расчета в условиях самокупаемости / Отв. ред. М.Г. Ратгауз, Г.М. Антонов. М.: ВНИЭТУСХ, 1988б.
- Совершенствование экономического механизма хозяйствования в АПК // Тезисы докладов Всесоюзной научно-практической конференции. Рига, 28–30 ноября, 1988 г. М., 1988в.
- Современная советская деревня: противоречия и тенденции развития // Тезисы докладов и сообщений советских ученых к XIV Европейскому конгрессу по социологии села. ФРГ, Гессен, июль 1990 г. / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИС АН СССР, 1990.
- Современное село: пути развития // Вопросы географии. Сб. 132 / Отв. ред. В.Р. Беленький, Б.С. Хорев. М.: Мысль, 1988.
- Современные этносоциальные процессы на селе / Отв. ред. Ю.В. Арутюнян. М.: Наука, 1986.
- Соединение НТР с социалистической системой хозяйствования // Тезисы докладов и сообщений советских ученых к VII Всемирному конгрессу по социологии деревни. Италия, Болонья. Июнь-июль 1988 г. / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1988.
- Соколов А.С. АПК района: новые стимулы развития. М.: Московский рабочий, 1987.
- Социальная активность трудящихся советской сибирской деревни / Отв. ред. Н.Я. Гушин. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1988а.
- Социальная сфера села: противоречия и пути их преодоления // Тезисы докладов и сообщений советских ученых к VII Всемирному конгрессу по социологии деревни. Италия, Болонья. Июнь-июль 1988 г. / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1988б.
- Социальное развитие села и формирование трудовых коллективов / Под ред. А.Б. Соскиева. М.: Агропромиздат, 1989.
- Социально-управленческий механизм развития производства. Методология, методика и результаты исследований / Отв. ред. Р.В. Рывкина, В.А. Ядов. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1989.
- Социально-экономические факторы развития АПК / Под ред. С.И. Сдобнова. М.: Агропромиздат, 1990.
- Социально-экономическое развитие села. Указатель основной отечественной литературы 1981–1985 гг. / Сост. Т.В. Милова, Л.Г. КлоSEP. М., 1985.

- Социально-экономическое развитие сибирского села / Отв. ред. Т.И. Заславская, З.В. Куприянова. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1987а.
- Социально-экономическое развитие сибирской деревни (1965–1985 гг.). Новосибирск, 1987б.
- Социальные проблемы современного села // Тезисы докладов и научных сообщений республиканской научно-практической конференции (ноябрь, 1988 г.). Киев: УСХА, 1988.
- Тезисы Всесоюзного совещания «Проблемы развития аренды и других передовых форм хозяйствования на селе» и семинара «Повышение роли органов научно-технической информации и пропаганды в условиях многообразия форм хозяйствования в АПК» (Орел, ноябрь 1990 г.). М., 1990.
- Тихонов В.А. Кооперация: за и против. М.: ПИК, 1991.
- Тихонов В.А. Управление хозяйственными отношениями в системе АПК // Новое в жизни, науке, технике. № 11. М.: Знание, 1987.
- Тихонов В.А., Лезина М.Л. Конечный продукт АПК / Отв. ред. А.Г. Зельднер. М.: Наука, 1985.
- Троцковский А.Я. Развитие села в условиях урбанизации (на примере Западной Сибири). Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1985.
- Трудовые ресурсы села и формирование единой системы занятости // Тезисы докладов и сообщений советских ученых к VII Всемирному конгрессу по социологии деревни. Италия, Болонья. Июнь-июль 1988 г. / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1988.
- Тюрина А.Н. Торможение научных исследований по аграрной истории СССР // Вопросы истории. 1988. № 3.
- Уменьшение различий между городом и деревней как закономерность совершенствования социализма / Отв. ред. В.И. Староверов. М.: ИСИ АН СССР, 1986.
- Управление социальными процессами в сфере труда и занятости аграрного населения // Тезисы докладов к Всесоюзной научно-практической конференции «Пути совершенствования управления социальным развитием аграрного сектора региона» / Отв. ред. З.И. Калугина, В.А. Калмык. Барнаул, 1987а.
- Управление сферой общественного обслуживания сельского населения и решение жилищной проблемы на селе // Тезисы докладов к Всесоюзной научно-практической конференции «Пути совершенствования управления социальным развитием аграрного сектора региона» / Отв. ред. Л.А. Хахулина. Барнаул, 1987б.
- Условия и образ жизни сельского населения (тенденции изменения) / Под ред. В.А. Артемова. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1990.
- Федосеев В.И. Сельское население региона. М.: Мысль, 1986.
- Хозяйственный механизм АПК / Отв. ред. В.А. Тихонов. М.: АНХ, 1987.
- Чаянов А.В. Крестьянское хозяйство. Избранные труды / Отв. ред. А.А. Никонов. М.: Экономика, 1989.
- Шабанова М.А. Сезонная и постоянная миграция населения в сельском районе. Комплексное социолого-статистическое исследование / Отв. ред. Т.И. Заславская. Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1991.
- Шабанова М.А. Сезонные сельские строители: кто они и каковы их проблемы? Препринт. Новосибирск: ИЭиОПП СО АН СССР, 1985.
- Шмелев Г.И. Личное подсобное хозяйство // Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Экономика». № 3. М.: Знание, 1985.
- Шмелев Г.И. Наемный работник или хозяин на земле? // Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Экономика». № 3. М.: Знание, 1990.
- Шмелев Г.И. Семья берет подряд. М.: Агропромиздат, 1987а.

- Шмелев Г.И. Семья в сфере производства // Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Экономика». № 12. М.: Знание, 1987б.
- Экономический механизм повышения эффективности сельскохозяйственного производства в системе АПК / Отв. ред. В.Я. Олейник. Днепропетровск: ДСХИ, 1987.
- Экономический механизм повышения эффективности сельскохозяйственного производства в системе АПК / Отв. ред. И.Б. Галеев. Ташкент: САНИИЭСХ САО ВАСХНИЛ, 1990.
- Экономический механизм хозяйствования в системе АПК / Отв. ред. В.В. Григорук. Алма-Ата: ВО ВАСХНИЛ, 1986.
- Эффективность и цены новых средств производства в АПК / Отв. ред. В.А. Тихонов. М.: Наука, 1985.

## **Новые книги**

### **КУДА ВЕДУТ ДОРОГИ, МОЩЕННЫЕ БЛАГИМИ НАМЕРЕНИЯМИ ГОСУДАРСТВА?**

Размышления над книгой Джеймса Скотта

**Скотт Дж.** Благими намерениями государства. Почему и как проваливались проекты улучшения условий человеческой жизни / Пер. с англ. Э.Н. Гусинского, Ю.И. Турчаниновой. М.: Университетская книга, 2005.

**Барсукова Светлана Юрьевна,**

д. соц. н., проф. кафедры экономической социологии ГУ–ВШЭ

Позволю себе стилистическую вольность: книга – шикарная. Без малого шестьсот страниц умного и интересного чтения. Автор, имея оригинальную идею, выносит ее на суд читателя не на голом подносе формальной логики, а представляет в виде изобильного застолья, где по вкусу можно выбрать доказательства из области лесоводства, архитектурных стилей, революций, партийных баталлий, аграрного производства, статистического учета, медицины и др. География иллюстраций охватывает Европу, Америку, Россию, Африку, Юго-Восточную Азию. Прибавьте дрейф во времени и станет понятно: это более чем доказательно, это правдиво.

Основная идея Дж. Скотта: *власть нуждается в упрощениях практики, для чего вводит категории и законы, и неизменно подрывается на результатах своих же усилий.* Потому что нельзя быть наивной такой.

### **Проектная эволюция: от научного лесоводства к социальным революциям**

Прежде чем экспериментировать над обществом, попробовали «упорядочить» природу. Так родилось научное лесоводство. Родом из Пруссии (конец XVIII в.), оно воплотило легендарное прусское представление о порядке и красоте как единообразии и стандартизации – все по ранжиру, деревья одной породы, долой подлесок, прямые просеки вместо витиеватых тропинок. Эстетический компонент был вторичен, в качестве целевой функции выступали экономические показатели продажи древесины. И действительно, доходы от продажи древесины на первых порах научного лесоводства резко возросли. Но вскоре возникла проблема – лес стал чахнуть. Сложные биоцепочки оказались нарушены, и лес вместо источника дохода стал вместилищем колоссальных дотаций (удобрения, борьба с вредителями, необходимость новых посадок и пр.). Лишив лес разнообразия и сложности, снизили потенциал его гибкости и устойчивости.

Но «лесной урок» не пошел впрок. И вот уже идеи прусского лесоводства переходят в архитектуру: выпрямляют улицы, строят монофункциональные кварталы, вычисляют «научные» нормы потребности человека в свете, тепле, пространстве. Потребность поболтать с соседкой по формуле не вычисляется, а следовательно, не признается. Город не для жизни, а для выполнения функций становится новой архитектурной модой. Функции населения понимаются крайне утилитарно: люди должны работать, для чего им необходимо отдыхать, спать, размножаться, быть здоровыми, что требует соблюдения гигиенических стандартов, застывших в камне. К тому же люди должны быть управляемыми, что

предполагает зонирование их деятельности, а также транспортную доступность к самым удаленным точкам города в ходе административных проверок или карательных акций.

И тот же результат: из таких городов уходит жизненная сила. Лес тихо погибал. Гибелью он выражал протест против примитивного научного вмешательства, сводимого к предельному упрощению его внутренней логики. Люди как существа более живучие, к тому же наделенные волей и способностью действовать, гибнуть не торопились. Они бойкотировали архитектурные изыски, отказываясь наслаждаться видом города с высоты птичьего полета и упорствуя в желании получать удовольствие от города, вооружившись логикой и чувствами простого пешехода. И вот уже три четверти населения Бразилиа – архитектурного воплощения идеи «лучезарного города» Ле Корбюзье<sup>1</sup> – поселилось в незапланированных кварталах, в то время как в запланированном городе разместилось меньше половины проектируемого населения.

