



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

Интервью с Владимиром Ядовым:
“Социология труда начала умирать, потому что появился рынок”

Стребков Д. Мотивация прихода российских частных инвесторов на фондовый рынок

Преснякова Л. К вопросу о будущем фондового рынка в России

Аболафия М. Как вырабатывается понимание экономического спада: интерпретативная теория хозяйственного действия

Скрыльникова Н. Рынок гражданской авиации в России: формальные и неформальные взаимодействия акторов

Обзор “Сельское хозяйство России глазами современников (1996–2000)”



Журнал выходит пять раз в год:

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

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

Учредители:

- ГУ ВШЭ
- В.В. Радаев



Редакция



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

E-mail: radaev@hse.ru



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

E-mail: mdobryakova@hse.ru

Редакционный совет

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

Содержание

Вступительное слово главного редактора 5

Интервью

Владимир Ядов

«Социология труда начала умирать, потому что появился рынок» 8

Новые тексты

Д.О. Стребков

Мотивация прихода российских частных инвесторов на фондовый рынок 17

Л.А. Преснякова

В вопросе о будущем фондового рынка в России: перспективы и основные ограничения развития (*комментарий к статье Д.О. Стребкова*) 40

Новые переводы

М. Аболафия

Как вырабатывается понимание экономического спада: интерпретативная теория хозяйственного действия 55

Взгляд из регионов

Е.С. Фидря

Формирование ценностно-нормативного комплекса в культуре малого предпринимательства: сравнительный анализ двух рынков Магаданской области 74

Дебютные работы

Н.И. Скрыльникова

Рынок гражданской авиации России: формальные и неформальные взаимодействия акторов 94

Профессиональные обзоры

А.А. Куракин

Сельское хозяйство России глазами современников (1996–2000 гг.) 127

Новые книги

С.Ю. Барсукова

Развитая неформальность в развивающихся странах. Рецензия на книгу: Linking the Formal and Informal Economy: Concepts and Policies / Ed. by B. Guha-Khasnobis, R. Kanbur, E. Ostrom. (Oxford University Press, 2006) 156

Исследовательские проекты

Власть и дискриминация на потребительских рынках: отношений розничных сетей и их поставщиков в современной России (рук. В.В. Радаев) 168

Учебные программы

А.Х. Кутлалиев

Социологические методы маркетинговых исследований 172

Конференции

«Корпоративное управление и устойчивое развитие бизнеса: стратегические роли советов директоров» (28–29 ноября 2007 г., ГУ–ВШЭ) 180

Ежегодная конференция Сообщества профессиональных социологов «Социология в современном российском обществе: диагноз тенденций и перспектив» (15 декабря 2007 г., ГУ–ВШЭ) 184

VR Вступительное слово главного редактора

В те самые дни, когда выходит этот номер, Высшая школа экономики празднует свое пятнадцатилетие. Возраст, конечно, небольшой, а для университета, можно сказать, и вовсе не солидный. Но если учесть ту дистанцию, которую удалось пройти (пробежать, пролететь?) от создания с нуля до горделивой позиции одного из ведущих вузов страны (в экономических и социальных науках), то этот возраст воспринимается с куда большим уважением – тут год шел как минимум за три. Одним словом, вновь напрашиваемся на поздравления.

Но не забываем и о деле – перед Вами очередной ноябрьский номер журнала.

В рубрике «**Интервью**» – следующая беседа из серии «*Поколение учителей*». Это интервью с *Владимиром Александровичем Ядовым*. В недавние годы он был директором Института социологии РАН, но известен в первую очередь не формальными регалиями. Многие (и не без оснований) считают его российским социологом номер один. Поскольку именно с его исследования, результаты которого были изложены в книге «Человек и его работа» (в соавторстве со Здравомысловым и Рожиным) (1967 г.) ведется условный отсчет ленинградской (а возможно и российской) социологии. Именно он первым из советских социологов обучился в Великобритании и начал на систематической основе внедрять в нашу среду методы количественного анализа. Впрочем, не так важно доказать, кто именно был первым, – влияние Ядова на российскую социологию и социологов огромно. Добавим к этому личное обаяние Владимира Александровича и его неиссякающий интерес ко всякому проявлению социологической мысли (не важно, говорит ли титулованный ученый или студент).

В рубрике «**Новые тексты**» публикуются сразу две статьи, объединенные одной темой – речь идет о финансовом поведении населения. В первой статье *Д.О. Стребкова* (ГУ–ВШЭ) рассматривается группа людей, которые сделали первые шаги на пути к тому, чтобы стать частными инвесторами, открыв брокерский счет в инвестиционной компании. На основе глубинных интервью и анкетирования анализируется структура мотивов, определяющих выбор фондового рынка в качестве способа инвестирования у современных российских биржевых игроков. Показано, что сфера мотивов людей, начинающих и продолжающих заниматься вложением средств в ценные бумаги, сложна и многообразна и не сводится к простому рациональному калькулированию материальной выгоды.

Далее мы публикуем развернутый комментарий к статье, написанный *Л.А. Пресняковой* (Фонд «Общественное мнение») (это новый жанр для нашего журнала, но мы рассчитываем обращаться к нему и впредь). Автор обращает внимание на то, что помимо факторов, вовлекающих людей в инвестиционную деятельность, существуют факторы, препятствующие приходу населения на фондовый рынок, в том числе: ограничения рынка, социально-экономические, информационные и социокультурные барьеры. В итоге комментарий перерастает в самостоятельный аналитический материал.

В рубрике «**Новые переводы**» публикуется перевод статьи *Митчелла Аболафии* (Университет Олбани, США) «Как вырабатывается понимание экономического спада». Читая текст, мы попадаем на заседания Комитета Федеральной Резервной системы США, на котором принимаются ключевые решения в отношении денежной политики. Выясняется, что разработка денежной политики крайне далека от механического процесса агрегирования индивидуальных предпочтений лиц, призванных принимать ответственные решения. Речь идет о сложном процессе согласования множественных соображений и интересов, участники

которого изначально ориентированы на достижение консенсуса и легитимацию своих действий в глазах специалистов и широкой общественности.

Переводчиком данного текста выступил *А.А.Куракин*, для которого эта работа, как и для многих ранее, явилась дебютом (и весьма успешным). Данная работа также войдет в новую книгу переводов современной классики в области социологии рынков – «Как работают рынки: современный социологический анализ». Мы завершаем подготовку этой книги к изданию.

Добавим, что ранее мы публиковали перевод другой работы М. Аболафии «Рынки как культуры: этнографический подход». Она выходила в нашем сборнике «Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики» и в данном журнале (2003. Т. 4. № 2. С. 63–72).

В рубрике «**Взгляд из регионов**» вновь публикуется наш коллега из далекого Магадана – *Е.С.Фидря*. Статья посвящена анализу ценностно-нормативного комплекса в культуре малого предпринимательства. Анализ проводится на основе эмпирического исследования двух локальных рынков: компьютеров и оргтехники, а также рынка автозапчастей.

В рубрике «**Дебюты**» публикуется еще одна удачная магистерская работа факультета социологии ГУ–ВШЭ. Речь идет о работе *Н.И.Скрыльниковой*, посвященной весьма специфическому рынку – российской гражданской авиации. В работе дается общая характеристика отрасли и ее основных участников. Предметом же выступают формальные и неформальные взаимодействия этих участников.

В разделе «**Профессиональные обзоры**» мы продолжаем публикацию серии обзоров *А.А.Куракина* об исследованиях сельского хозяйства. Рассматриваются работы 1996–2000 гг. Рассказывается, как затухали, а затем и были сведены на нет реформаторский задор и начинания 1990-х гг.

Очередная рецензия *С.Ю.Барсуковой* поджидает нас в рубрике «**Новые книги**». На этот раз речь идет о сборнике статей, посвященных неформальной экономике развивающихся стран – Индии, Лиме, Вьетнаму, Либерии, Индонезии, Южной Африке, Мозамбику, Боливии. Главный вывод заключается в отсутствии достаточных оснований для вывода о том, что формализация хозяйственных правил однозначно улучшает или ухудшает социально-экономическое положение страны. Рецензию весьма (равно как и саму книгу) полезно почитать тем, кто интересуется проблемой взаимосвязи формальных и неформальных институтов. Особо любопытным кажется сравнение «старого» и «нового» взгляда на неформальную экономику.

В рубрике «**Исследовательские проекты**» мы знакомим коллег с проектом, который находится в самом своем разгаре (идут полевые исследования). Тема проекта: «*Власть и дискриминация на потребительских рынках: отношения розничных сетей и их поставщиков в современной России*» (руководитель проекта – В.В. Радаев). Делается попытка устроить двум сторонам рыночных отношений своего рода «очную ставку», задавая им одни и те же вопросы, и на этой основе выявить реальную картину отношений между сетевыми компаниями и поставщиками и сделать выводы по поводу наличия и отсутствия конкретных форм дискриминации. Анализируются рынок продовольственных товаров и рынок бытовой техники и электроники. Для обследования выбраны пять российских регионов: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск и Тюмень.

В рубрике «**Учебные программы**» мы размещаем программу учебной дисциплины «Социологические методы в маркетинговых исследованиях». Автор – *А.Х.Кутлалиев*, доцент базовой кафедры прикладных социологических исследований, открытой в ГУ–ВШЭ одной из ведущих маркетинговых компаний GfK-Rus.

Наконец, в рубрике «**Конференции**» мы публикуем программу только что завершившейся конференции «Корпоративное управление и устойчивое развитие бизнеса: стратегические роли советов директоров» и анонсируем приближающуюся Ежегодную конференцию Сообщества профессиональных социологов «Социология в современном российском обществе: диагноз тенденций и перспектив».

* * *

В стране зовут на очередные выборы. А мы предлагаем почитать хорошие тексты.

ИНТЕРВЬЮ

ВЛАДИМИР ЯДОВ: «Социология труда начала умирать, потому что появился рынок...»

Май 2007



ЯДОВ Владимир Александрович –

д. филос. н., профессор, руководитель Центра исследований социальных трансформаций, главный редактор журнала «Социология: 4М», в 1989–2000 гг. директор Института социологии РАН.

Email: yadov@isras.ru

– Владимир Александрович, мы знаем, что российская экономическая социология возникла отнюдь не в перестроечный период и даже не в начале 1980-х годов с работами Заславской, но гораздо раньше в Ленинграде. События и исследования того времени очень важны для последующего возникновения экономической социологии в России.

– Да, была социология труда или менеджмента, как ее сегодня можно назвать... Мы занимались этой проблемой еще в Лаборатории социологических исследований на факультете философии Ленинградского государственного университета)¹. Тогда была создана первая группа социологов при отделе кадров, которая занималась трудовыми отношениями.

– Это когда было?

– До 1963 г.

– Заводская социология тогда и появилась, прежде ее не было?

– Она была, но гнездилась в академических учреждениях... А именно заводской – не было.

– Нельзя не вспомнить книгу «Человек и его работа», с которой, как многие считают, все и началось. Пожалуйста, расскажите вкратце, как она появилась?

– Думаю, она тесно связана с моей биографией, с личным опытом. Ведь я одно время был исключен из партии и был вынужден работать на заводе. Сначала был вынужден, а потом мне понравилось. Маленький завод, семейная обстановка, все друг друга знают, администрация тоже была не очень далека от рабочих, меня директор знал по имени. Мне показалось интересным разобраться с тем, что происходит в этой среде.

И когда создали Лабораторию социологических исследований при Ленинградском государственном университете, то первое исследование провели по подсказке Игоря Семеновича Кона.

¹ Организована в конце 1950-х годов В.А. Ядовым. В Лаборатории выполнялись первые в СССР исследования трудовой мотивации.

Вообще Кон и втащил меня в социологию. На него произвело впечатление исследование бюджетов времени Г.А. Пруденского. И он меня просто душил: «Ну, проведите же вы исследование бюджетов времени!..» И мы провели его на Кировском заводе... Это действительно была простая схема – записывали...

– *Заполняли дневники?...*

– Да, «что вы делали каждые десять минут?» Денег, конечно, не платили, но рабочим самим было интересно. Они с удовольствием читали потом статейку, которую мы сочинили по этим материалам. Тогда ведь не было множительных аппаратов, отшлепали шесть экземпляров на пишущей машинке и отдали в цеха по экземпляру. А когда бюджеты времени изучили, стали ломать голову, что делать дальше. Мы с Андреем Здравомысловым обсуждали, какую взять тему, и пришли к этой идее.

– *А почему мотивация?*

– С одной стороны, нам хотелось проверить, – мы были правоверные марксисты, – насколько осуществляется принцип перехода к коммунизму. Помню, я, как дурак, стоял на Красной площади в комсомольском оцеплении, – я был тогда активный комсомолец, – и Хрущев говорил: «Будущее поколение будет жить при коммунизме». При коммунизме труд перестает быть необходимостью, а становится первой жизненной потребностью. Понятное дело, что он таковой не стал. Но жизненный опыт подсказывает, что в профессии, которая требует напряженного умственного труда, не деньги являются главным стимулом. Помню, как в 1992 г., когда зарплаты, и без того маленькие, платили с большими задержками или вообще не платили, в Академии был такой хороший анекдот. Один академик приходит к президенту Академии наук СССР и говорит: «Что делать: деньги не платят, а физики и прочие ученые на работу ходят?». – «Как что делать? Берите деньги за вход».

Постепенно мы пришли к выводу, что нужно посмотреть, в какой мере именно сложность работы приводит к тому, что ориентация на ее содержание становится для человека лидирующей. Отсюда – понятие внутренней мотивации (*intrinsic motivation*). В отличие от внешней мотивации (зарплата и прочие внешние стимулы), на которой чаще работают люди, не занятые сложной работой, требующей смекалки, самостоятельности, интеллектуального напряжения. Между стимулом и мотивацией большая разница, так как стимул в переводе с греческого – это палка с крючком, которой погоняли быка, а мотивация – это нечто внутреннее. Так вот важно было понять, где находится эта грань? Это и была главной задачей. Цель была – посмотреть, действительно ли имеет место факт перехода на другую стадию мотивации, когда содержание труда становится лидирующим. Проверить саму концепцию. Это с одной стороны. А с другой стороны, если концепция верна, то схема должна проявляться не только в очень сложных видах работ, но и на более простых участках по содержанию труда.

А потом подвернулась книга американского коллеги Ф. Херцберга. Выписали ее из Финляндии (была очень хорошая связь с библиотекой университета Хельсинки, книжку оттуда можно было получить быстрее, чем из библиотеки Москвы). Познакомились с автором. Он взялся провести такое же исследование в Америке. Полностью по нашей методике, ничего не добавляя. При этом наше исследование было непредставительным, брали только отрасли в пределах Ленинграда, а у него была возможность сделать представительное исследование по Америке. Но нам не могли передать сырые данные. Мы получили лишь его тексты. Херцберг не произвел некоторых аналитических операций (агрегирование, факторный анализ и т.д.), которые произвели мы, поэтому пришлось по его

материалам делать главу в том виде, в каком она и вышла в последнем издании². В первом издании она просто не могла быть опубликована.

Нас потрясло, что структура мотивации работников в зависимости от сложности их труда у нас в Ленинграде и в Америке была совершенно одинаковой за исключением одного: в Америке для большинства обследованных (я не помню точной цифры, но она внушительна, около 80%), независимо от того, какой это работник – конвейерный, частичный, – статистически на первом месте в структуре мотивации стоит гарантированность работы, боязнь безработицы. Херцберг проанализировал данные исследований по мотивации труда за десятки лет с того момента, как они вообще в Америке стали проводиться. У него огромные таблички за разные годы, включая годы депрессии и годы подъемов. И получалось, что независимо от того, был ли это период подъема экономики или стабильности, на первом месте всегда стояла гарантированность работы.

– А у нас нет?

– А у нас нет. Не было такой проблемы. При этом все остальное сходилось. И это несколько смущало. И до сих пор смущает.

– Шкаратан говорил, что у него примерно в то же время получались другие результаты по рабочим, занятым на оборонных предприятиях. Он говорил, что квалифицированные рабочие были ориентированы на заработок.

– Да, этот спор не решен до сего дня. Я спорю с Владимиром Магуном на эту тему. Он говорит, что наш результат связан с тем, как мы исчисляли мотивацию. Считать вклад в мотивацию тех или иных элементов производственной ситуации (отношений с товарищами, гигиены, расписания работы и т.п.) в общую удовлетворенность работой – это слишком тонко, неправильно. Правильнее задавать прямые вопросы. Потому что здесь фиксируются ценности, а не мотивация. Но я думаю, что здесь он не прав. Он говорит, что нужно было брать именно ценности, а не мотивацию вытаскивать. Ну, я допускаю, что методика очень сильно влияет на результат. И Шкаратан что-то другое применял, не наше, иначе я бы знал.

– Кстати о методике. Есть легенда, что Ядов – первый советский социолог, который изучил методику социологического исследования за рубежом, в Великобритании.

– Первый, не первый, но изучил...

– А как это произошло? Ведь это довольно необычно...

– Прежде всего, не надо Великобританию ставить на первое место. Когда я был в Англии в 1964 г., эмпирическая социология там была не особенно развита. Точнее она была развита, но не в том направлении, которое интересовало меня. У них была социотнография, а не жесткая позитивистская методология, которую мы сейчас называем количественной. Использовали качественную методологию.

Первые три месяца я провел в Манчестере. Первым моим наставником был профессор Франкельберг. И мне было очень неинтересно. Он занимался рабочим классом. Был, кстати, коммунистом, наверное, поэтому меня туда и направили (один из немногих коммунистов – профессор). Я ходил в знаменитые трущобы [их описал Ф. Энгельс в работе «Положение рабочего класса в Англии», 1844 г. – ВР]. Они, кстати, не сильно отличались от того, что описывал Энгельс. Город бомбили, его отстроили заново, а трущобы остались.

В общем, мне не нравилось. Я не был сторонником этнометодологии. Я хотел освоить количественную, позитивистскую методологию. И мы начали ее осваивать через поляков.

² Здравомыслов А.Г., Ядов В.А. Человек и его работа в СССР и после: Учебное пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2003.

Они были главными нашими учителями. В советское время поехать в Польшу было совсем нетрудно. Я часто бывал в Польше. Первый раз мы поехали с Верой Васильевной Водзинской, и я там познакомился со многими социологами. Потом переписывался с ними, общался на конференциях. С Зигмунтом Бауманом, например. Первой фигурой для меня стал Ян Щепаньский, конечно; он тогда возглавлял Международную социологическую ассоциацию. Также Стефан Новак – крупнейший методолог. Масса, масса людей... Новак просто учил меня как студента. Лекции читал. Мы сидим у него дома, жена что-то готовит, дочь танцует в другой комнате, а мы сидим с ним, и он просто вдалбливает, объясняет мне на пальцах, в каких случаях лучше использовать факторный анализ, а в каких – другие методы типологизации.

– *А поляки откуда набрались этого всего?*

– Что касается качественной социологии, то это, конечно, Томас и Знанецкий – старая история. А что касается количественной, то поляки гораздо лучше владели языками, ибо на польском особо не разойдешься. Они знали французский и немецкий, как минимум. Они в школе были обязательными. И благодаря этому, я думаю, поляки вошли в мировую социологическую культуру. Наверное, и английский кто-то знал.

– *Конечно, мы заимствовали теории. И у нас не один только марксизм был в ходу. Интересно, что в одном из интервью вы сказали, что марксизм прекрасно уживался с функционализмом Парсонса. Понятно, что труды Парсонса в СССР были на полулегальном положении... Вы говорили даже, что и власти они устраивали...*

– Да, он же говорил о проблемах стабилизации. Что же в этом плохого... Ничего плохого нет. И вслед за другими названиями мы использовали его термины. Многие наши термины – от Парсонса. Например, вместо социальной мобильности – социальные перемещения. Шкаратан, например, сколько написал про эти перемещения...

– *А почему все-таки советские социологи прибились к функционализму?*

– Это очень просто объяснить. Потому что после Второй мировой войны было две «больших» социологии: одна – парсонсианство, структурный функционализм (Парсонс, Мертон и т.д.), вторая – марксистская. Прочих не было.

– *А Вебер?*

– Ну, Вебер – это история. А речь о современных авторах. Тот же Парсонс Вебера вполне интегрировал. Даже не столько Вебера, сколько Дюркгейма (Дюркгейма больше). В университетах преподавали два эти направления. Общепринятыми в западном социологическом сообществе были структурный функционализм и марксизм (марксизм – обязательно). А у нас был марксизм, но не было структурного функционализма. Поэтому его тащили втихаря.

– *Кстати, на экономическую социологию, советскую и постсоветскую, это оказало явное влияние. Ведь первые основные труды Т.И. Заславской, Р.В. Рывкиной были явно функционалистскими: системы, подсистемы...*

– Конечно, мы же все варились в одном котле. Мы постоянно общались. Рывкина окончила философский факультет [в Ленинграде. – ВР]. Мы были очень близки еще в университете. Дружили. И когда у нас лаборатория появилась, она приезжала к нам, меня таскала в Академгородок в Новосибирске. Мы постоянно обменивались литературой, идеями.

– *В свое время вы рассказывали мне историю с их докладом 1983 года, когда его раздали на конференции, а потом ходили по людям и отбирали экземпляры.*

– Да, Аганбегян и Заславская даже получили какие-то партийные взыскания.

– *Взыскания они получили за то, что доклад оказался на Западе. Но никто так и не знает, как он туда попал. Действительно, к вам пришел человек в штатском и потребовал вернуть эти экземпляры?*

– Да. Доклад начали читать по «Немецкой волне», «Голосу Америки» и т.д. А я получил от Заславской лично, как коллега, с пометкой «для служебного пользования». Два экземпляра. Почему два экземпляра, я не знаю. Мы недавно виделись со Здравомысловым, так он говорит, что получил один экземпляр.

Словом, один экземпляр я взял домой. А другой дал коллеге. Имя его не буду называть, потому что Бог его знает, может, действительно он передал. И в один прекрасный день приходит дядя из КГБ и говорит: «Так и так, покажите эти экземпляры доклада». Я отвечаю, что не могу показать, потому что один экземпляр у меня дома, а другой я дал товарищу. «Как?! Вы не имеете права брать их домой, должны держать в служебном помещении». И так далее. На следующий день я ему принес один экземпляр. Спрашивает про второй. Ну и говорю ему, что кому-то отдал и сейчас сразу не могу вернуть. В общем, тут дело темное. Не обязательно мой коллега сам передал на Запад. Мог и через кого-то. Мы же тогда самиздат всегда передавали. Сам текст прочитал, передал другому. Скорее всего, кому-то из наших же коллег он отдал почитать.

– *Когда экономическая социология оформилась, уже позже, под своим именем, возникли определенные трения между социологией труда и экономической социологией. Были споры, кто первый, какая дисциплина шире. Какова Ваша позиция по этому поводу?*

– Ну, во-первых, от этих наших предложений по поводу соотношения между дисциплинами – экономика, социология, политология, культурология и т.д., – как лучше или как хуже, ничего не зависело. Я думаю, это естественный процесс. Если появляется новая отрасль знания, то она, как всякое новое, начинает вбирать в себя что-то подходящее. Поэтому социология труда вполне может быть пограничной дисциплиной, а может быть и частью экономической социологии. И наоборот, элементы экономической социологии могут применяться в социологии труда. Хотя последнее не очень распространено, так как экономическая социология занимается спросом и предложением, рынками... Впрочем, есть ведь и рынки рабочей силы, со своими законами, значит их тоже нужно изучать. Так что я отношусь к этому очень спокойно, как к естественному процессу, который идет сам по себе. Много зависит от самих исследователей, которые включают или не включают в область своих интересов какие-то темы.

Вот, кстати, к вопросу о культуре. Культурология или социология культуры – я не знаю, как лучше сказать, – очень важна для экономической социологии. Я это понимаю все больше и больше. В частности, сильное впечатление на меня произвело новое увлечение экономистов, которое пропагандирует Евгений Ясин: влияние особенностей цивилизации с точки зрения экономических процессов, экономического роста. Это новое направление. Страны БРИК – Бразилия, Россия, Индия и Китай – все это разные цивилизации, разные культуры, и, тем не менее, каждая из них своим путем начинает выходить по темпам развития, по валовому национальному продукту на уровень передовых стран, стран ядра. И это удивительно. Одни идут за счет использования недр, как мы. Другие, как, например, Китай, – за счет новых технологий. По этому же пути, кстати, идет и Бразилия, если я правильно помню.

Иными словами, культура очень сильно влияет на экономическое поведение. Например, сейчас в экономической социологии используют веберовскую модель экономического человека. Я глубоко убежден, что это модель немца. Сорокину, русскому, никогда в голову это не приходило и не пришло бы. Сорокин считал, что все эти движения цивилизации от чувствительной к рациональной кончатся их слиянием в цивилизацию любви (!). Чистое православие.

В определенный период³ Сорокин возглавлял Американскую социологическую ассоциацию (у них там президенты каждый год меняются). И хотя он был американцем, сами американцы считали его чужаком. Когда он ушел на пенсию в университете, он получил грант на изучение общины мормонов (если я не ошибаюсь). Так вот там он нашел свой идеал – идеал любви. Любовь доминирует в производственных отношениях. Потому что там был своего рода колхоз. Как же так? Почему целерациональная мотивация является наиболее прогрессивной? Это немцам так кажется. А русский характер ведь другой. Я вот просто славист, и не русофил какой-нибудь, но характер все-таки другой. Скажем, шальные деньги. Я по себе знаю – их не грех и пропить. Или подумать, какой бы подарок кому-то сделать, что бы такое сотворить с ними... Немец же каждый пфеннинг положит в банк. Конечно, можно все объяснить с точки зрения рациональности. Это хорошо сделал тот же Чернышевский.

– *Этим экономисты в основном занимаются...*

– Или престижное потребление. Например, у меня галстук за сто долларов, а у тебя – за двадцать. Что разумнее? Мое поведение, потому что статус подчеркивает. Рационально? Рационально. И в экономической науке тоже появились исследования реального поведения средствами, которые используют полевые исследователи. Так?

– *Ну, есть разные течения. Есть, например, поведенческая экспериментальная экономика.*

– Но ведь все это – изучение реальных отношений в процессе производства, обмена, всего того, что изучают экономисты. Потому что не все можно гипотезировать из чистой теории, из теоретической модели.

– *А вот говоря о теории в социологии труда, в экономической социологии, у нас сейчас что-нибудь интересное происходит, на Ваш взгляд?*

– Насчет экономической социологии я не берусь рассуждать. А что касается социологии труда, я скажу «нет». И даже не «пожалуй, нет», а просто «нет». Социология труда начала умирать, хотя сейчас немножко возрождается. Она начала умирать, потому что появился рынок. И те, кто занимался проблемами, входившими в область предмета социологии труда, стали изучать рынок. Всем стало интересно, что же происходит на рынке. Товарные отношения и т.д. гораздо шире, чем отношения на производстве. Кроме того, денег не было, средств не было, и все или почти все заводские социологические службы были ликвидированы. Единицы остались. Как же в этой ситуации могли появляться какие-то концепции социологии труда, когда интересов подобных не было?

– *А раньше заводская социология много давала академической?*

– Я бы не сказал, что в ней была какая-то особая теория. Скорее в заводской социологии были интересные идеи, полезные для нашей страны. Например, я бы не сказал, что та же Заславская занималась теорией...

– *Почему? Они предлагали теорию социального механизма функционирования экономики.*

– Тогда?

– *Ну, уже на рубеже 1990-х годов.*

– Тут еще вопрос в том, что мы называем теорией. В моем понимании (и это понимание – не единственно верное, просто лично мне так кажется), теория – это гранд-теория, а не частные теории. Почему мы знаем имена великих социологов? Не потому, что они были специалистами и работали в области какой-то отраслевой социологии, но потому что они предлагали фундаментальные теории, из которых вытекают не связанные с ними какие-то частные теории. А если перейти на уровень отраслевых, частных теорий, так можно

³ В 1964 г.

добраться и до grounded theory. А это любая догадка, возникшая у исследователя или сыщика. Гипотезу о том, что эта тетя убила того дядю, не называют теорией. В этом смысле гранд-теория не изучает что-то частное, это не десяток интервью с русскими бабушками. Вот Вика Семенова говорит о теории русской бабушки. А что такое теория русской бабушки?

Наши исследователи как-то заметили, что одна российская молодая женщина вышла замуж за англичанина и пригласила в Англию свою маму. И вот эта бабушка там с ее сыном гуляет. Английские бабушки (точнее, английские мамы – бабушки там не приняты) на своих детей внимания не обращают, те сами возятся, а у мам-бабушек своя компания, «чат». Смотрят они на нашу русскую бабушку. Та с внуком разговаривает. И стали ее расспрашивать. Она и отвечает: «Да, я с ним разговариваю». Семенова начала это аккуратно исследовать, взяла другие примеры. Какова роль бабушки в русской семье? И пришла к выводу, что бабушка из малообразованной семьи выступает как няня – следит, чтобы у ребенка из носа не капало и чтобы он сытый был. А бабушка из образованной, интеллигентной семьи, передает внукам традиции семьи. Она – канал передачи традиций семьи. Появилась теория русской бабушки. Русская бабушка как транслятор семейных традиций. Теория? С точки зрения Глейзера и Страуса – теория, grounded theory. Кстати, перевести невозможно. Обоснованная теория, укорененная теория. Как это? Разве бывают неукорененные? Или она сначала постулируется, истина дается взаимы, в виде гипотез, а потом проверяется? Тогда она не grounded, а интуитивно вытаскивается из наблюдений.

– Я знаю, что вы продолжаете преподавать. Современная молодежь – уже через поколение от вас. Как вы на них смотрите? Какие отличия видите, что нравится, что не нравится?

– Я об этом много думаю. И сейчас особенно – в свете скандала с факультетом социологии в Московском государственном университете. Студенты недовольны тем, другим. Но прежде всего качеством образования. И только небольшая группа студентов выступает активно, а большинство – нет. Очень много в Интернете разных суждений на эту тему. Я вообще оптимистически смотрю на молодое поколение в том смысле, что сегодняшние ребята гораздо более образованные, они получают нормальное социологическое образование – не то, что мое поколение и даже, может быть, ваше. Они действительно открыты – непоротые, как говорится. Но отличаются тем, что прагматичны. Их больше интересует то, что называется «useful knowledge». Полезное знание, которое может приносить доход. А дураков, которые занимаются чистой наукой, которые мотивируются тем, что это интересно, таких мало всегда, в любой популяции мало.

– И сейчас их становится все меньше и меньше... ?

– Откуда мы знаем, что меньше и меньше? Я не знаю, как это проверить. В советское время, когда я учился, когда я преподавал, разве больше был интерес к самой науке? Может, и так. Тем более, что тогда за степени и звания давали и деньги. Это было престижно. Сейчас престиж науки резко снизился, потому что материальный фактор вышел на первый план. Ведь на деньги можно что-то купить. Когда у тебя нет блага, и на деньги ничего не купишь, тогда и ценность их невелика. А сейчас они имеют вес. В советское время не было этой мотивации, наука была довольно престижной. Вот и все объяснение. А ведь во всем мире это так. Все социологи в разных странах говорят о том, что студент нынче пошел не тот, студент стал прагматичным, его не интересуют вещи, связанные с большой теорией, методологией.

– Как вы считаете, правда ли, что старшее поколение делало свои исследования более тщательно, нежели нынешние прагматики?

– В общем да, хотя это объясняется и тем, что этих старших было немного, они были почти на перечет. Я сужу по публикациям. Людей, которые публиковали свои работы, не так уж и много было. Не сравнить с тем, сколько сейчас мы имеем. Одних журналов – десятки. А тогда был один или два. «Социологические исследования» и «Философские науки», академический журнал, в котором одновременно социологические статьи печатали.

Социология какое-то время была специализацией в рамках философии – как конкретные прикладные исследования в рамках философских наук. Теперь журналов полно, людей пишущих полно. И вторая причина заключалась в том, что всякий неофит – святее Папы римского.