Покорением пространства не ограничились. Апогеем самонадеянности реформаторов стало целенаправленное изменение общества во всех его проявлениях. Социальное проектирование столь решительно кроит новый костюм мира, что не останавливается перед кромсанием фигуры, лишь бы костюмчик сидел. Власть берет на себя смелость решать, что из нынешнего следует взять в будущее, а что похоронить за ненадобностью. Объектами планирования становятся образ жизни, технологии ведения домашнего хозяйства, гражданская мораль, хозяйственная кооперация и политическая самоорганизация. Прусское лесоводство и русская революция представлены как звенья одной цепи маниакальной инженерии. Лес уподобляется машине прироста древесины, города становятся машинами для жизни, а партия – машиной («локомотивом истории») втягивания масс в светлое будущее, не ими придуманное и не ими желанное. *От перестройки живой природы к упорядочиванию пространства, а затем к моделированию общества – такова в общем виде эволюция притязаний модернистов. У этих вех есть общие основания.*

1. *Порядок, насаждаемый властью, основывается на упрощении практики через предельное сокращение значимых характеристик объекта.* Чем меньше разнообразие объектных проявлений, тем легче этим объектом манипулировать, т.е. научно управлять. «Способы управления требуют сужения поля зрения» (с. 29). Признавая за лесом исключительную способность прирастать древесной массой и отказывая ему в праве и возможности быть вместилищем жизни птиц, зверей, насекомых, преградой ветру и осушителем почв, добились наилучших условий производства древесины. Успехи были столь же впечатляющи, как и временны. Видя в человеке исключительно работника, создали возможность эффективно трудиться – просчитанные до метра кухни не отвлекали от простой задачи насыщения калориями, а стерильная инфраструктура удаленных от деловых зон жилых кварталов не предусматривала другого варианта, кроме физиологического восстановления сил между рабочими сменами (что верно подмечено в названии «спальные микрорайоны»). Логика функциональных городских зон прочитывается и в узкой специализации советских совхозов и колхозов. Целевые преобразования модернистов опираются на представления об однофункциональности объекта.

2. *Проекты по переделке общества, равно как и природы, освящены именем науки.* Преклонение перед словом «прогресс» являлось неотъемлемой чертой интеллектуального настроения XIX и XX вв. Огромные авансы, выданные человечеством науке, безусловно, были не беспочвенны: победы над многими болезнями, развитие транспорта, снятие угрозы голода – лишь начало списка благодеяний науки. Их осязаемость породила эйфорию, снимающую вопрос о пределах научного вмешательства. Общество предстало еще одним полигоном облагораживающего проектирования. Безграничная вера во всемогущество науки не позволила

---

<sup>1</sup> Архитекторами Бразилиа были Кубичек, Коста и Нимейер, однако общепринята точка зрения, что они реализовали эстетические взгляды и архитектурные каноны Ле Корбюзье.

вовремя остановиться. Модерн, устремленный в будущее, оказался довольно безжалостным к настоящему. Западоцентризм науки заклеил иные порядки хозяйствования, сложившиеся в развивающихся странах, как варварские и отсталые.

3) Для осуществления масштабных проектов преобразования общества нужна авторитарная власть. Общество защищается от попыток его «облагородить», и единственный шанс сломить его самооборону – это лишить его институциональных форм самовыражения (свободы слова, институтов гражданского общества, парламентаризма). К тому же «проекты века» дорогостоящи, добиться согласия налогоплательщиков на их осуществление не просто. Идеальна модель власти, гарантирующая беспрекословность масс. Дистанция формального порядка от неформальной практики тем больше, чем меньше демократии. Не случайно мировые архитектурные авангардисты мечтали сотрудничать с советской властью или с амбициозными правителями развивающихся стран, готовыми вести летоисчисление «с нуля». Самые решительные реконструкции Парижа пришлось на правление Луи Бонапарта, а сторонники гигантских индустриальных агрофирм, в первую очередь американцы, завидовали возможностям советских коллег, создающих новый аграрный порядок в ходе коллективизации. Только авторитарная власть могла предоставить модернистам площадку под эксперименты, словно выровненную бульдозером. В других условиях преобразования надо было вписывать в уже существующий контекст, адаптировать к традициям, учитывать готовность населения к нововведениям. Вряд ли что-то раздражало преобразователей более, чем эти ограничения. И отношение к ним было, как к песку в двигателе устремленной в будущее машины. Показательно, что Ле Корбюзье называл строительство в уже сложившемся архитектурном ансамбле «ортопедической архитектурой». Для полного счастья ему не хватало дружбы с советским правительством.

### Понятие высокого модернизма

У Дж. Скотта важную концептуальную нагрузку несет понятие *высокого модерна*<sup>2</sup>. «Высокий модернизм есть особая, подчеркнутая уверенность в перспективах применения технического и научного прогресса – обычно при посредстве государства – в каждой области человеческой деятельности» (с. 152–153). Его черты:

- космополитизм, вера в возможность и целесообразность решительного разрыва с историей и традицией<sup>3</sup>;
- стандартизация проектов, их опора на «муляжи физической и социальной среды»<sup>4</sup>;
- безоговорочная вера в науку, в ее превосходство над живой практикой в определении того, как надо хозяйствовать;
- опора на государственную власть как главный ресурс реализации модернистских планов;

---

<sup>2</sup> Дж. Скотт заимствовал термин «высокий модерн» у Дэвида Харви, который относил высшую точку этого вида модернизма к концу Второй мировой войны.

<sup>3</sup> Проект Москвы, отклоненный советскими чиновниками, Ле Корбюзье без всякой переделки представил для центра Парижа. Он лишь удалил все ссылки на Москву. В Москве «планировщик мечты» построил здание Центрального союза потребительских кооперативов (Центросоюз).

<sup>4</sup> Замечательный пример, как три американских проектировщика спланировали советский совхоз за пару недель в чикагском гостиничном номере. Этот эксперимент – совхоз «Верблюды», основанный в 1928 г. под Ростовом-на-Дону, – завершился полным провалом.

- особая эстетика как «квазирелигиозная вера в наглядный символ порядка», воспевание простых форм, пронизанных идеей запланированности и восприимчивости к управлению<sup>5</sup>;
- устремленность в будущее, огромный энтузиазм и революционная гордость преобразователей;
- отсутствие связи с конкретным политическим направлением, принципиальная возможность существовать при разных политических режимах, в разных политических версиях и риториках.

По мнению Дж. Скотта, еще в XVIII в. европейские государства имели весьма скромные притязания на навязывание обществу собственных схем. Это были лишь «добывающие механизмы», извлекающие доход, провиант и призывников. Укрепление государственности подогрело амбиции, породив комплекс Демиурга, так как силовая, фискальная и административная монополии государства создавали реальные возможности реализации самых смелых планов. Социальный порядок, ранее принимаемый властью как данность, стал предметом активного проектирования в соответствии с рациональными, научными критериями. Отличие высокомодернистского государства от своего предшественника состояло в переходе *от описаний* и обзрений общества *к предписаниям* и усилиям по их реализации. Эволюция примерно следующая: контроль за обществом как данностью породил упрощающую категорию *средних* показателей, затем среднее приобретает статус *нормального*, а затем сциентизм корректирует нормальное в *нормативное* состояние. Высокий модерн сводится к *переделке* мира, скептицизм по поводу чего впоследствии составит суть постмодерна.

Препятствия радикальным версиям высокого модерна в западных обществах имели различную природу:

- неприкосновенность частного мира как ценность либерального мировоззрения;
- общественное сопротивление, реальное или потенциальное;
- роль частного сектора в классической политической экономии;
- неизбежно возникающая коррупция;
- низкая экономическая эффективность многих реализованных модернистских фантазий.

По поводу последнего пункта надо сделать оговорку. Дж. Скотт считал централизующий высокий модернизм абсолютно оправданным для решения таких задач, как освоение космоса, планирование транспортной сети, контроль эпидемий и пр. Более того, даже колхозы могли быть эффективны, если ограничивались выращиванием зерновых культур. Но они оказались нерезультативны при работе с «мелкобуржуазными» фруктами, овощами, цветами и пр., требующими оперативности и гибкости реагирования, личной заинтересованности и высокой опытности. То есть разговор идет не об отрицании модернистских проектов вообще, а об их *избирательной эффективности*. Как общее правило: чем более приближен реальный объект к его аналитически упрощенному образу, тем проще и эффективнее его целенаправленное изменение. Наоборот, чем сложнее и разнообразнее реформируемый мир, тем утопичнее надежды на его эффективную переделку. XX в. показал возможности человека в покорении космоса и полную несостоятельность попыток превратить плененных крестьян в эффективных производителей. Опыт России дополнен историей «плановых деревень» Танзании и Эфиопии.

---

<sup>5</sup> «...Допущение состоит в том, что если что-то выглядит правильно, то в силу этого факта оно и работать будет хорошо» (с. 356).

## Игра важней, чем правила игры

Книга провоцирует на размышления о соотношении формальных и неформальных институтов. Поделюсь ими.

1. *Формальные правила, даже если они не выражают проектного замысла, являясь всего лишь законодательной фиксацией сложившегося порядка, порождают конфликт Закона и Практики.*

Стало социологическим трюизмом, что «привнесенные» (имплантируемые) институты, вытекающие исключительно из проектных устремлений власти, а не из сложившейся практики, – чужеродны и обществом отторгаются. Менее осмыслен факт, что кодификация выработанных практикой (т.е. «своих») институтов – процесс не менее конфликтный, требующий значительных силовых и политических инвестиций.