Мы делали все очень аккуратно, с самого начала, после многих проб, проверяя после проб. Не одну пробу делали, много проб. Вот я вел семинар по книге «Мы и они», там подробно расписан весь процесс исследования. И студенты с удовольствием этот курс слушали. Начинают размышлять над прошедшими исследованиями, в которых многое происходило далеко не так, как написано в учебниках, в том числе и моих. Часто какая-то идея приходит случайно или со стороны, и нужно пересматривать программу, что-то уточнять, опять возвращаться к гипотезам и т.д. Так что интерес не пропал, но такой тщательности уже нет. Не как в этом исследовании, в большой степени учебном, которое описано в книге «Мастер-класс профессора Ядова»⁴. Именно мастер-класс, потому что я старался повторить максимально точно все шаги, которые должны быть сделаны по канонам – не одна проба, а много проб, не одна формулировка, а разные формулировки разных вопросов, разные концепции наблюдения и т.д.

Конечно, то, что сейчас нередко происходит, это не дело. Я вижу две причины. Одна заключается том, что все нужно сделать быстро. Если ты берешь заказ, ты уже не скажешь, что один год на программу, второй год на поле, а третий на публикацию. Мы-то делали нашу работу лет восемь или даже больше. А теперь надо быстро. А раз быстро, то нельзя делать так тщательно. Вторая причина снимает недостатки первой: опыт есть уже. А когда есть опыт, уже не всегда нужно делать столь тщательно, потому что есть много других примеров. И прежде чем составлять опросный лист, план интервью, я смотрю, как это было у других. Вот ты же когда ко мне пришел, ты заранее посмотрел тексты других интервью. Посмотрел прежние интервью, значит, сейчас можно уже о другом спрашивать. То же и в исследованиях – по этой причине можно не проявлять такую тщательность.

– И в заключение: а что дальше? Какая тема, проблема кажется наиболее интересной, важной для исследования? Которой никто толком не занимается. Есть такое?

– Я сейчас все больше склоняюсь к тому, что необходимо основательно изучать влияние культуры на социокультурное целое. Мы вообще не очень серьезно занимались этой проблемой. То ли это наши марксистские корни сказываются, то ли то же парсонизм... Считали, что культура – это вторично, что она консервативная, не такая важная, что все изменения происходят в экономике и в социальной сфере, и там берут начало. Но, может быть, постмодернисты и правы, и культура – равноправный или почти равноправный по своему воздействию на социальную жизнь фактор. Или, по крайней мере, она гораздо более важна, чем это показано в теориях того же Парсонса или Маркса. И я уже говорил об этом. Недаром экономисты сейчас заинтересовались тем, как цивилизационные характеристики влияют на экономическое развитие. Это очень важно. Это указывает на то, что повторять путь, который прошли продвинутые западные страны в рамках модернизации, не обязательно. Можно идти своим путем. И это тоже будет модернизация, но совсем по-другому, в другом облике. Вот это мне кажется важным.

Отсюда, правда, вытекают неприятные выводы политического характера. Скажем, для России режим, который установил Путин, – наверное, самый разумный на данный момент, поскольку соответствует русскому характеру. Вон, посмотрите, что на Украине творится. А представьте, такое будет у нас! А ведь мы – не Украина, у них только запад и восток, а у

⁴ Ядов В.А. Мастер-класс профессора В.А. Ядова. Методологический практикум для студентов-социологов. М.: Аспект Пресс, 2004. <http://www.ino-center.ru/press-center/publication/yadov.html>

нас и восток, и запад, и север, и юг. Если бы у нас была такая схема – парламентская республика, я не знаю, что было бы. Хотя я не сторонник авторитаризма и т.п.

Про соотношение экономики и духовной жизни был замечательный польский анекдот, почерпнутый еще в те времена, когда мы в Польшу ездили. Польская собачка бежит через границу с Германией. Германская собачка ее спрашивает: «Что, кушать нечего?» – «Нет, потявкать хочется». Так вот, потявкать – тоже мотивация. Самостоятельная. Экономически, может быть, и разумная у нас сейчас. Помогает ли тявканье экономике – трудно сказать. В одной культуре помогает, в другой – не очень.

Беседовал Вадим Радаев

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

Д.О. Стребков

МОТИВАЦИЯ ПРИХОДА РОССИЙСКИХ ЧАСТНЫХ ИНВЕСТОРОВ НА ФОНДОВЫЙ РЫНОК¹

СТРЕБКОВ Денис Олегович – к. соц. н., доцент кафедры экономической социологии Государственного университета – Высшей школы экономики, начальник отдела маркетинга компании «Атон».

Email: strebkov@nm.ru

В настоящей работе мы будем рассматривать группу людей, которые не только уже осознали для себя перспективность фондового рынка, но и сделали первые шаги на пути к тому, чтобы стать частными инвесторами. Они открыли брокерский счет в инвестиционной компании и теперь имеют возможность совершать сделки по покупке и продаже ценных бумаг на российских биржевых площадках. На основе глубинных интервью и анкетирования рассматривается структура мотивов, определяющих выбор фондового рынка в качестве способа инвестирования у современных российских биржевых игроков. Показано, что сфера мотивов людей, начинающих и продолжающих заниматься вложением средств в ценные бумаги, сложна и многообразна, и не сводится к простому рациональному калькулированию материальной выгоды.

Постановка проблемы

Многие российские представители среднего класса, имеющие возможность осуществлять регулярные сбережения, распоряжаются избытком своих денежных средств вполне традиционно. Те, кому финансы позволяют, приобретают земельные участки или вкладывают деньги в недвижимость. Остальные делают банковские депозитные вклады, покупают валюту, приобретают золото и драгоценные изделия. Во многих случаях, стремясь уберечь деньги от инфляции, люди обращаются не к сберегательному или инвестиционному поведению, а напротив, еще больше расширяют свое текущее потребление, часто используя для этого разнообразные кредитные схемы.

Между тем существует финансовый инструмент, который по многим своим параметрам значительно превосходит возможности упомянутых выше способов сбережений, однако используется россиянами пока еще чрезвычайно редко. Речь идет о фондовом рынке или, как его еще называют, рынке ценных

¹ Работа выполнена при поддержке Научного Фонда ГУ–ВШЭ (проект № 06-01-0106).

бумаг. И действительно, вложения в ценные бумаги на долгосрочных и даже среднесрочных интервалах времени показывают существенно большую доходность по сравнению с банковскими вкладами. Сопутствующие издержки и взимаемые сторонними организациями комиссии при совершении операций минимальны, по сравнению с теми, которые ждут инвестора при покупке недвижимости, золота или антиквариата. Существенно выше здесь и уровень ликвидности операций: продать акции по текущей цене можно практически мгновенно, дав необходимое поручение своему брокеру по телефону или через Интернет, а вывод денежных средств осуществляется на следующий рабочий день после подачи соответствующей заявки. Практика инвестирования в ценные бумаги довольно распространена и совершенно естественна во всех экономически развитых государствах. На Западе такими частными инвесторами оказываются самые широкие слои населения: от бизнесменов до домохозяек, от студентов до пенсионеров.

Однако в России большинство потенциальных инвесторов пока еще не рассматривают фондовый рынок в качестве возможного инструмента вложения денежных средств. Тем не менее в последние годы число частных российских биржевых игроков стремительно растет. Аналогичную ситуацию можно было наблюдать в нашей стране и на рынке потребительского кредитования: начиная с 2000 г. объемы выданных кредитов ежегодно увеличиваются в два раза, соответственно, их рост идет по экспоненте. К началу 2000 г. физическим лицам у нас в стране было выдано кредитов на 1 млрд. долларов, а семь лет спустя, к началу 2007 г., задолженность граждан по кредитам превышала уже 75 млрд. долларов².

Можно вспомнить и историю развития сотовой связи. В середине 1990-х годов стоимость мобильных телефонов составляла несколько тысяч долларов, столь же высокой была и ежемесячная абонентская плата. Мобильные телефоны были привилегией избранных, символом богатства и показателем высокого статуса их владельцев. Сегодня же мобильный телефон есть практически у каждого россиянина. За последние пять лет абонентская база операторов сотовой связи увеличилась с 8 до 150 млн. человек.

Наконец, третий пример широкого распространения высокотехнологичной услуги – это рост числа пользователей сети Интернет. Данные опросов Фонда «Общественное мнение» показывают, что у нас в стране сейчас 15% взрослого населения хотя бы раз в неделю пользуются Интернетом, в то время как еще три года назад таких людей было только 6%. В Москве эти показатели составляют 48% и 25%, соответственно³.

Вполне возможно, что и фондовый рынок ожидает столь же быстрое развитие. При сохранении нынешних темпов роста уже через пару лет число российских частных инвесторов превысит миллион человек, и в обозримом будущем эта услуга станет настоящим массовым.

Как показывают результаты социологических исследований, в России количество людей, заинтересованных в приходе на фондовый рынок и потенциально готовых к этому, в несколько раз превышает число реальных биржевых игроков, причем круг этих лиц постоянно расширяется. Однако многие потенциальные инвесторы пока еще только присматриваются, анализируют ситуацию, взвешивают все «за» и «против», советуется с друзьями и знакомыми, более опытными в финансовых вопросах, настраиваются на принятие решения.

² Анализ факторов, влияющих на установки россиян в отношении долга и кредита см. в работах [Стребков 2004, 2007].

³ Фонд «Общественное мнение». Проект «Интернет в России / Россия в Интернете». Вып. 17. Осень 2006. <http://bd.fom.ru/report/map/int0604>.

В настоящей работе мы будем рассматривать группу людей, которые не только уже осознали для себя перспективность фондового рынка, но и сделали первые шаги на пути к тому, чтобы стать частными инвесторами. Они открыли брокерский счет в инвестиционной компании и теперь имеют возможность совершать сделки по покупке и продаже ценных бумаг на российских биржевых площадках⁴.

На основе глубинных интервью и анкетирования рассматривается структура мотивов, определяющих выбор фондового рынка в качестве способа инвестирования у современных российских биржевых игроков. Показано, что сфера мотивов людей, начинающих и продолжающих заниматься вложением средств в ценные бумаги, сложна и многообразна, и не сводится к простому рациональному калькулированию материальной выгоды.

Развитие фондового рынка в России

Макроэкономические перемены, происходившие в России в 1990-е годы, затронули самые разные стороны жизни населения. В том числе у людей появилась реальная возможность получения инвестиционного дохода благодаря вложению средств в ценные бумаги. Началась ваучерная приватизация предприятий, появились чековые инвестиционные фонды (ЧИФы), многочисленные трастовые компании (МММ, Хопер, Телемаркет и т.д.). Миллионы граждан по всей стране, поддавшись всеобщему ажиотажу, скупали акции сомнительных компаний, при этом чаще всего люди вкладывали деньги и ваучеры наугад, на удачу, надеясь получить в ближайшем будущем существенную прибыль. В конечном счете, инвестиционный бум начала 1990-х обернулся лавинообразным крушением многочисленных финансовых пирамид. Еще не успевшее как следует сформироваться, доверие населения к инвестиционным институтам было подорвано.

Между тем развитие фондового рынка в стране продолжалось. В Россию пришли крупные западные фонды, одновременно с ними появились и стали активно развиваться собственные инвестиционные компании (Тройка Диалог, Ренессанс Капитал, Атон). При этом инфраструктура рынка и структура профессиональных участников к тому времени еще не сложились. Инвестиционные компании работали в основном только со своими непосредственными клиентами, перепродавая им ценные бумаги, выкупленные у населения. На свободном рынке акции компаний практически не обращались, да и самого рынка как такового фактически не было.

До середины 1990-х инвестиционные компании ориентировались в первую очередь на западных клиентов, но постепенно в России стал формироваться и свой собственный слой биржевых игроков. Появились люди, профессионально работающие на фондовом рынке и получающие свой основной доход путем спекуляций с акциями российских компаний.

Многие граждане в тот момент надеялись стать рантье и жить на дивиденды. Однако уровень финансовой грамотности населения был крайне низок, инвестиционная культура практически отсутствовала. Поэтому первая встреча россиян с фондовым рынком закончилась для большинства из них лишь большим разочарованием, поскольку попросту привела к потере денежных средств.

Следующим серьезным испытанием для российских частных инвесторов был финансовый кризис в августе 1998 г., когда рухнула пирамида ГКО и были заморожены многие

⁴ Следует особо подчеркнуть, что в данной работе мы рассматриваем людей, занимающихся *самостоятельным* инвестированием денежных средств на фондовом рынке. В поле нашего зрения не попадают клиенты управляющих компаний – люди, отдавшие деньги в доверительное управление, и вкладчики ПИФов, а также граждане, занимающиеся спекулятивной торговлей на валютном рынке FOREX.

банковские вклады. Однако начиная с 1999 г. экономика страны стала постепенно восстанавливаться. За последние 5–7 лет в России произошло немало позитивных перемен, в результате которых сформировались экономические, психологические, социальные и культурные предпосылки для увеличения спроса на разнообразные услуги финансовых организаций.

Важную роль в этом процессе играет рост благосостояния российских граждан: начиная с 2000 г. реальные доходы населения ежегодно увеличиваются на 10–12%. Рост доходов позволяет людям рассчитывать и на дальнейшее улучшение жизни в будущем. Стабильная экономическая и политическая ситуация в стране способствует росту у людей уверенности в завтрашнем дне и формированию оптимистичных ожиданий.

Происходит постепенная интеграция западных ценностей в отечественную культуру (в первую очередь через электронные СМИ – кино, телевидение, Интернет). Процессы глобализации приводят к трансформации существующих в России ценностно-нормативных установок населения и способствуют поиску новых «прогрессивных» образцов и моделей поведения. Двумя такими важными финансовыми практиками, получившими (или пока еще только получающими) широкое распространение в нашей стране в последнее время, стали *потребительское кредитование* и *вложение денег в ценные бумаги* (напрямую через брокерское обслуживание либо опосредовано через доверительное управление или паевые инвестиционные фонды).

Интерес населения к вложениям в ценные бумаги

Разнообразные статистические данные показывают активный рост интереса частных инвесторов к фондовому рынку в последние три-четыре года. Об этом свидетельствуют рост числа клиентов брокерских и управляющих компаний, увеличение количества ПИФов и рост стоимости их чистых активов, рост оборотов на крупнейших российских фондовых биржах, активное участие российских граждан в публичных IPO.

Брокерское обслуживание

По данным на начало 2005 г., на фондовой секции ММВБ было открыто около 60 тыс. счетов физических лиц. Через год число российских биржевых игроков практически удвоилось и достигло 110 тыс. человек, а к началу 2007 г. после очередного удвоения составляло уже 231 тыс. Резкий скачок произошел в мае 2007 г., когда ВТБ 24 зарегистрировал 124 тыс. клиентов, принявших участие в IPO головного банка. Таким образом, к концу 2007 г. общее количество брокерских счетов, открытых частными российскими инвесторами, приблизится к полумиллиону⁵.

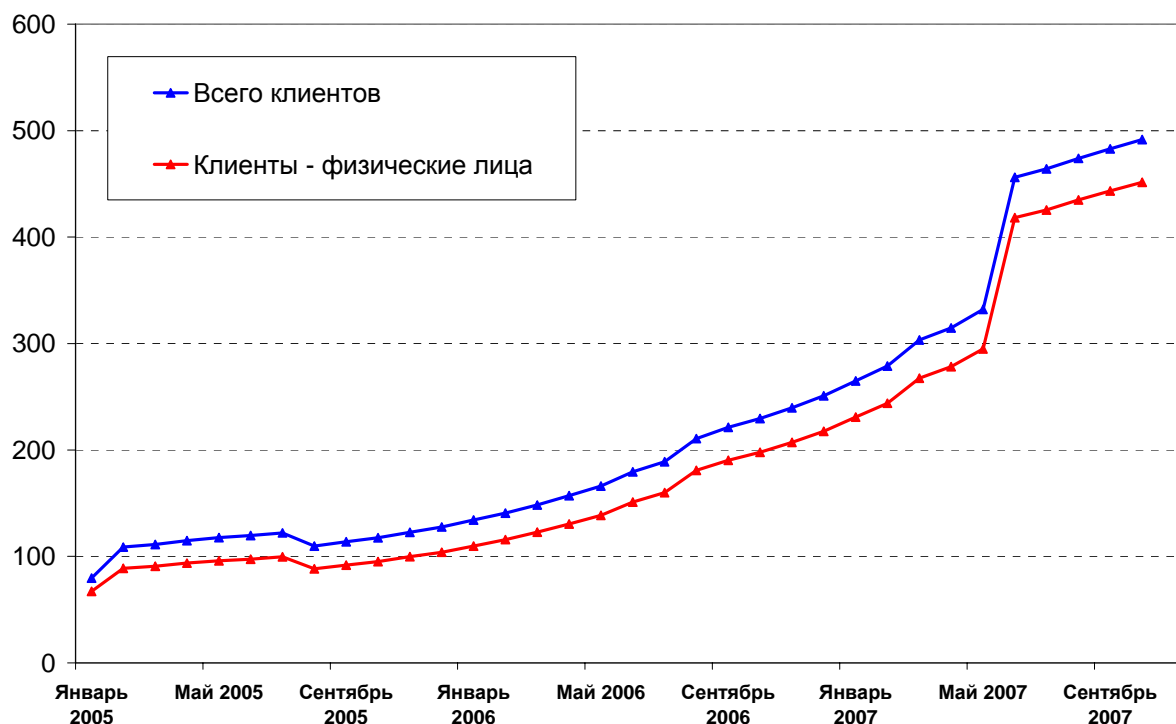
При этом именно физические лица составляют сейчас основную массу (92%) клиентов, зарегистрированных инвестиционными компаниями в Системе торгов ФБ ММВБ. Темпы роста, составляющие около 100% в год, говорят о том, что мы имеем дело с чрезвычайно быстрорастущим сегментом финансового рынка (см. рис. 1).