Дело в том, что кодифицировать можно не практику вообще, а лишь ее *конкретный* вариант. Но вариантов – бесконечное разнообразие, поскольку их эффективность исключительно *контекстуальна*. Иными словами, наработанные способы ведения хозяйства и разрешения хозяйственных коллизий хороши или плохи не сами по себе, а строго в зависимости от контекста их использования. Контекстуально обусловленное множество практик контрастирует с идеей универсальности закона. Именно поэтому *кодификация – это всегда вопрос политический*, поскольку власть реализуется в праве выбирать «наилучший вариант» из всего существующего в практике: «...те, кто формулирует эти правила, расширили свою власть и, соответственно, уменьшили власть всех прочих» (с. 474). Так возникает, пользуясь метафорой Скотта, «институциональная смиренная рубашка государственного образца».

Но даже если предположить, что мир вдруг стал примитивно однородным, остается еще одна трудность – изменчивость мира, его динамизм. Формальный институт – это кодификация *уже* сложившегося порядка. Пластичные неформальные правила получают шанс на формализацию не ранее, чем станут распространенными и устойчивыми. Таким образом, конфликт Закона и Практики вытекает не из «дурной природы» человека, а из принципиальной невозможности кодифицировать неформальные правила, не лишив их при этом разнообразия, контекстуальности и пластичности.

2. *Формальные институты могут работать исключительно при условии их неформальной коррекции, т.е. формальные нормы паразитируют на неформальной практике.*

Яркий пример – советские колхозы. Село выживало за счет деятельности, не только не предусмотренной, но категорически запрещенной плановыми органами. В ЛПХ рачительно оприходовали все, что можно было своровать в колхозах (удобрения, корма, бензин, рабочее время и пр.). Да и сами колхозы смягчали плановые тиски за счет теневых импровизаций и бартера. Социальный и экономический крах предотвращался внеплановыми, а иногда и незаконными действиями.

Упрощенная кодификация в принципе не способна воспроизвести функционирующее сообщество. Формальный контур порождает «неформальную тень», реализующую его различные внеплановые потребности. «Чем больше претенциозности и настойчивости в официально изданном приказе, тем больший объем неформальных методов необходим, чтобы поддерживать эту фикцию» (с. 404). На этом держатся так называемые «итальянские забастовки», блокирующие деятельность предприятий за счет четкого и неукоснительного соблюдения формальных правил.

3. *Исход формальных новаций всегда неопределен, а неформальное «эхо» может быть значительнее по социально-экономическим последствиям, чем породивший его формальный повод.*

Показательно введение во Франции времен Директории налога на «двери и окна», чтобы упростить взимание пошлины с площади жилья. В результате дома стали строить и

перестраивать так, чтобы было как можно меньше окон. Это вошло в строительную практику крестьян. Налог был отменен, а влияние духоты на здоровье сельского населения продолжалось более столетия.

Государство и общество находятся в постоянном состязательном диалоге. Государство упрощает, стандартизирует, гомогенизирует практику, загоняя ее в формат категорий и законов, ради того, чтобы сделать ее доступной для контроля и управления. Общество же демонстрирует способность «изменять, ниспровергать, затормаживать и даже уничтожать навязанные сверху категории» (с. 78). На каждый тезис власти находится антитезис шумного и неупорядоченного реального мира. При этом закон может быть аннулирован, а порожденная им неформальная практика войдет в корпус обычаев, не подвластных росчерку пера правителя.

\* \* \*

Закончить хотелось бы извинениями перед Дж. Скоттом и читателями: книга гораздо сложнее и интереснее, чем мои размышления о ней. Это подтверждает правоту автора: любое структурированное представление опирается на упрощение исходного материала. Выработка же упрощающей оптики – вопрос властных полномочий. В данном случае реализовано мое право рецензента. Единственный способ противостоять моим интерпретациям – читать книгу Дж. Скотта.

## **Исследовательские проекты**

### **ПЛАГИАТ-КОНТРОЛЬ**

Основной исполнитель: Государственный университет – Высшая школа экономики.

Руководители проекта со стороны ГУ–ВШЭ: В.В. Радаев, М.С. Добрякова.

Соисполнитель: ЗАО «Центр тестирования и развития “Гуманитарные технологии”» (научный руководитель – А.Г. Шмелев).

Сроки реализации проекта: 2006–2007 гг.

Финансирование: средства Инновационной образовательной программы ГУ–ВШЭ.

**Общая цель проекта** заключается в создании технических средств, которые позволят повысить эффективность работы преподавателей по выявлению фактов плагиата в учебно-аттестационных студенческих работах.

#### **Постановка проблемы**

Результаты зарубежных исследований свидетельствуют о том, что в большинстве случаев не менее половины рефератов, эссе и прочих письменных работ, в том числе квалификационных и выпускных, оказываются полностью или частично списаны.

В разного рода административных положениях и кодексах чести многих вузов подчеркивается, что плагиат является серьезным этическим и дисциплинарным проступком, нарушающим академические нормы. Однако плагиат, тем не менее, является фактом современной университетской жизни, устойчивым образцом поведения.

Можно назвать как минимум две причины массового распространения этого явления:

- а) появление в Интернете (в частности, в русском сегменте) многотысячных коллекций готовых реферативных, курсовых и дипломных работ (см. первые позиции в топ-листах образовательных сайтов по уровню посещаемости);
- б) отсутствие эффективных автоматизированных средств, позволяющих преподавателям отыскивать оригинальные версии скопированных текстов и тем самым устанавливать факт плагиата.

При общем понимании распространенности данной практики и необходимости ее пресечения ее выявление, тем не менее, достаточно затруднено, и российские вузы пока не предпринимали серьезных шагов в данном направлении. Вероятно, первым вузом России, указавшим на острую необходимость решения этой проблемы, стал Государственный университет – Высшая школа экономики.

В положении ГУ–ВШЭ о плагиате последний определяется как использование в письменной работе чужого текста, опубликованного в бумажном или электронном виде, без полной ссылки на источник или со ссылками, но когда объем и характер заимствований ставят под сомнение самостоятельность выполненной работы или одного из ее основных разделов. Плагиат может осуществляться в двух видах:

- дословное изложение чужого текста;
- парафраза – изложение чужого текста с заменой слов и выражений без изменения содержания заимствованного текста.

Обнаружение плагиата в письменных работах обучающихся влечет меры дисциплинарной и академической ответственности вплоть до отчисления из числа обучающихся в ГУ–ВШЭ за проступок, не совместимый с академическими нормами и Уставом ГУ–ВШЭ.

Тем не менее, несмотря на всю готовность преподавателей бороться с фактами плагиата, их выявление чрезвычайно трудоемко в силу отсутствия необходимых технических средств.

Известно, что нынешние русскоязычные поисковые сайты (yandex, rambler, google) позволяют искать оригинальные источники лишь по ключевым словам и не дают возможности интегральной оценки сходства проверяемого целого текста с возможными прототипами. Подобные средства существуют в мировом Интернете (см. <http://www.plagiarism.org>), но они работают лишь с англоязычными текстами.

В рамках данного проекта предполагается разработать техническую систему, которая позволит более эффективно выявлять факты плагиата и, таким образом, повысить уровень контроля и стать «фактором сдерживания», значительно (на порядок, как минимум) повышающим риск быть уличенным в плагиате и, следовательно, сокращающим число студентов, систематически прибегающих к подобной практике.

### **Этапы реализации проекта**

Этап 1 (2006 г.): создание тестовой версии системы для работы в локальной сети вуза (ГУ–ВШЭ).

Этап 2 (2007 г.): каскадирование технологии для удаленных пользователей и ее внедрение в систему сервисов федерального образовательного портала «Экономика. Социология. Менеджмент» и корпоративного портала ГУ–ВШЭ.

Мы приглашаем к участию в проекте всех заинтересованных преподавателей.

По вопросам сотрудничества просим обращаться к Добряковой Марии Сергеевне:  
[mdobryakova@hse.ru](mailto:mdobryakova@hse.ru)

## Учебные программы

### РОССИЙСКОЕ МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

для специальности 040201.65 – «Социология»

факультет социологии ГУ–ВШЭ

**Чепуренко Александр Юльевич,**

д. э. н., проф. кафедры экономической социологии ГУ–ВШЭ

Email: [chepurenko@voxnet.ru](mailto:chepurenko@voxnet.ru)

**Требования к студентам:** Студенты, приступающие к изучению курса, должны иметь базовые знания в области экономической теории в объеме «Микроэкономика-2» и прослушать курсы «Институциональная экономика», «Сравнительный анализ экономических систем». Студенты должны также иметь представление об основных принципах и методах экономической статистики.

\* \* \*

Настоящий курс предлагается студентам, обучающимся по специальности 040201.65 – «Социология» подготовки специалиста по специализации «Экономическая социология» 5-го года обучения и 2-го года обучения в магистратуре. Курс рассчитан на 28 часов лекций и 16 часов семинаров.

Курс в объеме 44 академических часов дает представление об основных чертах малого предпринимательства как специфической формы экономической активности и особенностях его развития в экономике переходного типа (на примере России). Курс имеет ярко выраженный междисциплинарный характер – рассмотрение экономических характеристик малого предпринимательства дополняется раскрытием социокультурных, социо-психологических и институциональных предпосылок развития малого предпринимательства; кроме того, в рамках отведенных на его изучение часов студенты должны получить представление об особенностях статистического учета малого предпринимательства, социологических приемах и методах его изучения.

Материал курса может быть полезен в первую очередь будущим работникам госуправления, а также тем студентам, которые рассматривают для себя возможность предпринимательского старта или работы в малых и средних фирмах в качестве наемных управляющих и специалистов.

Данный курс имеет ярко выраженный авторский характер, поскольку – наряду с общедоступной монографической литературой и т.п. источниками – вводит в учебный оборот материалы ряда исследовательских проектов, выполненных под руководством и при участии автора курса в последние годы.

### Учебная задача курса

Курс должен дать студентам представление об экономических, социальных, социокультурных особенностях малого предпринимательства как особой формы хозяйствования и института гражданского общества; показать специфические отличия малого предпринимательства в экономике и обществе переходного типа; раскрыть особенности современного этапа развития малого предпринимательства в российском обществе.