Одновременно растут и торговые обороты, объемы сделок, совершаемых разными категориями игроков на фондовой бирже. По данным РБК.Рейтинг, суммарный оборот 80 крупнейших инвестиционных компаний в 2006 г. составил свыше 720 млрд. долл.,

⁵ Поскольку один и тот же человек может открыть брокерский счет одновременно в нескольких инвестиционных компаниях, количество таких счетов (451 тыс. на 01.10.2007) заметно превышает совокупное число частных российских инвесторов (389 тыс. на 01.10.2007). http://www.micex.ru/stock/bidders_clients_bulletin.html

большая часть которого (689 млрд. долл.) приходится на ММВБ. При этом годом ранее участники торгов совершили друг с другом сделок «всего» на 190 млрд. долл. [Прытин 2007]. Рост за год – более чем в три раза. Но даже эта цифра выглядит гигантской по сравнению с 3 млрд. долл., которые составлял оборот биржи в 1999 г., когда только начала развиваться система Интернет-трейдинга в России: сейчас подобный объем сделок проходит на ММВБ всего за 1-2 дня.

Рисунок 1. Количество клиентов, зарегистрированных участниками торгов ФБ ММВБ в Системе торгов, тыс. человек



Паевые инвестиционные фонды (ПИФы)

По данным ФСФР, количество российских пайщиков на начало 2007 г. составляло уже около 350 тыс. человек при среднем размере счета 200–250 тыс. руб. При этом, как и в случае с клиентами брокерских компаний, численность этой категории инвесторов возрастала в последние годы необыкновенно высокими темпами. В 2001–2002 гг. пайщиков в России было не более 10 тыс. человек, к концу 2004 г. – уже 70 тыс., а за 2005 г. их число увеличилось еще на 100%. К концу 2007 г. можно ожидать увеличения числа пайщиков до 600 тыс. человек.

Публичные IPO

В ходе прошедшего в июле 2006 г. публичного размещения акций Роснефти их приобрели около 115 тыс. человек, причем 92 тыс. из них сделали это через отделения Сбербанка, расположенные по всей стране. Всего в ходе IPO инвесторами было выкуплено ценных бумаг на общую сумму 20,3 млрд. рублей, в том числе 4 млрд. рублей из них составили вложения мелких инвесторов.

Интерес российских граждан к публичному размещению акций Сбербанка в феврале 2007 г. также был чрезвычайно высок. Ценные бумаги крупнейшего российского финансового института приобрели около 30 тыс. человек даже несмотря на чрезвычайно высокий порог

входа, поскольку стоимость одной акции прогнозировалась на уровне 90 тыс. рублей. Общий объем средств, инвестированных частными инвесторами в акции Сбербанка в ходе их дополнительного размещения, составил 13,7 млрд. рублей.

Однако все предыдущие рекорды были побиты в ходе IPO ВТБ, состоявшемся весной 2007 г., когда акционерами банка стали 124 тыс. человек, а общая сумма вложенных ими средств превысила 40 млрд. рублей.

Несмотря на это, в России на сегодняшний день лишь около 1% взрослого населения так или иначе связано с фондовым рынком. А число граждан, имеющих возможность активно совершать операции на бирже, и вовсе составляет немногим более 350 тыс. человек или всего лишь 0,2% населения страны. И это ничтожно мало по сравнению с другими развитыми государствами. Для сравнения: в Южной Корее доля инвесторов в ценные бумаги составляет 8,3%, в Японии – 26,6%, в Австралии – 36,5%, в США только акциями владеют 48,2% домохозяйств⁶.

По мнению И. Костикова, председателя Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг РФ в 2000–2004 гг., для того чтобы быть эффективным, финансовый рынок должен быть достаточно емким, должен обеспечивать справедливое ценообразование и свободный доступ инвесторам, предоставлять им инструменты с различным уровнем риска, обеспечивать защиту их интересов⁷.

Сегодня рынок ценных бумаг в России находится пока еще в самом начале пути, на самом первом этапе своего развития, когда различные слои населения только узнают и о нем самом, и о его возможностях, и о его опасностях и ограничениях, когда только начинает формироваться слой российских биржевых игроков.

В то же время данные массовых социологических опросов показывают наличие интереса к рынку ценных бумаг у достаточно широких слоев российского населения. В августе 2006 г. по заказу ММВБ Фондом «Общественное мнение» было проведено общероссийское исследование массовых инвестиционных намерений россиян. Выборка репрезентировала население не только страны в целом, но и 68 субъектов Российской Федерации по отдельности. В каждом из этих регионов было опрошено по 500 респондентов, таким образом, суммарный объем выборки составил 34 тыс. человек. Исследование показало, что только 1,9% граждан в течение последних 1–2 лет приходилось совершать операции по покупке или продаже ценных бумаг, причем необходимо понимать, что в эту группу входят не только профессиональные биржевые спекулянты, но и многочисленные частные инвесторы, для которых торговля на фондовом рынке не является основным источником заработка. Потенциальный же интерес к данной сфере деятельности гораздо выше: 6,7% граждан, имея свободные денежные средства и выбирая между различными способами инвестирования, предпочли бы приобрести акции, и еще 2,1% – вложить деньги в ПИФ. Каждый пятый опрошенный (21%) считает, что те граждане, которые купят акции сегодня, через год–два получают по ним прибыль. А в целом треть всех россиян (32%) позитивно относятся к вложениям в акции российских компаний и готовы инвестировать в них свои деньги при наличии материальных возможностей⁸.

⁶ Костиков И.В. О направлениях дальнейшего развития Российского финансового рынка. Доклад на заседании Правительства РФ «О мерах по развитию финансовых рынков». 2003. 11 ноября. <http://www.nccg.ru/site.xp/052054048124049048050124.html>

⁷ Там же.

⁸ Фонд «Общественное мнение». Проект «Гражданин инвестор». Доклад «Ресурсы массового инвестирования в России». <http://invest.fom.ru/2>. См. также [Ослон 2006].

Столь активному интересу населения к фондовому рынку способствует целый ряд важных причин, которые можно разбить на три основные группы.

А. Изменения в стране

1. Рост реальных доходов, способствующий увеличению свободных денежных средств на руках у населения. По данным Госкомстата, за последние пять лет с 2001 по 2005 г. реальные доходы населения выросли на 64%.
2. Стабилизация макроэкономической ситуации, побуждающая все большее число граждан не просто сохранять накопленные средства, а вкладывать их в растущие активы с целью получения максимальной прибыли. Устойчивость нынешнего экономического положения в стране подтверждается тем, что в 1990-е годы Россия брала в долг деньги у западных государств, а сейчас мы уже расплатились по всем внешним долгам не только России, но и СССР. За последние годы в стране существенно увеличились золото-валютные резервы. В результате у россиян появляется уверенность в завтрашнем дне, они начинают с оптимизмом смотреть в будущее, расширяется временной горизонт планирования.
3. Разработка законодательной базы, жесткое регулирование и лицензирование деятельности российских брокерских компаний, благодаря которому значительно снижается вероятность их банкротства и защищаются интересы частных инвесторов.

Б. Изменения в отрасли

4. Активное развитие информационно-коммуникационных технологий (в первую очередь, Интернета), благодаря которому тысячи людей имеют возможность самостоятельно совершать биржевые сделки в режиме реального времени через системы Интернет-трейдинга – специальные программы, устанавливающиеся на компьютер пользователя. И в России, и на Западе подавляющее большинство биржевых сделок сейчас заключается именно таким образом: «Клиенты больше не звонят брокеру по телефону. Все поручения идут с дисплея на дисплей» [Кохен 2004: 17–18]. По данным журнала «Финанс.», уже к 2004 г. Интернет-брокеры США обслуживали 17 млн. человек⁹.
5. Существенное снижение барьеров для входа на фондовый рынок: минимальная сумма для открытия брокерского счета сейчас составляет около 1 тыс. долларов, комиссия брокера редко превышает 0,1% от объема сделок. Чтобы вложить деньги в ПИФ во многих случаях достаточно уже 1 тыс. рублей. Рынок стал доступен не только для средних, но даже и для самых мелких инвесторов, а значит, стал смещаться от элитного финансового продукта к массовому. Ранее ситуация была совершенно иной: «Чтобы разбогатеть на инвестировании, нужно было быть богатым. Рынок был не для простых людей. Те со своими деньгами годились только для депозитов в почтовых отделениях» [Кохен 2004: 216].
6. Развитие инфраструктуры фондового рынка в российских регионах: филиалы и представители крупнейших брокерских компаний функционируют более чем в 100 городах страны.

⁹ Кононов А. Как идет бизнес у интернет-брокеров // Финанс. 2005. №4. 31 января. <http://www.finansmag.ru/12192>.

В. Изменения в сознании людей

7. Люди постепенно начинают понимать, что вложения в ценные бумаги на долгосрочных временных интервалах выгоднее, нежели банковские вклады. Инвестирование приобретает в глазах населения большую экономическую привлекательность, благодаря росту курсовой стоимости акций в послекризисный период в десятки раз. Только за 2006 г. индекс РТС, показывающий общую динамику российского фондового рынка, вырос на 70,7%, а акции многих крупнейших компаний продемонстрировали еще более впечатляющий рост: стоимость акций Сбербанка увеличилась на 145%, Ростелекома – на 209%, РАО ЕЭС – на 135%.
8. Происходит рост финансовой грамотности населения – люди узнают правду о фондовом рынке благодаря многочисленным публикациям в прессе и передачам на телевидении. Брокерские компании проводят учебные семинары и курсы по теории и практике биржевой торговли, снабжают начинающих инвесторов аналитическими материалами.
9. Значительную роль в настоящее время играет «сетевой» эффект – благодаря увеличению количества активных биржевых игроков, все большее число людей имеет возможность узнать о фондовом рынке не из газет или телепередач, а «из первых рук» – от людей, непосредственно участвующих в биржевой торговле.

Все эти факторы остаются актуальными на сегодняшний день, поэтому можно и в дальнейшем ожидать существенного расширения группы частных инвесторов. Если раньше в сознании большинства россиян биржевые спекуляции находились по степени своей доступности где-то рядом с полетом в космос, то теперь для многих они переместились в один ряд с поездкой, например, в Таиланд.

Многие люди уже сейчас стремятся работать на рынке ценных бумаг и зарабатывать на изменении курсовой стоимости акций. Приход новичков на российский фондовый рынок приобретает массовый характер. Среди них есть представители самых разных социальных групп: и студенты, и служащие, и преподаватели вузов, и даже домохозяйки. Теперь это уже не просто удел избранных. Это мейнстрим. Это путь, по которому сейчас идут десятки тысяч людей, а завтра, возможно, пойдут уже сотни тысяч и даже миллионы.

Результаты исследования, проведенного в июне 2007 г.¹⁰, позволяют выделить пять групп населения, в зависимости от трех основных параметров: их отношения к покупке акций, заинтересованности в информации о фондовом рынке и материального положения. Эти группы существенно различаются между собой с точки зрения перспективности вовлечения в биржевую торговлю:

- *«тепленькие»* – это люди, имеющие позитивную установку на покупку акций, относительно обеспеченные и в той или иной степени интересующиеся информацией о фондовом рынке (15%);
- *равнодушные* – также в целом позитивно относятся к покупке акций и относительно обеспечены, однако, в отличие от «тепленьких», они не интересуются информацией о фондовом рынке (14%);

¹⁰ Опрос респондентов в возрасте от 26 до 45 лет, имеющих высшее образование и постоянно проживающих в г. Москве, проводился путем личного формализованного интервью по месту жительства. Общий объем выборки – 600 респондентов. Сроки проведения исследования: 30 мая – 25 июня 2007 года. Организатор опроса – Фонд «Общественное мнение».

- *любопытные* – эти граждане, в отличие от «равнодушных», наоборот, имея позитивную установку на покупку акций, активно интересуются фондовым рынком, однако имеют невысокий уровень материального положения (15%);
- *мало перспективные* – люди, имеющие позитивную установку на покупку акций, но не интересующиеся информацией о рынке и не обеспеченные, и те, у кого нет установки на покупку акций, хотя есть интерес к информации (25%);
- *бесперспективные* – люди, у которых нет ни установки на покупку акций, ни интереса к информации о фондовом рынке (32%).

Если говорить об опрошенной категории населения в целом (москвичи в возрасте 26–45 лет с высшим образованием), то она проявляет, скорее, *пассивную заинтересованность* в работе на фондовом рынке. В большинстве своем эти люди настроены позитивно по отношению к покупке акций, однако не сильно интересуются информацией о ценных бумагах, не знают, каким образом их можно приобрести, и не понимают суть получения дохода на фондовом рынке.

Естественно, что наибольший интерес для брокерских компаний представляет самая первая группа (тепленькие) – здесь у людей имеются и желание обратиться на фондовый рынок, и соответствующие материальные возможности для этого. Тем не менее даже эти весьма «продвинутые» граждане не совсем хорошо различают институты (организации), действующие сегодня на рынке ценных бумаг, и плохо представляют себе, какие услуги они могут предоставить частным инвесторам.

Однако несомненным остается тот факт, что в стране начинает постепенно формироваться слой людей, и материально, и морально готовых к работе на фондовом рынке, либо опосредованно – доверяя свои средства управляющим компаниям, либо вкладывая их напрямую в акции российских предприятий. Данный сегмент пока еще невелик, но, как показывают статистические данные последних лет, чрезвычайно быстро растет.

Социологические исследования фондового рынка

Тематика функционирования финансовых рынков освещается в работах ряда западных социологов, применяющих различные теоретические подходы. В первую очередь следует отметить таких авторов, как М. Аболафия, К. Кнорр-Цетина, У. Брюггер, У. Бейкер.

В частности, М. Аболафия применяет к анализу финансовых рынков этнографический подход и рассматривает их как специфические социокультурные образования [Аболафия 2004; Abolafia 1988]. К. Кнорр-Цетина и У. Брюггер рассматривают так называемые постсоциальные общества, где особое место занимают «объектные отношения» с неживыми вещами, которые начинают конкурировать с человеческими отношениями и даже заменяют их. Внедрение объектных отношений в современный социальный мир авторы рассматривают на примере финансовых рынков (в частности, валютных рынков) [Кнорр-Цетина, Брюггер 2004]. У. Бейкер является одним из ведущих представителей нового институционализма в экономической социологии, он анализирует финансовые рынки как социальные сети [Baker 1984].

Ряд интересных результатов представлен британским исследователем Д. Кохеном в работе «Психология фондового рынка: страх, алчность, паника». Автор утверждает, что помимо экономических факторов поведение частных инвесторов на фондовом рынке определяется в значительной степени их реакцией на действия толпы и давлением со стороны людей своего круга. Исследователем был проведен ряд интервью с трейдерами, дилерами и аналитиками различных брокерских компаний. На основе этих интервью он выделяет несколько типов

биржевых игроков в зависимости от предпочитаемой ими финансовой стратегии (*хранители капитала, игроки на движении рынка и истинные спекулянты*) и в зависимости от способа прихода на рынок (*брокеры по убеждению*, для которых интересна сама игра с акциями и многие из которых увлеклись ею еще в юности, и *брокеры по семейной традиции*, попавшие в этот бизнес через семейные связи) [Кохен 2004: 68–69].

В России аналогичных исследований социологами пока не проводилось. Из работ близкой тематики в первую очередь выделяются публикации В. Радаева и О. Кузиной на тему массового инвестиционного поведения. Их объектом являются вкладчики финансовых пирамид середины 1990-х годов. В частности, В. Радаевым разработана полезная классификация игроков, участвующих в финансовой игре по нескольким основаниям: по месту в игре (вкладчики, спекулянты и перекупщики-профессионалы) и по подходу к игре (азартные игроки, расчетливые игроки и имитаторы) [Радаев 2002].

В то же время, не только в России, но и на Западе группа индивидуальных инвесторов остается малоизученной, несправедливо обойденной вниманием социальных исследователей. По словам Д. Кохена, «гораздо больше изучалось, почему люди покупают жидкие моющие средства, чем вопрос, почему они покупают акции» [Кохен 2004: 18].

Результаты проведенных исследований позволяют нам более четко определить ключевые понятия, используемые в данной работе, касающиеся, во-первых, предмета данного исследования (инвестиционное / сберегательное поведение населения), а во-вторых, и самого объекта (частные инвесторы / биржевые спекулянты).

Более всего нам близка позиция шведского исследователя К.-Э. Уорнерида, который отмечает, что с поведенческой точки зрения процесс аккумуляции капитала может быть разделен на три составляющих, границы между которыми достаточно размыты, – это придерживание денежных средств [hoarding], сбережение [saving] и инвестирование [investing] [Warneryd 1999: 50].

Придерживание – это исключение части денег из экономического оборота, когда определенная часть дохода и не используется на потребление, и не вкладывается в какие-либо финансовые активы. Вместо этого деньги хранятся дома в наличной форме – в копилке, «под подушкой» или «в чулке».

Сбережение – это временная передача денежных средств в доверительное управление другому лицу – физическому или чаще всего юридическому (например, банку, финансовой компании). Индивид в этом случае гарантированно получает в будущем свою сумму денег обратно и плюс к ней определенный, заранее установленный процент. Данные вложения являются, как правило, безрисковыми, и поэтому реальная стоимость активов (с учетом инфляции), как правило, меняется незначительно.

Инвестирование – это вложение индивидом денежных средств в различного рода активы, имеющее целью получение прибыли в будущем. Инвестирование всегда сопряжено с неопределенностью и рисками: если финансовые инструменты выбраны неправильно, и вложения окажутся неэффективными, можно не только остаться без прибыли, но и понести финансовые потери. Соответственно, будущий доход инвестора, во-первых, не определен, а во-вторых, может быть отрицательным.

С этой точки зрения мы не можем считать вкладчиков банков инвесторами, поскольку они получают фиксированный процент. А вот вкладчики ПИФов или люди, занимающиеся биржевой торговлей на фондовом рынке или на рынке FOREX – это, безусловно, инвесторы. Основной целью инвесторов, работающих на фондовом рынке, т.е. вкладывающих деньги в покупку акций, облигаций или паев инвестиционных фондов, является получение прибыли за счет роста курсовой стоимости их активов. Как правило, именно на разнице между ценой покупки и ценой продажи возникает доход инвестора.

В то же время фондовый рынок предоставляет биржевым игрокам массу дополнительных возможностей, существенно повышающих рискованность их вложений, но и одновременно позволяющих получить максимальную прибыль. Тех людей, которые ориентируются преимущественно на краткосрочные вложения, занимаются торговлей «внутри дня» и прибегают к высоко рискованным инструментам, как правило, называют уже не инвесторами, а *биржевыми спекулянтами*. При росте фондового рынка на 40–50% за год, наиболее удачливым из них удается извлечь прибыль в 500% и более.

Нам представляется весьма удачной классификация рядовых участников фондового рынка, предложенная П.П. Кравченко [Кравченко 2000]:

- «инвесторы» – люди, занимающие долгосрочные позиции, иногда открытые несколько лет. Возможность проигрыша первоначально вложенной ими денежной суммы практически равна нулю, за исключением случаев полного банкротства предприятия или мошеннических действий. Инвесторы из всех возможных рисков выбирают наименьший;
- «спекулянты» – участники рынка, занимающие, как правило, краткосрочные позиции. Могут играть не только на повышение, но и на понижение курса акций, используют маргинальное кредитование. При неблагоприятном стечении обстоятельств существует вероятность проиграть начальный капитал. Тем не менее при открытии позиции спекулянты идут только на просчитанный и заранее запланированный риск, который исключает полную и быструю потерю капитала;
- «игроки» – участники рынка, идущие на любой риск, который может превосходить их финансовые возможности. При неблагоприятном стечении обстоятельств могут довольно быстро проиграть основной капитал.

Для нас как исследователей интерес представляют все три описанные выше категории граждан, тем более что данные статусы не являются жестко закрепленными и вполне могут перетекать один в другой с течением времени.

Мотивация российских частных инвесторов

С точки зрения экономической социологии экономическое действие следует рассматривать как форму социального действия. При этом под «действием», согласно М. Веберу, следует понимать «действие человека (независимо от того, носит ли оно внешний или внутренний характер, сводится ли к невмешательству или терпеливому приятию), если и поскольку действующий индивид или индивиды связывают с ним субъективный *смысл*». «Социальным» же он называет такое действие, «которое по предполагаемому действующим лицом или действующими лицами смыслу соотносится с действием *других* людей и ориентируется на него» [Вебер 1990: 602–603].

По мнению В. Радаева, такое определение «подчеркивает, во-первых, что экономическую социологию интересует не только наблюдаемое поведение хозяйственного агента, но и его субъективная позиция – мотивы, установки, способы определения ситуации. А во-вторых, оно указывает на то, что мотивы хозяйственного агента выходят за пределы сугубо экономических целей» [Радаев 2005: 77].

Экономический человек в своих действиях мотивирован исключительно эгоистическим интересом: он анализирует ситуацию и принимает эффективные решение с точки зрения максимизация собственной прибыли (полезности) и минимизации возможных издержек. При этом он совершенно свободен в выборе способов своего поведения. Социологический подход, в свою очередь, предполагает, что человек часто попадает в такие ситуации, когда его свобода существенно ограничена, либо просто сведена на нет. Поэтому мотивация индивида имеет более сложный комплексный характер. Она формируется не только на основе его

экономического интереса, но также под влиянием социальных норм и принуждения (правового, силового, экономического и идеологического) [Радаев 2005: 95–97].

Мотивация – это внутренние установки человека, побуждающие его действовать, это те стремления и желания, которые стимулируют его активность. М. Вебер дает следующее простое определение: «Мотивом называется некое смысловое единство, представляющееся действующему лицу или наблюдателю достаточной причиной для определенного действия» [Вебер 1990: 611]. Факторы, определяющие мотивацию индивида, могут трансформироваться с течением времени, соответственно, могут происходить изменения и в его наблюдаемом поведении.

Обычно исследователи выделяют две составляющих мотивации – *внутреннюю* и *внешнюю*. Любая деятельность человека определяется их взаимным соотношением. Внутренняя мотивация – это собственные побуждения к действию, не зависящие от внешних обстоятельств, это то, ради чего человек готов работать даже бесплатно, это его идеалы и убеждения. К внутренним мотивирующим факторам относятся желание самореализации, любопытство, потребность в общении, стремление помогать другим людям, самоуважение и т.п.

Внешняя мотивация возникает под влиянием давления на индивида со стороны окружающего мира, коллег по работе, референтных групп, семьи. К внешним мотивирующим факторам относятся материальное вознаграждение, возможность сделать карьеру, высокий социальный статус, социальные связи, высокое качество жизни. Если внутренняя мотивация направлена, прежде всего, на *процесс* совершения деятельности, то внешняя ориентирует индивида на конечный *результат*. Несмотря на то что на финансовое поведение индивида основное влияние оказывает внешняя мотивация, мы должны учитывать обе эти составляющих.

Кроме того, следует разделять два уровня мотивационных побуждений индивида: *глубинный* и *ситуативный*, различие между которыми заключается в степени укорененности мотивации в сознании индивида: глубинный уровень отражает устойчивые, четко осознанные установки личности, а ситуативный – мимолетные, поверхностные, быстро меняющиеся желания.

Частный инвестор, начинающий торговлю на фондовом рынке, проходит **пять основных стадий** принятия решения, на каждой из которых действует своя, как правило, независимая от остальных система мотивации. Индивид последовательно принимает решение:

- 1) о сохранении своих денежных средств на будущее в противоположность их расходованию на текущее потребление товаров и услуг;
- 2) о выборе фондового рынка в качестве способа инвестирования (альтернативами являются наличные сбережения, банковские депозитные вклады, накопительное страхование, вложения в недвижимость, золото, антиквариат и т.п.);
- 3) о выборе конкретной финансовой услуги: брокерского обслуживания, доверительного управления или паевого инвестиционного фонда (ПИФ). Таким образом, он либо отдает предпочтение самостоятельной работе на фондовом рынке, либо предпочитает доверить управление своими денежными средствами профессионалам;
- 4) о выборе конкретной брокерской или управляющей компании – посредника, через которого будут совершаться все торговые операции с ценными бумагами;
- 5) о выборе конкретных финансовых инструментов для инвестирования своих денежных средств (акции и облигации – при работе с брокерскими компаниями, ПИФы – при работе с управляющими компаниями).

Естественно, что данная последовательность действий не является универсальной и строго обязательной для каждого частного инвестора. Индивид, например, может сначала

познакомиться с конкретной финансовой компанией, а потом уже, исходя из желания поработать на фондовом рынке, строить планы относительно тех конкретных услуг, которыми можно воспользоваться и планировать свои текущие расходы, чтобы выделить средства на инвестиции.

Интерес к изучению сберегательного поведения граждан проявился в России в начале 1990-х годов с началом первого этапа экономических реформ. При этом целью большинства исследований было определение инвестиционного потенциала населения, предпочитаемых форм хранения денежных средств и мотивов вложения денег в те или иные активы. Именно мотивации сберегательного поведения было посвящено наибольшее число научно-исследовательских работ российских авторов, опубликованных в последние 10–12 лет¹¹.

В связи с изучением группы биржевых игроков особый интерес представляет сравнение тех сберегательных мотивов, которыми руководствуется данная группа граждан, с мотивами людей, потенциально готовых к работе на фондовом рынке, и мотивами всего населения в целом. Однако в настоящей работе мы не будем рассматривать данные вопросы, а перейдем непосредственно к основной для нас группе мотивов, определяющих выбор рынка ценных бумаг в качестве способа инвестирования.

Исследование мотивации биржевых игроков, приходящих на фондовый рынок, осуществлялось в два этапа по традиционной схеме. Сначала были собраны качественные данные, позволяющие в общем виде определить структуру и многообразие мотивационных установок частных инвесторов. Затем на их основе была сформирована анкета количественного исследования, и проведен соответствующий опрос, с целью понять распространенность той или иной группы мотивы и определить взаимные пересечения между ними.

Первый этап исследования осуществлялся в Москве в сентябре – октябре 2006 г. Были проведены глубинные интервью с 40 новыми клиентами крупной российской инвестиционной компании (открывшими брокерский счет в июле – сентябре 2006 г.). Опрос проходил путем личного неформализованного интервью в офисе компании, по месту жительства респондента либо по месту его работы. В ряде случаев использовалось телефонное интервью. Интервьюирование осуществлялось сотрудниками Фонда «Общественное мнение».

На основе материалов интервью была предложена следующая классификация мотивов частных российских инвесторов¹².

Экономические мотивы

1. *Материальная выгода* – ориентация на конкретный финансовый результат, использование финансовых инструментов в качестве производственного ресурса или средства производства.
2. *Реализация желаний* – успех, осуществление планов, достижение какой-либо заветной цели, связанной с приобретением товаров и услуг: покупка недвижимости или автомобиля, ремонт дома, вложение в образование детей, дорогое лечение и т.п.

¹¹ См. [Авраамова, Овчарова 1998; Задорин, Кузина, Стребков 2001: 27–87; Ибрагимова 1999; Луценко, Радаев 1996; Радаев 1998; Стребков 2001; и др.].

¹² Подробное описание результатов данного исследования см. в работе: [Стребков 2007].

3. *Мотив финансовой безопасности.* Достижение ощущения стабильности, уверенности в завтрашнем дне, возможность переждать трудные времена, избежать непредвиденных ситуаций, выстоять в «черный день».

Когнитивные мотивы

4. *Познавательный мотив* – удовлетворение любопытства, получение новой информации о самых разных вещах – конкретных финансовых инструментах, компаниях, ситуации на фондовой рынке, принципах его работы и т.п.
5. *Мотив самореализации и развития личности* связан со стремлением индивида к реализации и развитию с помощью фондового рынка собственных возможностей, своего интеллектуального потенциала. Люди стремятся получить новый жизненный опыт – опыт получения дохода с помощью ценных бумаг.

Социальные мотивы

6. *Мотив аффилиации* является показателем того, что человек – это существо социальное. Ему необходимо чувствовать себя членом определенной социальной группы, идентифицировать себе с ней, разделять ее ценности и интересы, следовать социальным нормам, принятым в данном сообществе, быть не хуже других.
7. *Мотив общения (коммуникативный мотив)* – ориентация на налаживание личных контактов с другими людьми, поиск единомышленников, завязывание дружеских отношений с трейдерами.
8. *Корпоративный мотив (мотив сотрудничества)* – готовность участвовать в совместной деятельности, вместе решать определенные задачи, добиваться общих целей, обмениваться информацией, совместно решать проблемы.

Статусные мотивы

9. *Демонстрационный мотив* – потребность в демонстрации окружающим своего богатства и высокого социального положения.
10. *Мотив самоутверждения* связан с желанием индивида доказать самому себе, на что он способен, а также продемонстрировать другим людям свои знания, навыки и умения.
11. *Мотив власти, управления, контроля* – возможность быть самому себе начальником, не зависеть в своей работе от других людей. Возможность самому выбирать время и место работы (например, работать на дому).

Эмоциональные мотивы

12. *Мотив рекреации и игровой мотив.* С одной стороны, игра на бирже – это возможность отдохнуть, расслабиться, забыть о проблемах реальной жизни, восстановить силы. С другой стороны, это возможность получить новые ощущения, знания, почувствовать себя сильным, умным.
13. *Азарт, страсть.* Фондовый рынок дает возможность увлекающимся, азартным натурам в полной мере реализовать свои склонности к высоко рискованному, а следовательно, потенциально высоко прибыльному вложению.
14. *Гордость.* Некоторые люди рассматривают сам факт владения акциями крупнейших предприятий России как участие в экономической жизни страны. Вложения в ценные бумаги поддерживают в них чувство причастности к процессам, происходящим в России и ощущение себя настоящими гражданами своей страны.

Второй этап исследования продолжался с февраля по октябрь 2007 г. На основе приведенной выше классификации был сконструирован закрытый вопрос, позволяющий определить

структуру мотивов участников фондового рынка («*Какие основные цели Вы ставили (ставите) перед собой, начиная работу на рынке ценных бумаг?*»). Он был включен с февраля 2007 г. в маркетинговую анкету, которую заполняют все новые клиенты, открывающие брокерский счет в одной из крупнейших российских инвестиционных компаний. Полученные данные позволяют определить степень распространенности каждого из мотивов, характер взаимосвязей между ними, а также детально проанализировать факторы, определяющие тот или иной набор мотивов у конкретного индивида.

Опрос проводился в формате анкетирования: респонденты заполняли анкету самостоятельно без участия интервьюера. Они могли это сделать двумя способами: либо в электронном виде на интернет-сайте при заполнении формы открытия брокерского счета, либо в бумажном виде, во время посещения офиса компании. Всего за девять месяцев исследования были получены ответы от 1572 респондентов, в том числе 501 анкета была заполнена через Интернет, а 1071 анкета – традиционным способом.

В выборку попали респонденты из 67 регионов России, наиболее представительными из которых оказались Москва (22,4%), Ханты-Мансийский АО (8,6%), Свердловская обл. (7,0%), Самарская обл. (6,8%), Санкт-Петербург (5,9%), Саратовская обл. (5,1%) и Московская обл. (5,0%).