В результате изучения дисциплины студент должен:

- *знать* основные отличия малого предпринимательства, типологию его форм и особенности его развития, а также важнейшие проблемы в экономиках переходного типа;
- *уметь* анализировать макропараметры развития сектора малого предпринимательства;
- *понимать* место малого предпринимательства в концепциях общественно-экономического развития, базирующихся на принципах либерализма;
- *иметь представление* об основных принципах, методах и инструментах политики государства в отношении малого предпринимательства в странах со зрелой рыночной экономикой и в переходных обществах;
- *обладать навыками применения методов* микроанализа малого предпринимательства.

**Итоговая оценка** складывается с учетом нижеследующих весов:

10% – посещаемость семинарских занятий;

20% – активность на семинарских занятиях;

20 % – оценка за эссе;

50% – оценка за письменный дифференцированный зачет.

### Литература ко всему курсу

1. *Бусыгин А.В.* Предпринимательство. М.: Дело, 2001.
2. Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Буев В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004.
3. Малые и средние предприятия: управление и организация / Под общ. ред. Й.Х. Пихлера. М.: Межд. отношения, 2002.
4. *Чепуренко А.Ю.* Малое предпринимательство в социальном контексте. М.: Наука, 2004.

Основная и дополнительная литература дана по каждой теме.

**Тематический план учебной дисциплины**

№ п/п	Наименование разделов	Итого часов	Аудиторные часы		Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары и практические занятия	
1.	<b>Малое предпринимательство – определение, социально-экономическая характеристика, общие данные о развитии в России</b> Тема 1. Малое предпринимательство как социально-экономическое явление. Этапы развития малого предпринимательства в Российской Федерации (4 часа, лекция и семинар) Тема 2. Статистика развития малого предпринимательства в России (2 часа) Тема 3. Предпринимательский потенциал российского общества (2 часа)	20	6	2	12
2.	<b>Ресурсные особенности малого предпринимательства</b> Тема 4. Социально-трудовые отношения в малом предпринимательстве (4 часа, лекция и семинар) Тема 5. Финансовые проблемы и инструменты их решения в малом предпринимательстве (4 часа, лекция и семинар)	16	4	4	8
3.	<b>Малый бизнес в рыночной среде</b> Тема 6. Крупный бизнес и малое предпринимательство – механизмы взаимодействия в рыночной экономике (2 часа) Тема 7. Инновации в малом предпринимательстве (2 часа)	8	4	–	4
4.	<b>Малое предпринимательство как управляемая система</b> Тема 8. Государственная политика в отношении малого предпринимательства и институты его поддержки в Российской Федерации (10 часов, 8 часов лекций и 2 часа семинар) Тема 9. Политика содействия развитию малого бизнеса в зарубежных странах (4 часа, лекция и семинар)	24	10	4	10
5.	<b>Российское малое предпринимательство и проблемы переходной экономики</b> Тема 10. Имущественные проблемы малого бизнеса. Судопроизводство и коррупция (4 часа, лекция и семинар) Тема 11. Развитие рыночной экономики и эволюция малого предпринимательства (6 часов, 2 часа лекция и 4 часа семинары)	20	6	4	10
	Эссе	10			10
	Письменный дифференцированный зачет	10			10
	<b>Всего</b>	<b>108</b>	<b>30</b>	<b>14</b>	<b>64</b>

## Содержание программы

### **РАЗДЕЛ 1. Малое предпринимательство – определение, социально-экономическая характеристика, общие данные о развитии в России**

#### **Тема 1. Малое предпринимательство как социально-экономическое явление. Этапы развития малого предпринимательства в Российской Федерации**

Малое предпринимательство – сущность, экономические и социальные функции. – Типы малых предприятий. – Мифы о малом предпринимательстве. – Этапы и основные проблемы развития малого предпринимательства в России.

#### Основная литература

*Бусыгин А.В.* Предпринимательство. М.: Дело, 2001. Гл. 1, 4, 5.

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Був В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 1.

Малые и средние предприятия: управление и организация / Под общ. ред. Й.Х. Пихлера. М.: Межд. отношения, 2002. Гл. 1.

Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие / Под ред. А.С. Пелиха. М.: Ростов-на-Дону: МарТ, 2004. Гл. 16.

Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. Гл. 1.1, 5.

#### Дополнительная литература

*Маркс К.* Капитал. Т. 3. Гл. 23, 24 // *Маркс К., Энгельс Ф.* Соч. Т. 25. Ч. 1. С. 406–439.

*Рубе В.А.* Малый бизнес: история, теория, практика. М.: ТЕИС, 2000. Гл. 1, 2, 7.

#### **Тема 2. Статистика развития малого предпринимательства в России**

Методология статистического наблюдения и учета малого предпринимательства в Российской Федерации. – Статистика малого предпринимательства в посткризисный период: основные показатели и их динамика.

#### Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Був В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 1.

Российское обозрение малых и средних предприятий – 2001. М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 2002. С. 29–84.

#### Дополнительная литература

Система статистического наблюдения за развитием частного сектора. Аналитический доклад. М.: ИСАПИ, 1997.

*Белоконная Л., Пльшевский Б.* Развитие малых предприятий в России // Вопросы статистики. 1995. № 9. С. 3–13.

### **Тема 3. Предпринимательский потенциал российского общества**

Предпринимательский потенциал общества: основные понятия. – Социально-демографические и психологические характеристики потенциальных предпринимателей в России. – Типология потенциальных предпринимателей. – Латентные предприниматели. – Трудности стартового периода и причины неудач.

#### **Основная литература**

*Чепуренко А.Ю.* Малое предпринимательство в социальном контексте. М.: Наука, 2004. Разд. 1.

#### **Дополнительная литература**

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Буев В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл.2.

*Тихонова Н.Е., Чепуренко А.Ю.* Предпринимательский потенциал российского общества // Мир России. 2004. № 1. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>

### **Семинар 1. Типологии предпринимательства**

Вынужденное предпринимательство и оппортунистическое предпринимательство: ресурсная база, мотивационные особенности, стратегии ведения бизнеса. – Инновационное и имитационное предпринимательство: предприниматели и бизнесмены. – Самозанятость – предпринимательство или нет? – Внутрифирменное предпринимательство, или интрапренерство: концепции «выдавливания» и «притягивания» предпринимателей

#### **Основная литература**

*Бусыгин А.В.* Предпринимательство. М.: Дело, 2001. Гл. 1, 4, 5.

Малые и средние предприятия: Управление и организация / Под общ. ред. Й.Х. Пихлера. М.: Межд. отношения, 2002. Гл. 1.

#### **Дополнительная литература**

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Буев В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 1.

## **РАЗДЕЛ 2. Ресурсные особенности малого предпринимательства**

### **Тема 4. Социально-трудовые отношения в малом предпринимательстве**

Виды стратегий управления человеческими ресурсами фирмы. – Практики найма и увольнения на российских предприятиях. – Трудовые договоры: формальные и реальные стороны трудовых контрактов в российских условиях. – Заработная плата и неденежные формы мотивации и принуждения к труду.

### Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е.Г., Чепуренко А.Ю., Буев В.В., Шестоперов О.М. М.: Новое изд-во, 2004. С. 105–112.

Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие / Под ред. А.С. Пелиха. М.; Ростов-на-Дону: МарТ, 2003. Гл. 9.

*Радаев В.В.* Экономическая социология: Учеб. пособие для вузов. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. С. 270–283.

### Дополнительная литература

Занятость, малый бизнес и рынки труда в России и Молдове / Отв. ред. А.Ю. Чепуренко. М.: РНИСиНП, 2000. С. 106–134.

*Радаев В.В.* Контроль над трудовым процессом: стратегии управляющих // Российский экономический журнал. 1995. № 7. С. 62–69.

Российское обозрение малых и средних предприятий – 2001. М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 2002. С. 106–165, 320–344. <http://www.rcsme/library>

*Чепуренко А.Ю., Обидённая Т.Б.* Трудовые отношения на российских малых предприятиях (по материалам социологических обследований) // Вопросы экономики. 2001. № 4. С. 110–122.

### **Семинар 2. Социально-трудовые отношения и «человеческий фактор» в малом предпринимательстве**

Структура и динамика занятости на малых предприятиях. – Наем и увольнение. – Трудовые договоры. – Заработная плата на малых и средних предприятиях. – Условия труда. – Уровень образования и обучение. – Социальная ответственность сторон трудовых отношений.

### Основная литература

Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие / Под ред. А.С. Пелиха. М.; Ростов-на-Дону: МарТ, 2003. Гл. 9.

*Чепуренко А.Ю., Обидённая Т.Б.* Трудовые отношения на российских малых предприятиях (по материалам социологических обследований) // Вопросы экономики. 2001. № 4. С. 110–122.

### Дополнительная литература

Занятость, малый бизнес и рынки труда в России и Молдове / Отв. ред. А.Ю. Чепуренко. М.: РНИСиНП, 2000. С. 106–134.

Российское обозрение малых и средних предприятий. М., 2002.

## **Тема 5. Финансовые проблемы и инструменты их решения в малом предпринимательстве**

Финансовые рынки и основные источники финансирования малых предприятий. Коммерческий кредит. «Любовный» капитал. – Микрофинансирование. – Лизинг. – Неформальный рынок кредитных ресурсов и его роль в институционализации теневых практик хозяйствования.

### Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е.Г., Чепуренко А.Ю., Буев В.В., Шестоперов О.М. М.: Новое изд-во, 2004. С. 105–112.

Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие / Под ред. А.С. Пелиха. М.; Ростов-на-Дону: МарТ, 2003. Гл. 9.

*Радаев В.В.* Экономическая социология: Учеб. пособие для вузов. М.: ГУ–ВШЭ, 2005. С. 270–283.