Результаты количественного исследования в целом подтвердили основные выводы, сделанные по итогам 40 глубинных интервью, проведенных в сентябре 2006 г. Ключевой мотив прихода на фондовый рынок – это, безусловно, мотив *получения финансовой выгоды*, приумножения денежных средств – его назвали почти 60% всех опрошенных. Он идет с большим отрывом от остальных и важен практически для всех групп граждан.

За ним располагается группа мотивов, каждый из которых важен примерно для трети респондентов. Два из них связаны с *финансовой безопасностью*: уберечь деньги от инфляции (32%) и обеспечить себе будущее, создать свой личный «пенсионный фонд» (30%). А два других имеют явно *когнитивный, познавательный характер*: разобраться, как устроен фондовый рынок; понять, как он работает (38%) и приобрести новый жизненный опыт, открыть для себя что-то новое (31%).

Третья группа ответов упоминается в ответах каждого пятого-шестого респондента. Здесь мы встречаем два мотива, связанных с *накоплением определенной денежной суммы* в будущем: обеспечить будущее своим детям, внукам (19%) и накопить деньги на дорогостоящую покупку (13%). Плюс три мотива, очевидно нацеленных на то, чтобы в перспективе превратить работу на фондовом рынке в *основной вид профессиональной деятельности*: сделать работу на рынке ценных бумаг основным источником дохода (21%), самому выбирать удобное время и место работы (18%), быть самому себе начальником, не зависеть в своей работе от других людей (16%).

Примерно каждый десятый инвестор приходит на рынок, чтобы активно участвовать в экономической жизни страны и расширить свой круг общения.

Практически не имеют никакого значения для людей, во-первых, *статусные мотивы*: заниматься престижным видом деятельности (6%) и не «отставать» от своих друзей и знакомых, которые уже работают на рынке (2%). А во-вторых, *игровые мотивы*: ощутить чувство азарта, риска (5%) и развлечься с помощью игры на бирже, отдохнуть, расслабиться (2%). Таким образом, люди, приходящие в настоящее время на фондовый рынок, рассматривают его, скорее, как замену банковским депозитам, а не как альтернативу казино, залам игровых автоматов и другим азартным играм.

Мы получили цифры, показывающие распространенность тех или иных мотивов работы на фондовом рынке среди современных биржевых игроков. В то же время в реальной жизни

очень часто, люди, совершая то или иное действие, руководствуются сразу несколькими различными установками, структура их предпочтений сложна и многообразна, и в ней сложно выделить какое-нибудь одно доминирующее направление. Так и в нашем случае, отвечая на вопрос о том, что побудило его прийти на фондовый рынок, каждый респондент мог выбрать сразу несколько вариантов ответа.

Тем не менее 30% граждан проигнорировали эту возможность: они ограничились выбором лишь одного ответа. При этом треть из них (10% от общего числа опрошенных) в качестве этого единственного назвали вариант «получить финансовую выгоду от вложений, приумножить деньги». Около 60% респондентов, отвечая на данный вопрос, выбрали от двух до шести вариантов ответа, а остальные 10% – более семи вариантов.

Соответственно, возникает важная задача – понять, каким образом выделенные нами мотивы взаимосвязаны между собой. Для того чтобы сгруппировать их и, соответственно, уменьшить размерность нашей модели, был выполнен факторный анализ (использовался метод главных компонент). При построении корреляционной матрицы из анализа были исключены респонденты, выбравшие только один вариант ответа на данный вопрос.

На основании критерия Кайзера выделено пять основных факторов, определяющих мотивацию граждан, приходящих на фондовый рынок. Чтобы максимально упростить структуру полученных компонент, было проведено ортогональное вращение факторного решения по критерию «варимакс». В табл. 1 представлены нагрузки на факторы для всех 16 переменных нашей модели. Эти нагрузки показывают степень корреляции каждой переменной с каждым из тех скрытых измерений, которые были выделены в результате анализа. Для того чтобы их было легче проинтерпретировать, оставлены лишь переменные с «высокими» нагрузками, превышающими $\pm 0,25$.

Таблица 1. Мотивы прихода на фондовый рынок: нагрузки факторной модели

Переменные	Номер фактора				
	1	2	3	4	5
Сделать работу на фондовом рынке основным источником дохода	0,69				
Быть самому себе начальником, не зависеть в своей работе от других людей	0,69				
Самому выбирать удобное время и место работы	0,66	0,30			
Приобрести новый жизненный опыт, открыть для себя что-то новое		0,71			
Разобраться, как устроен фондовый рынок; понять, как он работает		0,70			
Получить финансовую выгоду от вложений, приумножить деньги		0,58			
Обеспечить себе будущее, создать свой личный «пенсионный фонд»	0,32		0,68		
Обеспечить будущее своим детям, внукам	0,36		0,66		
Уберечь деньги от инфляции			0,63		
Накопить деньги на дорогостоящую покупку			0,49		
Активно участвовать в экономической жизни страны				0,70	
Не «отставать» от своих друзей, которые уже работают на рынке				0,64	
Заниматься престижным видом деятельности	0,28			0,50	
Расширить свой круг общения	0,27	0,27		0,46	
Развлечься с помощью игры на бирже, отдохнуть, расслабиться					0,83
Ощутить чувство азарта, риска					0,74

Полученные пять факторов объясняют в совокупности 50% вариации 16-ти исходных переменных и позволяют достаточно полно описать структуру мотивов граждан, приходящих на фондовый рынок. Дальнейшее усиление объяснительной способности модели при увеличении числа компонент является уже несущественным (+6,0%). Помимо этого возникают проблемы с содержательной интерпретацией новых факторов, следовательно, наиболее рациональным решением является ограничить их число пятью.

Первый фактор имеет максимальные нагрузки по таким переменным, как возможность «сделать работу на фондовом рынке основным источником дохода», «быть самому себе начальником, не зависеть в своей работе от других людей» и «самому выбирать удобное время и место работы». Таким образом, он, очевидно, отражает восприятие начинающими трейдерами фондового рынка как **особого вида профессиональной деятельности**, при котором человек приобретает максимальную свободу и одновременно имеет возможность получать высокий доход, чтобы обеспечить будущее как себе самому, так и своим детям и внукам. Ранее мы их относили в группу статусных мотивов под общим названием «мотив власти, управления, контроля».

Второй фактор прежде всего подчеркивает желание индивида «приобрести новый жизненный опыт, открыть для себя что-то новое» и «разобраться в том, как устроен фондовый рынок; понять, как он работает». В эту же группу, но с меньшей нагрузкой, попал и самый популярный вариант ответа – «получить финансовую выгоду от вложений, приумножить деньги»¹³. Соответственно, здесь мы имеем дело с набором **когнитивных, познавательных мотивов**, отражающих стремление граждан удовлетворить свое любопытство относительно новой формы деятельности.

Третий фактор объединяет переменные, связанные со сбережением денежных средств, их накоплением, а также обеспечением финансовой безопасности семьи, достижением уверенности в завтрашнем дне. Ранее, анализируя материалы качественного исследования, мы их включали в группу **экономических мотивов** (реализация желаний и мотив финансовой безопасности).

В рамках четвертого фактора сгруппировались переменные, характеризующие **социальные и статусные установки** граждан, в частности, их стремление «активно участвовать в экономической жизни страны», «не “отставать” от своих друзей, которые уже работают на рынке», желание «заниматься престижным видом деятельности» и «расширить свой круг общения». В то же время, как было показано выше, данная группа мотивов не имеет широкого распространения у российских частных инвесторов.

Наконец, пятый фактор получил относительно высокие нагрузки лишь по двум переменным, обе из которых отражают **эмоциональную, игровую сущность** биржевой торговли: «развлечься с помощью игры на бирже, отдохнуть, расслабиться» и «ощутить чувство азарта, риска».

Учитывая, что построение корреляционных матриц на дихотомических переменных не всегда может приводить к корректному результату, имеет смысл верифицировать полученную типологию переменных, используя другой метод статистического анализа – многомерное шкалирование.

Данная процедура позволяет не только выделить основные, наиболее типичные группы анализируемых параметров, но и представить результаты анализа графически – в нашем

¹³ Факторная модель объясняет лишь 37% вариации данной переменной, что позволяет нам в будущем выделить ее в отдельную самостоятельную группу: «установка на финансовую выгоду».

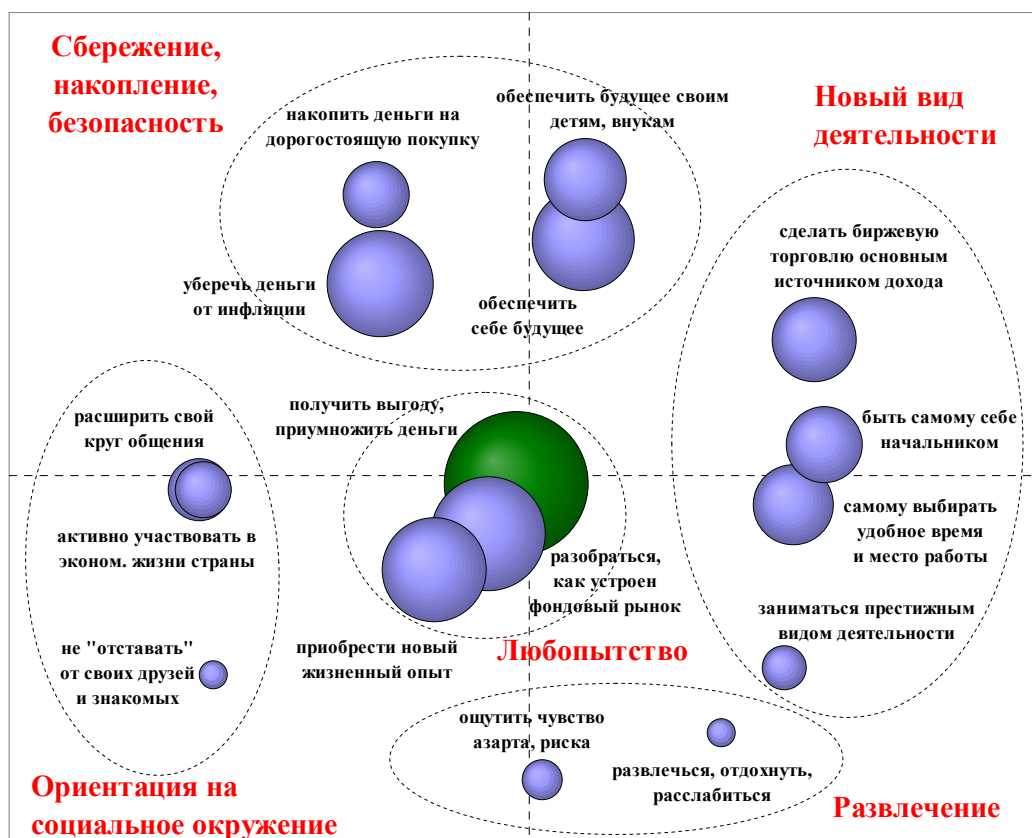
случае в виде двумерного пространства. Те варианты, которые люди чаще всего называют одновременно в своих ответах, располагаются на плоскости близко по отношению друг к другу. И, наоборот, те из них, которые практически никогда не упоминаются вместе, отстоят друг от друга далеко. Площадь кружков пропорциональна доле людей, выбравших тот или иной вариант ответа.

В то же время ответы тех респондентов, которые некритично подошли к отбору наиболее важных мотивов своего прихода на фондовый рынок и, отвечая на данный вопрос, выбрали более шести вариантов, способны негативно повлиять на результаты анализа, так как в данном случае возможна фиксация сомнительной, нетипичной взаимосвязи между переменными. Чтобы избежать влияния таких людей, при проведении многомерного шкалирования, они (около 10% от общего числа опрошенных) были исключены из анализа.

Точно так же мы не будем рассматривать и ответы тех респондентов, которые выбрали только один вариант ответа (30%), поскольку в данном случае принципиально невозможно зафиксировать какую-либо взаимосвязь между отдельными переменными. Таким образом, при проведении процедуры многомерного шкалирования использовались ответы 951 человека.

Результаты многомерного шкалирования представлены на рис. 2. Полученная картина безукоризненно точно повторяет распределение переменных по факторам, полученное ранее в ходе факторного анализа. Здесь мы также можем наблюдать пять основных групп, мотивирующих приход российских граждан на фондовый рынок.

Рисунок 2. Мотивы прихода на фондовый рынок: результаты многомерного шкалирования



При этом отдельно от них можно выделить параметр, связанный исключительно с получением материальной выгоды от операций на фондовом рынке. Этот финансовый мотив находится в самом центре схемы, а значит, одинаково важен всем без исключения группам респондентов. В непосредственной близости от него находится группа когнитивных мотивов, также упоминающаяся в ответах многих инвесторов, независимо от их дополнительных предпочтений.

Справа на схеме расположены мотивы, связывающие приход индивида на фондовый рынок с началом новой профессиональной деятельности. При этом единственное отличие от результатов факторного анализа заключается в том, что сюда из группы статусных мотивов переместилась переменная «заниматься престижным видом деятельности». Однако это вполне оправдано, поскольку и по своему смыслу она больше подходит именно для данной группы, и нагрузка с первым фактором тоже имеет достаточно высокую (0,28). На противоположной стороне от профессиональных располагаются социальные мотивы. Верхнюю часть схемы занимают экономические мотивы, а противостоят им, что вполне естественно, эмоциональные, игровые мотивы.

Анализ взаимного расположения мотивирующих факторов на плоскости позволяет дать содержательную интерпретацию полученным координатным осям. Ось абсцисс (X), по всей видимости, отражает склонность индивида к активной (+), либо к пассивной (–) модели инвестиционного поведения. Ось ординат (Y) показывает ориентацию инвестора на конкретный финансовый результат, получение им прибыли (+), либо подчеркивает нефинансовые мотивы, которыми он руководствуется (–).

Определившись с количеством и структурой факторов, обуславливающих приход российских граждан на фондовый рынок, мы можем перейти к построению типологии самих частных инвесторов, в зависимости от того, какими мотивами они руководствуются. Для этого применим к исходным 16 переменным процедуру иерархического кластерного анализа. Поскольку все они являются дихотомическими, то в качестве меры, определяющей «расстояние» между респондентами, воспользуемся формулой Ланса и Уильямса [Lance and Williams], а в качестве способа объединения индивидов в кластеры – методом межгрупповой связи [between-group linkage]¹⁴.

В результате мы получаем семь достаточно однородных по своим мотивационным установкам групп граждан¹⁵:

- 1) *неразборчивые* (10%). Эти люди отмечают сразу большое число самых разнообразных мотивов, не останавливаясь на чем-то одном. Распространенность всех 16 вариантов ответа в этой группе существенно выше, нежели по выборке в целом;
- 2) *энергичные* (20%). У этих граждан также одновременно сразу несколько мотивов выходят на первый план: стремление получить финансовую выгоду от вложений, приумножить деньги (89%), когнитивные мотивы (около 60%), игровые мотивы (10%, против 5% по выборке в целом), а также часть социальных мотивов: желание расширить свой круг общения (18%) и активно участвовать в экономической жизни страны (16%);
- 3) *любопытные* (7%). Для этих респондентов важны только когнитивные, познавательные мотивы. Все остальное их мало интересует, в частности никто в этой группе не отметил самый популярный среди инвесторов вариант ответа, связанный с получением финансовой выгоды от вложений;

¹⁴ Описание используемых методов см. в работе: [Бююль, Цефель 2001: 402–403].

¹⁵ Около 8% респондентов не удалось определить ни в один из представленных ниже кластеров, в связи с уникальностью и специфичностью их мотивационных установок.

- 4) *осторожные* (29%). Эти люди ориентируются на группу мотивов, связанных с сохранением и накоплением денежных средств, позволяющую обеспечить безопасное будущее им самим, а также их детям и внукам. В частности, 75% из них стремятся уберечь деньги от инфляции против 32% по выборке в целом;
- 5) *профессиональные трейдеры* (12%). Только три варианта ответа здесь имеют распространенность существенно выше среднего, и все они связаны с восприятием биржевой торговли как нового особого вида деятельности. Это намерение сделать работу на фондовом рынке основным источником дохода (75 против 21%), быть самому себе начальником, не зависеть в своей работе от других людей (27 против 16%) и самому выбрать удобное время и место работы (28 против 18%);
- 6) *нацеленные* (5%). Эти люди по своим установкам находятся где-то на границе между профессиональными трейдерами и осторожными инвесторами. С одной стороны, они чрезвычайно обеспокоены будущим своих детей (96%) и своим собственным будущим (64%), а с другой стороны, планируют сделать работу на фондовом рынке основным источником дохода (45%) и видят в биржевой торговле возможность не зависеть в своей работе от других людей (31%);
- 7) *алчные* (10%). В эту группу были объединены инвесторы, которые руководствуются одним-единственным мотивом – стремлением получить финансовую выгоду от своих вложений, приумножить деньги. Больше их в работе на фондовом рынке ничего не интересует.

После разделения всех наших респондентов на кластеры весьма интересно посмотреть, различаются ли эти группы между собой по другим значимым параметрам, таким как пол, возраст, образование, профессиональный статус и т.п. И здесь мы с удивлением вынуждены констатировать, что мотивационная структура российских частных инвесторов очень слабо связана с их социально-демографической структурой.

Например, если смотреть распределение по полу, то только группа *профессиональных трейдеров* явным образом отличается от всех остальных, имея более выраженный мужской состав. У всех остальных пропорция между мужчинами и женщинами сохраняется примерно на одном и том же уровне.

Что касается возраста, то здесь различий чуть больше, но и они не выражены. Так, самой молодой является группа *энергичных*: около половины из них находятся в возрасте 30 лет и младше, в то время как в среднем по выборке доля таких людей составляет чуть более 40%. *Любопытные* и *нацеленные*, наоборот, чаще принадлежат к среднему возрасту (31–45 лет), и молодежи как раз среди них очень мало. Общее у этих двух групп то, что они не стремятся к материальной выгоде, не склонны к азарту, не придают значения статусным и социальным мотивам и не ставят перед собой конкретных потребительских целей (например, приобретение автомобиля или недвижимости). А вот группа *осторожных* инвесторов, в которой мы могли бы ожидать преобладание лиц старшего поколения, на самом деле является достаточно сбалансированной по возрасту.

Самыми высокообразованными группами являются *нацеленные*, *осторожные* и *алчные* инвесторы: по 80% в каждой из них имеют высшее образование. При этом среди *алчных* больше всего людей с ученой степенью и с экономическим профилем образования (финансы, маркетинг, бухучет и т.д.). Они уже знают, что можно ожидать от биржевой торговли и приходят на фондовый рынок с одной исключительно прагматической целью – получения дополнительного дохода. А вот среди *нацеленных*, наоборот, «экономистов» очень мало, зато почти 60% составляют люди с техническим образованием (инженерное, конструкторское, строительное и т.д.). Судя по всему, эти люди решили сменить сферу своей

профессиональной деятельности для того, чтобы обеспечить будущее себе и своим детям. Аналитический склад ума, способность анализировать большие объемы информации позволяют им быстро обучаться, эффективно работать на фондовом рынке и добиваться высоких результатов. Самая малообразованная группа – это *неразборчивые* инвесторы: здесь больше всего людей не имеют высшего образования (36%).

По характеру занятости и служебному положению различия между выделенными категориями минимальны. На фоне остальных, как и в случае с образованием, выделяются *нацеленные* и *алчные* инвесторы. Обе эти группы имеют достаточно высокий профессиональный статус, и в обеих относительно велика доля руководителей среднего звена, но в первом случае преобладают еще и специалисты с высшим образованием, а во втором – специалистов мало, но зато каждый четвертый является предпринимателем.

По сфере занятости значимых различий между группами еще меньше. Можно лишь отметить, что среди *профессиональных трейдеров* и *алчных* инвесторов больше всего людей работает в финансовой сфере, что вполне естественно: 26 и 23%, соответственно, а вот среди *неразборчивых*, наоборот, таких людей меньше всего – только 13%.

Материальное положение респондентов оценивалось косвенным образом по пятибалльной шкале, в которой их высказывания ранжировались от уровня «не испытываю материальных затруднений, могу позволить себе практически любые покупки, включая покупку квартиры или загородного дома» до «иногда возникают трудности с покупкой даже недорогих вещей». При этом единственная группа, которая по данному параметру значимо выделяется на фоне средних значений по выборке – это *алчные* инвесторы: 43% из них считают свое материальное положение высоким или очень высоким, в то время как у остальных эта доля не превышает 35%.

Наконец, последний параметр, на который хотелось бы обратить внимание, – это место жительства респондента. Порядка 28% опрошенных проживают в Москве и Московской области, при этом доля таких людей в первых пяти группах практически не отличается от средних значений (26–29%). Традиционно, «особенными» являются *нацеленные* и *алчные* инвесторы. В первом случае доля москвичей очень мала – всего 21%, соответственно, можно сделать вывод, что подобная мотивация в большей степени характерна для региональных инвесторов. Во втором случае, наоборот, в группе явно преобладают столичные жители: их доля достигает 35%.

Заключение

Таким образом, в результате данного исследования нам удалось существенно уточнить структуру мотивации частных российских инвесторов, приходящих на фондовый рынок. В настоящее время мы можем говорить о существовании шести основных групп мотивов:

- 1) получение финансовой выгоды, приумножение капитала;
- 2) мотивы сохранения и накопления денежных средств (реализация желаний и мотив финансовой безопасности);
- 3) когнитивные, познавательные мотивы;
- 4) ориентация на профессиональную деятельность на фондовом рынке;
- 5) социальные и статусные мотивы;
- 6) эмоциональные, игровые мотивы.

Данная структура получила свое подтверждение по итогам проведения анализа исходных переменных с помощью двух независимых методов – факторного анализа и многомерного шкалирования. В обоих случаях результат типологизации был практически идентичным.

Одновременно, ответы респондентов на вопрос о ключевых мотивах, толкнувших их на фондовый рынок, позволили нам разделить всех частных инвесторов на семь достаточно однородных по своим установкам категорий, после чего проанализировать социально-демографические особенности каждой из этих групп. Таким образом, можно заключить, что совокупность людей, занимающихся биржевой торговлей сильно неоднородна: каждый человек находит в этом виде деятельности что-то свое.

В то же время на сегодняшний день существует масса факторов, препятствующих заинтересованным гражданам выйти на фондовый рынок. Главными из них являются психологические и информационные барьеры, в том числе мифы и стереотипы относительно принципов и особенностей биржевой торговли¹⁶. Некоторые люди считают инвестирование денег в ценные бумаги нецелесообразным, невыгодным для себя делом, другие уверены в том, что процедура покупки акций чрезвычайно сложна, третьи опасаются, что не смогут регулярно отслеживать ситуацию на бирже. Кто-то полагает, что существуют серьезные ограничения и барьеры для входа на рынок. Достаточно широко распространены ложные стереотипы относительно реальных практик биржевой торговли. Существенное влияние на финансовое поведение граждан оказывают и их культурные установки.

Даже те граждане, кто уже начал заниматься биржевой торговлей, совершают ошибки, свидетельствующие о пока еще невысоком уровне их финансовых знаний: в частности, принимают необдуманные решения, покупают ценные бумаги на взлете их курсовой стоимости, а продают – в момент снижения цен.

Тем не менее все больше и больше людей приходят в инвестиционные компании, открывают брокерские счета, заводят активы, проходят обучение и начинают делать свои первые шаги на фондовом рынке. Кто-то из них в азарте быстро проигрывает вложенные средства и уходит с рынка, понимая, что эта деятельность ему не подходит, а кто-то, наоборот, проявив упорство и терпение, добивается существенных финансовых успехов.

Как бы то ни было, вряд ли можно сомневаться в том, что при прочих равных повышение уровня известности самой услуги существенно повышает и готовность индивида воспользоваться ею. Человек в этом случае более отчетливо видит все ее конкурентные преимущества и недостатки, может сделать по-настоящему рациональный и осознанный выбор. Популяризация фондового рынка среди широких слоев российского населения позволит существенно увеличить интерес людей к биржевой торговле.

При этом рост информированности людей выгоден всем – и брокерам, и биржам, и эмитентам, и особенно самим частным инвесторам. Соответственно, нужно стимулировать людей заниматься индивидуальным финансовым планированием, искать дополнительную информацию о рынке ценных бумаг, разъяснять им важнейшие принципы его функционирования, развеивать основные финансовые мифы, объяснять принципы управления рисками, предостерегать от возможных ошибок.

Литература

- Аболафия М.* Рынки как культуры: этнографический подход // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 431–444.
- Аврамова Е.М., Овчарова Л.Н.* Сбережения населения: перспективы частного инвестирования // Социологические исследования. 1998. № 1. С. 62–67. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Бююль А., Цефель И.* SPSS: искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей / Пер. с нем. СПб.: ООО «ДиаСофт ЮП», 2001.

¹⁶ См. [Преснякова, Стребков 2007].

- Вебер М. Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения. Пер. с нем. / Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова. М: Прогресс, 1990.
- Задорин И.В., Кузина О.Е., Стребков Д.О. при участии Грибановой О.Б., Чубинец М.В. Динамика финансовой активности населения России в 1995-2001 г. // Эксклюзивный маркетинг. 2001. № 3. С. 27–87.
- Ибрагимова Д. Предпочтения населения России относительно мотивов и форм сбережений: анализ ситуации накануне и после финансового кризиса // Анализ сберегательного поведения населения России: Отчет по проекту / Под ред. А. Бирман, Д. Ибрагимовой. М.: Группа «ИПН-Россия», 1999. С. 89–98.
- Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. СПб: Питер, 2004.
- Кнорр-Цетина К., Брюггер У. Рынок как объект привязанности: исследование постсоциальных отношений на финансовых рынках // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики / Сост. и научн. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 445–468.
- Костиков И.В. О направлениях дальнейшего развития Российского финансового рынка. Доклад на заседании Правительства РФ «О мерах по развитию финансовых рынков». 2003. 11 ноября. <http://www.nccg.ru/site.xp/052054048124049048050124.html>
- Кохен Д. Психология фондового рынка: страх, алчность и паника / Пер. с англ. М. Майорова. М.: Интернет-трейдинг, 2004.
- Кравченко П.П. Стратегия работы на Фондовом рынке РФ // Финансовый менеджмент. 2000. Пробный номер. <http://www.dis.ru/fm/arhiv/2000/proba/3.html>
- Луценко А., Радаев В. Сбережения работающего населения: масштабы, функции, мотивы // Вопросы экономики. 1996. № 1. С. 63–75.
- Ослон А. и др. «Гражданин инвестор» – новый исследовательский проект // Социальная реальность. 2006. № 11. С. 25–37.
- Преснякова Л., Стребков Д. Азы финансовой культуры. Представления об инвестировании в акции // Социальная реальность. 2007. № 7. С. 7–29.
- Прытин Д. Крупнейшие брокеры России в 2006 году. РБК.Рейтинг. 2007. 19 января. <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2007/01/19/31329887>
- Радаев В.В. О сбережениях и сберегательных мотивах российского населения // Вопросы социологии. 1998. № 8. С. 39–54.
- Радаев В.В. Уроки «финансовых пирамид», или что может сказать экономическая социология о массовом финансовом поведении // Мир России. 2002. Т. 11. № 2. С. 39–70.
- Радаев В.В. Экономическая социология. Курс лекций: Учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2005.
- Стребков Д. Основные типы и факторы кредитного поведения населения в современной России // Вопросы экономики. 2004. №2. С. 109–128.
- Стребков Д. Трансформация сберегательных стратегий населения России // Вопросы экономики. 2001. № 10. С. 97–111.
- Стребков Д.О. Социальные аспекты кредитного поведения населения // Социологический журнал. 2007. № 1. С. 83–102.
- Стребков Д.О. Фондовый рынок как объект социологического исследования: возможности и перспективы. Препринт WP4/2007/01. М.: ГУ–ВШЭ, 2007. http://new.hse.ru/sites/ecsoclab/docs/WP4_2007_01.pdf
- Abolafia M.Y., Kilduff M. Enacting market crisis: The social construction of a speculative bubble // Administrative Science Quarterly. 1988. Vol. 33. No. 2. P. 177–193.
- Baker W.E. The social structure of a national securities market // American Journal of Sociology. 1984. Vol. 89. No. 4. P. 775–811.
- Warneryd K.-E. The Psychology of Saving. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar, 1999.

Л.А. Преснякова

К ВОПРОСУ О БУДУЩЕМ ФОНДОВОГО РЫНКА В РОССИИ: перспективы и основные ограничения развития

*Комментарий к статье Д.О. Стребкова «Мотивация прихода
российских частных инвесторов на фондовый рынок»*



ПРЕСНЯКОВА

Людмила Александрова –
к. полит. н., заместитель
начальника аналитического
отдела Фонда «Общественное
мнение».

Email: ludapr@mail.ru

Массовое участие населения в инвестиционной деятельности, давно ставшее привычным для многих западных стран, также давно находится и в фокусе внимания западных социологов, культурологов и экономистов¹. Для России же новым и малочисленным является как само это явление – частное инвестирование граждан в ценные бумаги (сегодня количество частных инвесторов не превышает 1% населения), так и число исследований на эту тему². О работе Д. Стребкова, как это принято обычно писать в отзывах на диссертации, можно сказать, что в ней впервые в российской экономической социологии представлен глубокий и всесторонний анализ мотивации выхода современных россиян на фондовый рынок. Автор исследует сложившийся к сегодняшнему моменту социально-экономический контекст для массового инвестирования и уровень развития фондового рынка в России, строит собственную классификацию мотивов обращения населения к инвестированию в ценные бумаги, а затем проверяет ее с помощью качественных и количественных методов исследования. Предпринятая автором попытка социологического анализа мотивации прихода инвесторов на фондовый рынок в России – весьма интересна, в каких-то положениях – небесспорна, и поэтому побуждает к дальнейшим размышлениям на предложенную тему, кои предлагаются далее в формате комментария и дополнений к статье Д. Стребкова.

Российский рынок частных инвестиций в последние два–три года развивается весьма активными темпами: растет не только количество частных инвесторов, выбирающих те или иные финансовые инструменты (ПИФы, акции, облигации или ОБФУ и др.), но и количество эмитентов, посреднических

¹ Краткий, но емкий обзор литературы на эту тему см. в статье Д. Стребкова.

² Из современных работ можно упомянуть статью В. Радаева, на которую уже ссылается Д. Стребков, а также работы: [Преснякова 2007; Кузина 2004; Галицкий, Тремаскина *в печати*].

компаний, число предлагаемых на фондовом рынке услуг и т.п., растут обороты самого фондового рынка. Однако, несмотря на бурный рост (темпы которого составляют вплоть до 100% в год), доля россиян, вовлеченных в инвестирование, сегодня, как уже говорилось выше, составляет лишь незначительную часть трудоспособного и финансового активного населения. Более того, несмотря на фиксируемый в ходе социологических опросов общий интерес населения к вложению в ценные бумаги, ожидать скорой «массовизации» инвестирования не стоит. Так, ссылаясь на уже упомянутое Д. Стребковым исследование Фонда «Общественное мнение», отметим, что хотя 32% россиян вложили бы деньги в акции при наличии на то материальных возможностей³, планируют это сделать в ближайшие год–два лишь около 3% опрошенных⁴.

По результатам этого исследования ФОМа, Е. Галицким и О. Тремаскиной были рассчитаны потенциальные объемы рынка частных инвестиций в России, а сам рынок разделен на три «слоя» в зависимости от степени выраженности намерений граждан включиться в инвестиционную деятельность [Галицкий, Тремаскина *в печати*]:

- слой «созревших» – людей, уже имеющих опыт и выражающих активную готовность покупать акции или паи (0,6% взрослого населения или 0,7 млн. человек);
- слой «созревающих» – людей с сильной установкой в плане инвестиционных намерений, но уступающих «созревшим» либо в плане опыта, либо в плане готовности к совершению соответствующих операций (3,4% взрослого населения или 3,9 млн. человек);
- слой «затронутых» – граждан со слабо выраженной установкой в плане инвестиционных намерений (16,1% взрослого населения или 18,3 млн. человек).