### Дополнительная литература

*Авилова А.В., Бухвальд Е.М., Обьедёнова Т.Б., Чепуренко А.Ю.* Малый бизнес после августа 1998 г.: проблемы, тенденции, адаптационные возможности // Осенний кризис 1998 года: российское общество до и после / Горшков М., Чепуренко А., Шереги Ф. М.: РНИСиНП, РОССПЭН, 1998. С. 101–183.

Неформальный сектор в российской экономике / ИСАРП. М.: ИСАРП, 1998.

*Радаев В.В.* Контроль над трудовым процессом: стратегии управляющих // Российский экономический журнал. 1995. № 7. С. 62–69.

Российское обозрение малых и средних предприятий – 2001. М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 2002. С. 106–165, 320–344. <http://www.rcsme.ru/library>

*Тамбовцев В.Л.* Теоретические вопросы изучения неформального сектора // Предпринимательство в России. 1998. № 4. С. 5–14.

## **Семинар 3. Финансовые технологии в малом предпринимательстве**

Финансовые ресурсы и основные источники финансирования малых предприятий. – Особенности кредитного финансирования малых предприятий. – Лизинг оборудования как форма внешнего финансирования малых предприятий. – Микрофинансирование – формы организации и инструменты. – Франчайзинг как форма тиражирования успешного бизнеса.

### Основная литература

Малые и средние предприятия: управление и организация / Под общ. ред. Й.Х. Пихлера. М.: Межд. отношения, 2002. Гл. 7.

Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие / Под ред. А.С. Пелиха. М.; Ростов-на-Дону: МарТ, 2003. Гл. 18.

Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. Ф.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. Гл. 16.2, 18, 19.

#### Дополнительная литература

*Блинов А.О.* Малое предпринимательство: организационные и правовые основы деятельности. М.: Ось-89, 1998. Гл. 3.

Российское обозрение малых и средних предприятий – 2001. М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 2002. С. 135–165, 320–344.

### **РАЗДЕЛ 3. Малый бизнес в рыночной среде**

#### **Тема 6. Крупный бизнес и малое предпринимательство – механизмы взаимодействия в рыночной экономике (2 часа)**

Предпосылки кооперирования крупных и малых предприятий. – Реструктуризация крупных корпораций и аутсорсинг как пути создания кооперационных сетей малых и крупных фирм. – Субподрядная система как форма интеграции крупного и малого бизнеса. – Контрактация как форма кооперации крупных и малых предприятий.

#### Основная литература

*Рубе В.А.* Малый бизнес: история, теория, практика. М.: ТЕИС, 2000. Гл. 3.

#### Дополнительная литература

*Виленский А.В., Чекурченко А.Ю.* Проблемы кооперации крупных российских предприятий и малого бизнеса (по результатам прикладных исследований) // Предпринимательство в России. 1998. № 3. С. 27–40.

*Пономаренко А.* О контрактных взаимоотношениях крупного и малого бизнеса // Российский экономический журнал. 1997. № 7.

Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики. М.: Наука, 2002. Гл. 4.

#### **Тема 7. Инновации в малом предпринимательстве**

Понятие инновационного предпринимательства. – Современное состояние инновационного малого бизнеса в России. – Политика и инфраструктура развития инновационного малого бизнеса.

#### Основная литература

Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие / Под ред. А.С. Пелиха. М.: Ростов-на-Дону: МарТ, 2003. Гл. 14.

Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. Гл. 12.

#### Дополнительная литература

Российское обозрение малых и средних предприятий – 2001. М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 2002. С. 87–206.

Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики. М.: Наука, 2002. Гл. 3.7.

#### **РАЗДЕЛ 4. Малое предпринимательство как управляемая система**

#### **Тема 8. Государственная политика в отношении малого предпринимательства и институты его поддержки в Российской Федерации**

##### Лекция 8.1. Базовые принципы политики в отношении малого предпринимательства и российская практика

Цели, задачи и принципы ответственной политики в отношении малого бизнеса. – Системные трудности выработки и реализации политики в отношении малого предпринимательства в переходном обществе. – Институциональная структура поддержки малого предпринимательства в РФ.

##### Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Буев В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 4.

Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие / Под ред. А.С. Пелиха. М.; Ростов-на-Дону: МарТ, 2003. Гл. 16.4, 22.

Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. Гл. 5.4.

##### Дополнительная литература

Блинов А.О. Малое предпринимательство. Организационные и правовые основы деятельности. М.: Ось-89, 1998. С. 61–101.

Законодательное регулирование развития малого предпринимательства. М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 1998. С. 12–84.

##### Лекция 8.2. Налогообложение малого предпринимательства в Российской Федерации

Проблемы бюджетного федерализма и увеличение доли налоговых поступлений от малого бизнеса в муниципальных бюджетах. – Влияние налогообложения на положение малого предпринимательства.

##### Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Буев В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 3, 4.

Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие / Под ред. А.С. Пелиха. М.; Ростов-на-Дону: МарТ, 2003. Гл. 16.3.

##### Дополнительная литература

Налогообложение малого предпринимательства (законодательная и правоприменительная практика в России и регионах, реформа налогообложения малого бизнеса). М. : Бизнес-Тезаурус, 2002.

Законодательное регулирование развития малого предпринимательства. М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 1998. С. 147–166.

Лекция 8.3. Система поддержки малого предпринимательства в регионах: пример Москвы

Статистика развития малых предприятий в Москве. – Институциональная база поддержки малого предпринимательства в Москве. – Комплексная программа развития и поддержки малого предпринимательства на 2004–2006 гг.: сильные стороны и недостатки.

Основная литература

Малый бизнес Москвы на рубеже столетий / Егоров Е.В. и др. М.: ГУ–ВШЭ, 2002.

Дополнительная литература

<http://www.mbm.ru>

<http://www.nisse.ru>

<http://www.rcsme.ru>

Лекция 8.4. Мероприятия российского правительства по поддержке малого предпринимательства в начале 2000-х гг. и их результаты

Дебюрократизация (дерегулирование) экономики и малое предпринимательство. – Ведомственная программа поддержки малого и среднего предпринимательства в РФ на 2005–2008 гг. Министерства экономического развития и торговли РФ.

Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Буев В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 4.

**Семинар 4. Дискуссионные вопросы политики поддержки малого предпринимательства**

Кого поддерживать: сильных, слабых, всех? – Как измерить и оценить эффект поддержки? – Возможна ли (и какая) поддержка малых предприятий на федеральном уровне? – Каковы могут быть последствия содействия развитию малых предприятий в регионах с различным уровнем социально-экономического развития?

Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Буев В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 4.

Дополнительная литература

Малый бизнес в России. М.: КОНСЕКО, 1998.

Методические рекомендации по разработке региональных программ поддержки малого предпринимательства. М.: ИСАРИ, 1997.

### **Тема 9. Политика содействия развитию малого бизнеса в зарубежных странах**

Значение сектора малых и средних предприятий в странах с развитой рыночной экономикой. – Опыт США, Великобритании и Японии в поддержке малых и средних предприятий. – Опыт постсоциалистических стран в поддержке малых и средних предприятий (на примере Венгрии и Польши).

#### Основная литература

Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. Гл. 5.6.

*Рубе В.А.* Малый бизнес: история, теория, практика. М.: ТЕИС, 2000. Гл. 2.4, 6.

#### Дополнительная литература

Малый бизнес в СНГ и Восточной Европе: трудности роста (середина – вторая половина 1990-х гг.) / Под ред. А.Ю. Чепуренко, А.В. Авилловой. М.: РНИСиНП, 1998. С. 77–166.

*Данишевская Г.* Мелкий бизнес в Великобритании // МЭМО. 1992. № 3.

*Жизнин С.З., Крупнов В.И.* Как организовать свое дело? (Малый бизнес в США). М.: Новости, 1990.

*Сорокина В.* Малый бизнес по-британски // МЭМО. 1996. № 9.

### **Семинар 5. Опыт зарубежных программ поддержки малого предпринимательства и Россия**

Основные факторы, влияющие на возможность и необходимость поддержки малого предпринимательства. – Чем может быть полезен опыт развитых стран Запада, и чем – опыт стран с успешной переходной экономикой? – Существуют ли и каковы варианты (базовые неизменные принципы) политики в отношении малого предпринимательства? – Что препятствует восприятию позитивного зарубежного опыта поддержки малых предприятий в России? – Возможно ли и целесообразно ли избирательное применение отдельных схем и технологий поддержки малого предпринимательства («импорт институтов»)?

#### Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Буев В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 5.

#### Дополнительная литература

Малый бизнес в СНГ и Восточной Европе: трудности роста (середина – вторая половина 1990-х гг.) / Под ред. А.Ю. Чепуренко, А.В. Авилловой. М.: РНИСиНП, 1998. С. 77–166.

*Данишевская Г.* Мелкий бизнес в Великобритании // МЭМО. 1992. № 3.

*Жизнин С.З., Крупнов В.И.* Как организовать свое дело? (Малый бизнес в США). М.: Новости, 1990.

*Сорокина В.* Малый бизнес по-британски // МЭМО. 1996. № 9.

## **РАЗДЕЛ 5. Российское малое предпринимательство и проблемы переходной экономики**

Тема 10. Имущественные проблемы малого бизнеса. Судопроизводство и коррупция

### Лекция 10.1

Имущественные проблемы и имущественная поддержка малого предпринимательства. – Барьеры на пути инвестиционной деятельности в малом предпринимательстве. – Развитие практики рассмотрения хозяйственных споров и проблемы арбитражного судопроизводства. – Малое предпринимательство и коррупция.

#### Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Був В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 3, 4.

#### Дополнительная литература

<http://www.recsme.ru/library>

<http://www.nisse.ru>

<http://www.mbm.ru>

## **Семинар 6. Основные проблемы развития малого предпринимательства в переходной экономике России на современном этапе: безопасность, имущественная база**

Проблемы безопасности малого бизнеса. – Имущественные проблемы и имущественная поддержка малого бизнеса. – Проблема наследования бизнеса в малом предпринимательстве.

#### Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Був В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 3, 4.

#### Дополнительная литература

*Белов В.А.* Защита прав предпринимателей в арбитражных судах // Судебная власть в России. М.: ГУ–ВШЭ, 2002. С. 117–126.

*Иванов А.В.* Практика арбитражных судов как форма отечественного права // Судебная власть в России. М.: ГУ–ВШЭ, 2002. С. 127–136.

Российское обозрение малых и средних предприятий – 2001. М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 2002. С. 147–166.

### Лекция 10.2. Эволюция субъектов малого предпринимательства в процессе становления экономики рыночного типа

Эволюция хозяйственных практик в российском бизнесе: основные тенденции. – «Челноки»: от самозанятости к малому предпринимательству. – Рынок посреднических услуг для малого предпринимательства.

## Основная литература

Малое предпринимательство в Российской Федерации: прошлое, настоящее и будущее / Ясин Е., Чепуренко А., Буев В., Шестоперов О. М.: Новое изд-во, 2004. Гл. 1.

## Дополнительная литература

Барсукова С. Предприниматели разных «призывов», или Динамика составляющих предпринимательского успеха // Куда идет Россия? Кризис институциональных систем: век, десятилетие, год / Под ред. Т.И. Заславской. М.: Логос, 1999. С. 254–264. <http://ecsocman.edu.ru/kir>

Черемисина Т.П. От советского предприятия к легальной рыночной фирме // Мир России. 2001. № 3. С. 105–120. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>

Лекция 10.3. Изменения в российском малом предпринимательстве: деловая среда, практики, стратегии<sup>1</sup>

## Семинар 7. Развитие малого предпринимательства: перспективы на микроуровне

1. Опишите – по опыту ближайшего окружения – в категориях издержек и выгод практику реальной предпринимательской деятельности в малом бизнесе.
2. Предложите свою типологизацию малых предпринимателей, пользуясь как традиционными теоретическими подходами, так и собственными наблюдениями.
3. Охарактеризуйте основные процессы в развитии экономики и общества, которые способствуют росту и укреплению малого предпринимательства в России.
4. Раскройте основные ограничения и трудности, которые могут негативно воздействовать на развитие малого предпринимательства в России.

## ЛИТЕРАТУРА ПО ТЕМЕ КУРСА

### Учебно-методическая литература

Малые предприятия: организация, учет, налоги / Горфинкель В.Я., Швандар В.А. и др. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие / Под ред. А.С. Пелиха. – М.: Ростов-на-Дону: МарТ, 2003.

Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. 3-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.

Российское обозрение малых и средних предприятий – 2001. М.: Ресурсный центр малого предпринимательства, 2002. <http://www.rcsme.ru/library>

Рубе В.А. Малый бизнес: история, теория, практика. М.: ТЕИС, 2000.

Экономика предпринимательства: Курс лекций. Учеб. пособие для вузов / Кушлин В.И. и др. М.: Владос, 2001.

---

<sup>1</sup> Читается в виде лекции-беседы приглашенным малым предпринимателем-практиком.

### Дополнительная научно-монографическая и специальная литература

#### Законодательные и другие нормативные акты органов государственной власти и управления Российской Федерации

Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14.06.1995 г. № 88-ФЗ с последующими изменениями и дополнениями.

Постановление Совета Министров СССР от 8 августа 1990 г. № 790 «О мерах по созданию и развитию малых предприятий».

Постановление Совета Министров РФ от 18 июля 1991 г. № 406 «О мерах по поддержке и развитию малых предприятий в Российской Федерации».

Постановление Совета Министров – Правительства Российской Федерации от 1 апреля 1993 г. № 268 «О фонде поддержки предпринимательства и развития конкуренции».

Постановление Правительства Российской Федерации от 3 февраля 1994 г. № 65 «О фонде содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере».

Постановление Совета Министров – Правительства Российской Федерации от 11 мая 1993 г. № 446 «О первоочередных мерах по развитию и государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации».

Постановление Правительства Российской Федерации от 29 апреля 1994 г. № 409 «О мерах по государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации на 1994–1995 гг.».

Федеральная программа государственной поддержки малого предпринимательства на 1994–1995 гг.

Федеральная программа государственной поддержки малого предпринимательства на 1996–1997 гг.

Федеральная программа государственной поддержки малого предпринимательства на 1998–1999 гг.

Федеральная программа государственной поддержки малого предпринимательства на 2000–2001 гг.

#### Научные монографии

*Агурбаши Н.Г.* Малое предпринимательство в России и промышленно развитых странах. Российская Академия предпринимательства. М.: Анкил, 2000.

*Бабаева Л.В., Лапина Г.П.* Малый бизнес в России в эпоху экономических реформ. М.: Ин-т социологии РАН, 1997.

*Блинов А.* Малое предпринимательство: Организационные и правовые основы деятельности. М.: Ось-89, 1998.

*Горшечников В.П.* Анализ рынков малого предпринимательства. М.: Межд. отношения, 2001.

*Долгопятова Т.Г.* Российские предприятия в переходной экономике: экономические проблемы и поведение. М.: Дело ЛТД, 1995.

*Иванова Н.Ю.* Социально-экономические функции малого бизнеса в российской экономике. М.: Высшая школа, 2003.

*Игнатьева С.В.* Государство и предпринимательство в России. СПб.: С.-Петербург. юрид. ин-т МВД России, 1996.

*Колесников А.Н., Колесникова Л.А.* Учебные центры – для малого бизнеса: Справочник. М., 1996.

*Криворучко О.Н., Зайцев А.А., Лобанов С.Н.* Становление предпринимательской экономики в России. М.: Экономика, 2000.

- Лазарев Г.И. Малый бизнес и государство. М.: Луч, 1996.
- Лобанов С.Н., Орлов А.В. Малый бизнес России: динамика и проблемы развития. М.: Профиздат, 1996.
- Малое предпринимательство в контексте российских реформ и мирового опыта / Под ред. А.Ю. Чепуренко, А.В. Авиловой. М.: РНИСиНП, 1995.
- Малый бизнес Москвы на рубеже столетий / Егоров Е.В. и др. М.: ГУ–ВШЭ, 2002.
- Малый бизнес в СНГ и Восточной Европе: трудности роста (середина – вторая половина 1990-х гг.) / Под ред. А.Ю. Чепуренко, А.В. Авиловой. М.: РНИСиНП, 1998.
- Малый бизнес в России. М.: КОНСЕКО, 1998.
- Методические рекомендации по разработке региональных программ поддержки малого предпринимательства. М.: ИСАРП, 1997.
- Микрокредитование в России // Материалы международной конференции. М.: ИСАРП, 1997.
- Наумова И.Ю. Мелкие предприятия Японии: социально-политический аспект (80-е гг.). М., 1994.
- Предпринимательство в конце XX века / Дынкин А.А. и др. М.: Наука, 1992.
- Положительный опыт развития малого предпринимательства в России. Аналитический сборник / Каганов В.Ш. и др. М.: АМиР, 2001.
- Попов И.В., Калюжная С.В. Малый бизнес в России и за рубежом. Проблемы становления и развития: Учеб. пособие. М.: Гос. комитет РФ по высшему образованию; Московская гос. академия печати; МГАП «Мир книги», 1994.
- Радаев В.В. Становление нового российского предпринимательства. М., 1993.
- Радаев В.В. Формирование новых российских рынков: транзакционные издержки, формы контроля и деловая этика. М.: Центр политических технологий, 1998.
- Российское обозрение малых и средних предприятий. М., 2002.
- Рубе В.А. Малый бизнес: История, теория, практика. М.: ТЕИС, 2000.
- Система статистического наблюдения за развитием частного сектора. Аналитический доклад. М.: ИСАРП, 1997.
- Слуцкий Л.Э. Развитие малого предпринимательства в российской экономике. М.: Финансы и статистика, 2000.
- Стратегия развития предпринимательства в реальном секторе экономики. М.: Наука, 2002.
- Частный и малый бизнес России на рынке труда / Институт стратегического анализа и развития предпринимательства. М.: Бизнес-Тезаурус, 1998.
- Шулус А.А. Формирование системы поддержки малого предпринимательства в России. М.: Фонд «За экономическую грамотность», 1997.

#### **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 / Горшков М., Чепуренко А., Шереги Ф. М.: РНИСиНП, РОССПЭН, 1998. С. 101–183.

- Авилова А.В.* Формы организации сотрудничества между крупными и малыми предприятиями (зарубежный опыт в контексте российских проблем) // Предпринимательство в России. 1998. № 3. С. 65–78.
- Авилова А., Голикова В.* Государственная поддержка малого бизнеса на региональном уровне // Предпринимательство в России / Институт стратегического анализа и развития предпринимательства. 1997. № 3 (10). С. 15–23.
- Автономов В., Гутник В.* Немецкая экономическая мысль и феномен Ойкена // МЭМО. 1997. № 8.
- Алимова Т., Буев В., Голикова В., Долгопятова Т., Евсеева И.* Малый бизнес в России. Адаптация к переходным условиям // 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.
- Архипов А.* Государство и малый бизнес: финансирование, кредитование и налогообложение // Вопросы экономики. 1997. № 4. С. 141–151.
- Барсукова С.* Предприниматели разных «призывов» или динамика составляющих предпринимательского успеха // Куда идет Россия? Кризис институциональных систем: век, десятилетие, год / Под ред. Т.И. Заславской. М.: Логос, 1999. С. 254–264. <http://ecsocman.edu.ru/kir>
- Белоконная Л., Пльшевский Б.* Развитие малых предприятий в России // Вопросы статистики. 1995. № 9. С. 3–13.
- Белов В.А.* Защита прав предпринимателей в арбитражных судах // Судебная власть в России. М.: ГУ–ВШЭ, 2002. С. 117–126.
- Блинов А.* Малое предпринимательство в современной модели рыночного хозяйствования России // Проблемы прогнозирования. 1996. № 1. С. 66–75.
- Блинов А.* Государственная политика поддержки малого предпринимательства // Проблемы теории и практики управления. 1996. № 2. С. 96–101.
- Блинов А.* Механизм лизинговой поддержки малого предпринимательства // Финансовый бизнес. 1999. № 5. С. 17–25.
- Браславский Д.* Большая поддержка малого бизнеса: опыт Дании // Бизнес. 1995. №1.
- Бунин И.М.* Социальный портрет мелкого и среднего предпринимательства в России // Политические исследования. 1993. № 3.
- Бухвальд Е.М.* Малый бизнес Москвы // Экономист. 2001. № 8. С. 47–51.
- Бухвальд Е.М.* Формирование новой системы субъектов малого предпринимательства // Предпринимательство, рынок и экономический рост. М.: Ин-т экономики РАН, 2002. С. 30–50.
- Бухвальд Е.М., Виленский А.В.* Кредитование малого предпринимательства // Вопросы экономики. 2001. № 4. С. 92–99.
- Бухвальд Е.М., Виленский А.В.* Развитие и поддержка малого бизнеса (опыт Венгрии и уроки для России) // Вопросы экономики. 2002. № 7. С. 109–118.
- Бухвальд Е.М., Виленский А.В.* Российская модель взаимодействия малого и крупного предпринимательства // Вопросы экономики. 1999. № 12. С. 66–78.

- Бухвальд Е.М., Виленский А.В.* Российское малое предпринимательство и система его государственной поддержки: перспективы развития // Проблемы прогнозирования. 1996. № 4. Р. 65–74.
- Васильев А., Каганов В.* Поддержка малого бизнеса: стратегии развития // Предпринимательство в России. 1996. № 3. С. 4–9.
- 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.: Экономическая школа, 1999.
- Виленский А.В.* Государственная политика Японии по отношению к малым и средним предприятиям // ЭКО. 1994. С. 136–143.
- Виленский А.В.* Этапы развития малого предпринимательства в России // Вопросы экономики. 1996. № 7. С. 30–38.
- Ворохалина Л.* Финансово-кредитные механизмы регулирования малого бизнеса // Вопросы экономики. 1996. № 7. С. 83–87.
- Грачев И.Д., Белова И.В.* Развитие малого предпринимательства // Деньги и кредит. 1997. № 1. С. 45–47.
- Грудзевский В., Гейдук И.* Развитие малого предпринимательства в Польше // Проблемы теории и практики управления. 1996. № 2.
- Иванов А.В.* Практика арбитражных судов как форма отечественного права // Судебная власть в России. М.: ГУ–ВШЭ, 2002. С. 127–136.
- Ксенофонтова Н.А., Устинов Г.А., Шуткин А.С.* Эффективность использования государственных средств в малом предпринимательстве // Финансы. 1996. № 6. С. 15–20.
- Куприянова З.* Малые частные предприятия на рынке труда // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения. 1995. № 2. С. 41–46.
- Лапуста М.* Механизм развития и поддержки малого предпринимательства // Экономика и коммерция. 1996. № 1. С. 109–119.
- Никольский Ю.* Крупный и малый бизнес в одной упряжке // Экономика и жизнь. 1996. № 43. Октябрь.
- Обыдённова Т.Б.* Малый бизнес и проблемы занятости // Малый бизнес в СНГ и Восточной Европе: трудности роста (середина – вторая половина 1990-х гг.). М.: РНИСиНП, РОССПЭН, 1998. С. 37–62.
- Орлов А.В.* Малое предпринимательство: старые и новые проблемы // Вопросы экономики. 1997. № 4. С. 130–140.
- Пономаренко А.* О контрактных взаимоотношениях крупного и малого бизнеса // Российский экономический журнал. 1997. № 7.
- Рёнке В.* Малое и среднее предприятие в народном хозяйстве // Концепция хозяйственного порядка. Учение ордолиберализма / Общ. ред. К. Херман-Пиллата. М.: Фонд «За экономическую грамотность», 1997. С. 224–239.
- Рунов А.В.* О некоторых особенностях взаимного влияния финансовых и информационных технологий в малом предпринимательстве // Вестник Министерства Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства. 2000. № 4. С. 29–32.
- Савченко П., Жигулина Ю.* Социальные аспекты малого бизнеса // Человек и труд. 1994. № 9. С. 123–126.

- Сорокина В. Малый бизнес по-британски // МЭМО. 1996. № 9.
- Хетшнер Г., Миленбуш Х. Малые и средние предприятия в экономике Германии // Проблемы теории и практики управления. 1993. № 5. С. 98–106.
- Цыганов А. Предприниматель и власть: проблемы взаимодействия // Вопросы экономики. 1997. № 6. С. 97–103.
- Чепуренко А. Проблемы малого предпринимательства // Власть. 1995. № 11. С. 47–54.
- Чепуренко А. Государственная политика в отношении малого предпринимательства // Механизм регулирования экономики в Германии: как он функционирует и чему учит? / Под ред. В.П. Гутника. М.: ВладДар, 1995. С. 97–109.
- Чепуренко А. Проблема финансирования в российском малом бизнесе // Вопросы экономики. 1996. № 10. С. 101–110.
- Чепуренко А., Обыдённова Т. Отношения в малом предпринимательстве и проблемы работающих женщин // Общественные науки и современность. 2000. № 4. <http://ecsocman.edu.ru/ons>
- Чепуренко А.Ю., Шереги Ф.Э. Условия развития малого бизнеса в российских регионах: данные экспертных оценок // Политэконом. 1998. № 1. С. 30–41.
- Чепуренко А.Ю. Малое предпринимательство в России // Мир России. 2001. № 4. С. 130–161. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Чепуренко А. Каков тип рациональности поведения российских малых предпринимателей? // Инвестиционный климат и перспективы экономического роста в России / Под ред. Е.Г. Ясина. Кн. 2. М.: ГУ–ВШЭ, 2001. С. 121–130.
- Чепуренко А., Обыдённова Т. Трудовые отношения на российских малых предприятиях // Вопросы экономики. 2001. № 4. С. 110–122.
- Чепуренко А. и др. Предпринимательский потенциал российского общества: анализ и рекомендации по содействию вовлечению населения в малый бизнес. <http://www.nisse.ru/analytics.html?id=potential>
- Черемисина Т.П. От советского предприятия к легальной рыночной фирме // Мир России. 2001. № 3. С. 105–120.
- Шулус А. Субъекты малого предпринимательства и система его государственной поддержки // Российский экономический журнал. 1996. № 5–6. С. 65–76.
- Юсупова А.Т. Особенности развития лизинга в странах Западной Европы // ЭКО. 1998. № 10. С. 156–165.

#### **Работы на иностранных языках**

- Bateman M. Business Cultures in Central and Eastern Europe. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1997.
- Chepurensko A., Vilensky A. Small business in Russia // The Economic impact of new firms in post-Socialist countries: Bottom-up transformation in Eastern Europe / Ed. by H. Brezinski, M. Fritsch. Cheltenham: Edward Elgar Publ., 1995.
- Curran J., Blackburn R. Paths of Enterprise: The Future of the Small Business. L.: Routledge, 1991.
- Entrepreneurship and Small Business Research in Europe / Ed. by H. Landstrom, H. Frank, J.M. Veciana. Ashgate, 1997.

- Entrepreneurship and Small Business in the Russian Federation / Ed. by Centre for Co-operation with the Economies in Transition. Paris: OECD, 1998.
- Ernst M., Alexeev M., Marer P.* Transforming the Core: Restructuring Industrial Enterprises in Russia and Central Europe. Boulder, CO: Westview Press, 1996.
- Gimpelson V.* New Russian Entrepreneurship: Sources of Formation and Strategy of Social Action // Problems of Economic Transition. 1994. No. 4. P. 24–41.
- Hulse D.S., Pope T.R.* The Effect of Income Taxes on the Preference of Organisational Form for Small Business in the United States // Journal of Small Business Management. 1996. Vol. 34. No. 1.
- Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung.* Handbuch der ifo-Umfragen: 40 Jahre Unternehmensbefragungen des ifo-Institut für Wirtschaftsforschung, München / Herausgegeben von K.H. Oppenländer, G. Poser. Berlin: Duncker & Humblot, 1989.
- Industrial Structures and the Development of Small and Medium Enterprise Linkages: Examples from East Asia / Ed. by S. Meyanathan. Washington: EDI, World Bank, 1994.
- LeCornu M.R., McMahon R.G.P.* The Small Enterprise Financial Objective Function: An Exploratory Study // Journal of Small Business Management. 1996. Vol. 34. No. 3.
- Small business in Europe / Ed. by P. Burns, I. Deuhurst. Basingstoke; L.: Macmillan, 1986.
- Small business in Japan. Tokyo: Small and medium enterprise agency, 1991.
- Small business handbook: laws, regulations and technical assistance services / US Dep. of Labour office of the assistant secretary for policy. Washington: Gov. Print. Off., 1993.
- Small enterprise development: policies and programming / Ed. by Ph.A. Neck, R.E. Nelson. Geneva: Intern. Labour Office, 1987.

## **ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ**

1. Малое предпринимательство и малый бизнес – критерии отнесения, сущность и формы.
2. Личность предпринимателя и ее значение для успеха деятельности малой фирмы. Типологии предпринимательских личностей.
3. Этапы жизненного цикла малой фирмы. Факторы, определяющие продолжительность жизненного цикла.
4. Самозанятость и малое предпринимательство – общие черты и особенности.
5. Малый и средний бизнес – общие черты и особенности.
6. Экономические и социальные функции малого предпринимательства в рыночной экономике и в экономике переходного типа.
7. Малое предпринимательство и инновации. Формы стимулирования инновационной активности малого предпринимательства.
8. Типология малых предприятий (по различным критериям).
9. Статистика российского малого предпринимательства – методы сбора информации, основные показатели статистического учета.
10. Структурные особенности российского малого предпринимательства на современном этапе (в отраслевом и территориальном разрезе).
11. Основные этапы развития малого предпринимательства в постсоветской России.

12. Предпринимательский потенциал российского общества: основные страты и их типологические различия.
13. Стартовое предпринимательство: основные проблемы и ресурсные ограничения.
14. Административные барьеры для развития предпринимательства: определение, типология, трактовка в литературе и практической политике.
15. Административные барьеры на входе на рынок: регистрация, лицензирование, сертификация. Характеристика влияния на бизнес.
16. Специфика финансовых проблем и существующие формы их решения в российском малом предпринимательстве.
17. Банковское кредитование малого бизнеса и «неформальный» финансовый рынок: сравнительные конкурентные преимущества.
18. Лизинг и малое предпринимательство.
19. Инновационное малое предпринимательство и технопарки как формы его инфраструктурной поддержки.
20. Инструменты микрофинансирования и поддержка развития малого предпринимательства через стимулирование самозанятости.
21. Источники найма и кадровая политика российских малых предприятий.
22. Неформальная и «теневая» занятость в малом бизнесе: функции и различия.
23. Социальная защищенность работников малых предприятий.
24. Основные формы оплаты труда в российском малом предпринимательстве и факторы, обуславливающие их выбор.
25. Условия труда на российских малых предприятиях и практика их регулирования.
26. Госзаказ и госзакупки как форма государственной поддержки взаимодействия между крупным и малым предпринимательством.
27. «Теневая» активность малого предпринимательства: причины, основные формы и методы «теневой» деятельности.
28. Специфика налогообложения малого предпринимательства в России. Налоговый федерализм и малый бизнес.
29. Российская Федерация и ее субъекты: роль и функции в системе поддержки малого предпринимательства.
30. Венчурный капитал и малый бизнес: особенности взаимодействия.
31. Критерии оценки эффективности государственной политики в отношении малого предпринимательства.
32. Имущественные проблемы малого предпринимательства и возможные механизмы их решения.
33. Инфраструктура развития и поддержки малого предпринимательства в России – основные институты и их функции.
34. Формы и механизм взаимодействия крупного и малого предпринимательства (франчайзинг, субподрядная система и т.д.).
35. Государственный заказ и государственный подряд: возможности их применения для содействия развитию малого предпринимательства.

36. Законодательство о малом предпринимательстве в РФ. ФЗ № 88 «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» и его особенности.
37. Интернет-технологии и их применение в малом предпринимательстве. Ресурсы Интернета для малого бизнеса в России.
38. Опыт развития малого предпринимательства и государственной политики в отношении малого бизнеса за рубежом (на примере одной из стран по выбору).
39. Основные факторы, сдерживающие развитие малого предпринимательства в российской экономике.
40. Принципы, цели и задачи государственной политики в отношении малого предпринимательства в рыночной экономике.
41. Дерегулирование и дебюрократизация экономики: единство, различия, ожидаемое и реальное влияние на положение малого предпринимательства. Основные меры государства по смягчению административных барьеров в малом предпринимательстве в 2001-2003 гг. и их предварительные результаты.
42. Перспективы развития малого предпринимательства в России: факторы и возможные сценарии.
43. Антимонопольное законодательство, его роль в стимулировании малого предпринимательства.
44. Малое предпринимательство и проблемы формирования среднего класса.
45. Предпринимательский доход и статусная рента как экономическая основа противоречий между предпринимательским классом и бюрократией.

#### **ПРИБЛИЗИТЕЛЬНЫЕ ТЕМЫ ЭССЕ**

1. Капиталист, предприниматель, бизнесмен – общее и особенное в трактовке понятий в научной литературе.
2. Малое и крупное предпринимательство – социально-экономические различия двух различных типов бизнеса.
3. Структурные особенности российского малого предпринимательства.
4. Основные институциональные проблемы развития малого предпринимательства в России на современном этапе.
5. Стартовое предпринимательство и административные барьеры на входе на рынок.
6. Механизмы финансирования в российском малом предпринимательстве и роль социального капитала.
7. Особенности социально-трудовых отношений в малом предпринимательстве России.
8. «Теневая» активность малого предпринимательства: причины, основные формы и методы.
9. Социальный портрет протопредпринимателей (по базе данных проекта МОНФ 2002 г.).
10. Феномен и роль доверия в формировании предпринимательских стратегий (по базе данных одноименного международного проекта Фонда «Фольксваген», 2002–2003 гг.).
11. Семейный бизнес и домохозяйство: взаимовлияние стратегий потребительского и делового поведения.
12. Силовое предпринимательство как институт в российском малом предпринимательстве.

13. Правовая культура российских малых предпринимателей: факторы, влияющие на ее формирование и развитие.
14. Социальная ответственность бизнеса: концепция и российская практика (по материалам прикладного исследования НИС/ИКСИ РАН 2004 г.).
15. Образ предпринимателя в центральной российской печати (контент-анализ одного из общественно-политических изданий).
16. Олигархи как социальная группа и как феномен массового сознания (по материалам исследований ИКСИ РАН).
17. Российский малый бизнес в Интернете: контент-анализ содержания и архитектуры основных сайтов о малом предпринимательстве.

### **ПОЛЕЗНЫЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ**

<http://www.opora.ru> – сайт общественной организации объединений предпринимателей «ОПОРА РОССИИ»

<http://www.siora.ru> – сайт Российского агентства поддержки малого предпринимательства

<http://www.rcsme.ru> – сайт Ресурсного центра по малому предпринимательству

<http://www.nisse.ru> – сайт Независимого института системных исследований проблем предпринимательства

<http://www.binec.ru> – сайт Московского центра деловой информации о малом предпринимательстве Москвы и инфраструктуре его поддержки

<http://www.allmedia.ru> – Российский деловой портал «Альянс Медиа»

## **Конференции**

### **I-я Летняя школа «Российского журнала менеджмента»**

**3–7 июля 2006 г.**

**г. Зеленогорск**

3 июля, понедельник

10:00 – 14:15 Лекции

- |   |  |
|---|--|
| Бухвалов А.В.<br>(Факультет менеджмента СПбГУ)      | Как писать статьи  |
| Филонович С.Р.<br>(Высшая школа менеджмента ГУ–ВШЭ) | Методологические проблемы и ловушки в исследованиях в области менеджмента, связанных с человеком |

16:00 – 18:45 Презентации работ участников

- |                  |   |
|------------------|---|
| Бородина М.А.    | Balanced Scorecard как метод трансформации стратегического управления на тактический уровень              |
| Ермоленко К.Ю.   | Оценка стоимости акций методом рыночных мультипликаторов в условиях дефицита информации                   |
| Климова В.А.     | Роль человека в построении эффективной системы менеджмента на современном этапе                           |
| Колесникова Е.Г. | Предпринимательская активность руководителя в оценке эффективности деятельности предприятия               |
| Латов Ю.В.       | Этнометрический анализ ментальности студенчества модернизирующихся стран (на основе индексов Г. Хофстеда) |
| Штерцер Т.А.     | Практические аспекты оценки инновационных проектов: применение метода аналогов                            |

4 июля, вторник

10:00 – 14:15 Лекции

- |   |  |
|---|--|
| Бухвалов А.В.<br>(Факультет менеджмента СПбГУ)  | Как читать статьи                              |
| Тамбовцев В.Л.<br>(Экономический факультет МГУ) | Применение НИЭ в исследованиях по менеджменту  |
| Клейнер Г.Б.<br>(ЦЭМИ РАН)                      | Исследование предприятий: от теории к эмпирике |

16:00 – 17:15 Лекция

Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л.

«Институциональный анализ в исследованиях по менеджменту: диалог»

16:00 – 18:45 Презентации работ участников

Бочаров С.Н. О преимуществах и механизмах организации интегрированных структур в АПК

Вышегородский Д.В. Сравнительный институциональный анализ форм вертикальной интеграции технологически связанных фирм

Механцева К.Ф. Информационная концепция повышения качества

Чайка В.А. Уровни реализации механизма непрерывного улучшения качества в российских компаниях

5 июля, среда

10:00 – 14:15 Лекции

Радаев В.В.  
(ГУ–ВШЭ)

«Как делать проекты»:

- Как построить исследовательский проект (10 вопросов, на которые надо ответить)
- Правила публичной презентации результатов
- Как подготовить письменную работу о результатах исследования

Благов Ю.Е.  
(Факультет менеджмента  
СПбГУ)

Исследования по проблемам социальной ответственности бизнеса

16:00 – 18:45 Презентации работ участников

Батаева Б.С. Анализ влияния внешней среды на корпоративную социальную ответственность компаний. Роль государства

Бедрина М.В. Организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью предприятия

Валиева О.В. Стратегические и институциональные альтернативы инновационных компаний

Кужаева А.Т. Личностные факторы в системе риск-менеджмента как основа креативной концепции развития предприятия

Молодчик М.А. Парадоксы концепции управления знаниями

Смирных С.Н. Развитие инструментария оценки социально-экономической эффективности деятельности организаций государственного сектора экономики



16:00 – 19:00 Презентации работ участников

- Котельникова З.В. Практики хозяйственной конкуренции на рынках потребительских товаров современной России (на примере продовольственных розничных сетей)
- Машарова Н.Н. Позиционирование компании мобильной связи на рынке телекоммуникационных услуг на основе результатов маркетингового исследования
- Мифтахова Е.В. Определение эффективности построения корпораций, имеющих активы в Свердловской области
- Поршнева А.В. Экспериментальное исследование применимости модели Фишбеина для предсказания поведения потребителей
- Рязкова С.В. Информационные источники и индикаторы стоимости акционерного капитала
- Франк Е.В. Практика корпоративного управления в Поволжском регионе
- Цой Р.А. Об оценке зависимости между качеством корпоративного управления и рыночной стоимостью российских компаний