Эти расчеты показывают, что «обращаться с призывом об участии в инвестиционной деятельности, в принципе, можно к каждому пятому россиянину, т.е. к 22,8 млн. человек. Однако рассчитывать на отклик (в скором времени или несколько позднее) стоит лишь примерно от каждого пятого из них: 4,0% населения или 4,5 млн. человек. Наконец, *реально* к рынку сегодня привлечены в 6–7 раз меньше россиян: 0,6% населения или 0,7 млн. человек» [Там же]. Более того, очевидно, что «затронутые» начнут подключаться к инвестиционной деятельности – даже под воздействием рекламы и благодаря примеру своих более активных «предшественников» – «созревших» и «созревающих» – еще очень не скоро.

Относиться к подобной оценке перспектив рынка частных инвестиций (20% от взрослого населения) можно по-разному. С одной стороны, это значительный потенциал на фоне сегодняшних цифр (отметим еще раз, *возможно* реализуемый в будущем). А с другой стороны, такая оценка выглядит довольно скромной, если сравнить ее с некоторыми другими странами, где акционером является каждый второй житель, или даже с тем уровнем вовлеченности в инвестирование, который был в России на заре реформ 1990-х годов и «ваучеризации» всей страны, когда владельцами акций или чеков разных инвестиционных компаний (которые, к сожалению, впоследствии оказались финансовыми «пирамидами») были почти половина россиян: сошлемся на уже упомянутые в статье Стребкова данные опроса ВЦИОМа 1994 г., согласно которым 29% вложили свои ваучеры в ценные бумаги инвестиционных фондов, еще 12,5% приобрели акции своего предприятия, а 8% – другого предприятия⁵.

³ Фонд «Общественное мнение». Проект «Гражданин инвестор». Доклад «Ресурсы массового инвестирования в России». <http://invest.fom.ru/2>.

⁴ Там же.

⁵ Данные опроса ВЦИОМ. Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1994. №5. С. 81.

Так или иначе, но достижение упомянутого выше уровня включенности населения в инвестирование – это вопрос будущего. В своей статье Д. Стребков говорит в основном об изменениях в стране, отрасли и сознании людей, способствующих, по его мнению, обращению сограждан к вложениям в ценные бумаги. Однако помимо факторов, вовлекающих людей в инвестиционную деятельность, на сегодняшний день существуют **факторы, препятствующие приходу населения на фондовый рынок**, которые в данной статье автором совсем не рассматриваются. На мой взгляд, именно проблема барьеров для массового обращения граждан к инвестированию заслуживает пристального внимания и глубокого исследования.

Можно выделить четыре группы факторов или барьеров, мешающих сегодня включению в инвестиционную деятельность относительно широких масс населения, а именно: *ограничения рынка, социально-экономические, информационные и социокультурные барьеры*. Рассмотрим их чуть подробнее.

1. *Ограничения со стороны рынка ценных бумаг*. Основные ограничения для массового инвестирования, которые исходят со стороны, собственно, фондового рынка, сегодня следующие: степень развитости его инфраструктуры, уровень конкуренции с другими финансовыми рынками, широта предоставляемых услуг и «порог вхождения» на рынок. Сегодня брокерские и управляющие компании обслуживают менее миллиона человек, активно занимающихся инвестированием своих средств в ценные бумаги, однако готовы ли рынок и его инфраструктура к притоку на порядок большего числа клиентов?

Рынок инвестиций в ценные бумаги сегодня явно проигрывает в конкурентной борьбе за потребителя рынку банковских депозитов, особенно Сбербанку – и по развитости инфраструктуры, и по количеству клиентов. Для сравнения: филиалы Сбербанка есть в городах 77 субъектов РФ, а собственно офисов этого банка по России насчитывается более 20 тысяч. Среди брокеров самая развитая филиальная сеть у банка Уралсиб (имеющего лицензию также и на брокерское обслуживание) – его представительства есть в 145 городах. Далее следует ФИНАМ – его представительства расположены в 70 городах, у компании Атон-лайн партнеры в 49 городах и собственные филиалы в 12 городах, у ВТБ-24 филиалы в 41 городе.

В акции и ПИФы сегодня вкладывают свои деньги менее 1% населения, тогда как только в Сбербанке, по данным опроса, непенсионные денежные вклады есть у 17% россиян⁶, счета в других коммерческих банках имеют еще 4% [Преснякова 2007].

Ощутимую конкуренцию фондовому рынку и инвестированию создает сегодня и рынок кредитных услуг – банковскими или потребительскими кредитами за последние два–три года воспользовались уже 35% россиян⁷. А кредитная практика для многих сегодня представляет собой альтернативу сберегательным стратегиям организации средств, особенно ориентированным на аккумуляцию денег для покупки дорогостоящих товаров. При этом большинство банков предлагают населению кредиты не только в собственных офисах и отделениях, но и в крупных магазинах, ощутимо увеличивая таким образом «охват» аудитории своих потенциальных потребителей.

⁶ Фонд «Общественное мнение». «Услуги Сбербанка России». Опрос населения 20–21 января 2007 г. <http://bd.fom.ru/report/map/d070422>. Здесь и далее мы ссылаемся на опросы ФОМа, каждый из которых проводится в 100 населенных пунктах 44 областей, краев и республик России методом интервью по месту жительства, по выборке размером 1500 респондентов (статистическая погрешность не превышает 3,6%). Далее в ссылках на опросы указываются только их названия и даты.

⁷ Фонд «Общественное мнение». «Получение и погашение кредитов». Опрос населения 12–13 мая 2007 г. <http://bd.fom.ru/report/map/d072023>.

Наконец, в определенной мере ограничивает приход на фондовый рынок массового инвестора и тот набор услуг, который сегодня предлагают брокерские и управляющие компании – большинство из них рассчитаны на более или менее компетентного инвестора (а «массовый инвестор» по определению таковым не является); проблему не решают даже предлагаемые многими брокерами специальные курсы по подготовке к инвестированию – воспользоваться ими могут не многие люди (и по финансовым, и по временным соображениям, и даже с точки зрения обладания определенными социальными и образовательными ресурсами). На этом рынке сегодня очень мало услуг, рассчитанных на «профанного» пользователя, обычного человека.

Кроме того, хотя в последнее время финансовый «порог» вхождения на этот рынок снижен, он по-прежнему доступен немногим, да и сами брокерские и управляющие компании пока в большей степени заинтересованы в состоятельных клиентах.

Отметим, что даже прошедшие «народные» IPO («Роснефти», ВТБ и Сбербанки), которые позиционировались как возможность включиться в инвестирование рядовым гражданам (за исключением, может быть, дополнительного размещения акций Сбербанка), обычными людьми отнюдь не были восприняты как «доступные»: в ходе опросов ФОМа по поводу каждого из этих размещений, лишь очень немногие респонденты говорили, что такое вложение могут себе позволить люди с их уровнем доходов, большинство же утверждали, что им подобные инвестиции не по карману (см. табл. 1) [Преснякова, Стребков 2007].

Таблица 1. Представления россиян о доступности акций «Роснефти», Сбербанка и ВТБ для людей с доходами, как у них, % населения

Минимальная сумма, необходимая для покупки акций компании «Роснефть», – 15 тысяч рублей		Было принято решение, что одна акция Сбербанка для частных лиц будет стоить 80 тыс. рублей, или примерно 3000 долларов		Минимальная стоимость заявки на покупку акций ВТБ составляет 30 тыс. рублей
Как Вы думаете, люди с такими доходами, как у Вас, покупают или не покупают акции «Роснефти»?		Как Вы думаете, люди с такими доходами, как у Вас, смогут или не смогут купить акции...		
		Сбербанка		ВТБ
Покупают	9%	Смогут	6%	11%
Не покупают	79%	Не смогут	88%	83%
Затрудняюсь ответить	12%	Затрудняюсь ответить	6%	7%

Судя по всему, эти IPO только способствовали распространению представлений о том, что любые вложения в акции недоступны людям с невысокими доходами.

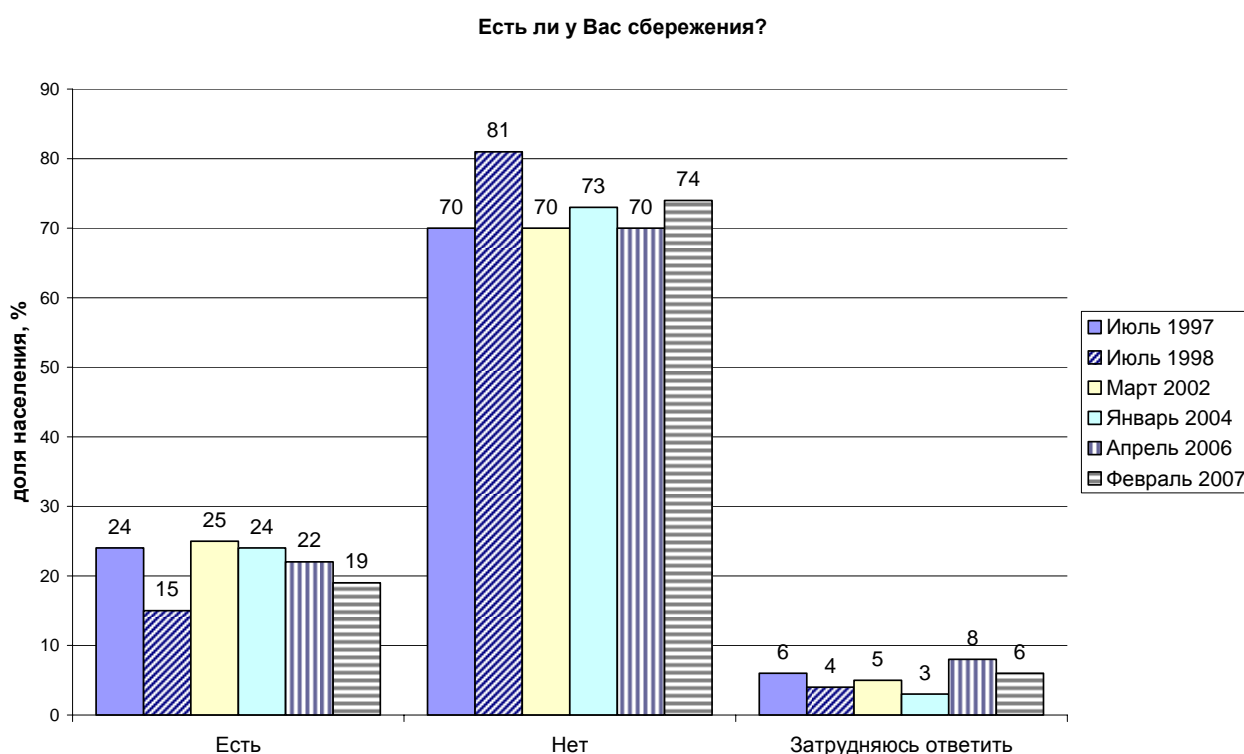
2. *Социально-экономические* характеристики потенциальных потребителей услуг фондового рынка – вторая группа факторов, ограничивающих сегодня приход на рынок инвестиций широких слоев населения. К ним можно отнести: уровень жизни граждан, потребительские и сберегательные практики.

В своей статье Д. Стребков ссылается на данные Госкомстата о росте реальных доходов населения. Не оспаривая эти данные, обратим внимание на то, что сегодня в России большинство населения живет весьма и весьма небогато. Согласно опросам, 18% российских домохозяйств не хватает денег даже на питание, еще 29% продуктами себя обеспечивают, но им не хватает денег на покупку одежды и обуви, 33% российских семей обеспечены едой и одеждой, но не могут купить крупную бытовую технику – всего в сумме это 80% населения.

И лишь пятая часть россиян может быть условно названа «обеспеченной»: из них 14% хватает денег на бытовую технику, но не достаёт на покупку автомобиля, ещё 5% могут позволить себе всё, кроме квартиры, и только 1% настолько обеспечены, что могут купить себе даже дом или квартиру⁸. Каждый третий опрошенный сегодня (39%) считает своё материальное положение плохим, ещё 53% – «средним», и только 8% россиян готовы признать своё материальное положение хорошим⁹. Очевидно, что люди, негативно оценивающие собственное материальное положение и едва сводящие концы с концами, не станут в обозримом будущем клиентами брокерских и управляющих компаний; таковых же, как мы видим, сегодня в России большинство.

Сбережения сегодня осуществляет довольно небольшая часть сограждан, причём её доля с течением времени радикально не меняется и даже несколько сокращается в последнее время (см. рис. 1) [Преснякова 2007].

Рисунок 1. Доля россиян, имеющих сбережения, 1997–2007 гг.



Кстати, отметим, что наиболее склонны к осуществлению сбережений сегодня – пенсионеры, что связано, с одной стороны, с сокращением трат на себя в пожилом возрасте, а с другой – с усилением потребности в формировании финансового запаса из-за более ограниченного (по сравнению с представителями более молодых групп) доступа к социальным ресурсам. При этом очевидно, что пенсионеры с меньшей вероятностью будут готовы вкладывать свои накопления в современные и нередко рискованные финансовые инструменты типа акций или паев в ПИФах, чем люди более молодого возраста – но не имеющие сбережений.

⁸ Фонд «Общественное мнение». Опрос населения 8–9 сентября 2007 г.

⁹ Фонд «Общественное мнение». «Ощущают ли россияне экономический рост?». Опрос населения 14–15 июля 2007 г. http://bd.fom.ru/report/map/projects/dominant/dom0729/domt0729_4/d072904.

Рост доходов населения на фоне сохраняющегося относительно низкого уровня жизни большинства россиян приводит пока что отнюдь не к росту количества «сберегателей» и инвесторов, а скорее к «потребительскому буму», который подстегивается уже упомянутым выше активным продвижением со стороны банков услуг по кредитованию населения. Для многих россиян, чей доход не позволяет приобрести ту же самую необходимую в хозяйстве крупную бытовую технику, именно кредит становится возможностью для осуществления желаемого.

Кроме того, следует отметить, что россияне в большинстве своем сегодня плохо обеспечены не только бытовой техникой, но компьютерами, а также доступом в Интернет – а это сегодня практически необходимые атрибуты для инвестиционной деятельности. Однако компьютер дома есть лишь у 29% опрошенных россиян, к Интернету подключен домашний компьютер лишь у половины из них (13% по выборке)¹⁰, всего же пользователей Интернета сегодня в России насчитывается примерно четверть¹¹.

3. *Информационные барьеры* – третья группа факторов, ограничивающих процесс массового инвестирования в России сегодня. К такого рода барьерам можно отнести недостаточный уровень информированности потенциальных потребителей и характер представлений о ценных бумагах и фондовом рынке, уровень интереса к такой информации, доступность для людей необходимой информации с точки зрения ее полноты и понятности, а также особенности каналов информирования.

Уровень информированности населения об инвестировании и фондовом рынке – и в этом нельзя не согласиться с Д. Стребковым – сегодня весьма низкий. Согласно социологическим опросам, треть россиян даже никогда не слышала словосочетания «фондовый рынок»; известен этот термин 64% опрошенных, но из них менее половины (или 25% по выборке) могут точно и адекватно объяснить, что это такое. Лишь 13% наших сограждан заявили, что представляют себе, как на рынке ценных бумаг можно заработать деньги, а 53% признались, что не знают, как это делается. Что примечательно – среди тех, кто об этом ничего не знает, большинство (или 31% по выборке в целом) заявили, что их не интересует, как это можно сделать, и только 16% проявили к этому интерес¹². Что такое «акции», адекватно или точно могут объяснить сегодня примерно треть россиян, а относительно точное понимание термина «дивиденды» продемонстрировали только 26% опрошенных¹³. Сограждане сегодня не понимают основные термины, касающиеся фондового рынка, не знают и не понимают механизмов зарабатывания на нем (подавляющее большинство убеждены, что это делается с помощью дивидендов), не информированы о том, где можно купить акции, а уж о том, что такое ПИФы (паевые инвестиционные фонды), осведомлены и вовсе единицы (37% знают или слышали это словосочетание, а 60% услышали ее лишь в ходе опроса)¹⁴. Более того, некоторые люди вообще не понимают, чем вложение в акции как инвестиционно-сберегательный инструмент отличается от любого другого, например, от вклада в Сбербанке.

¹⁰ Фонд «Общественное мнение». «Домашние компьютеры». Опрос населения 26–27 августа 2006 г. <http://bd.fom.ru/report/map/dd063424>.

¹¹ [Галицкий, Сидорова 2007].

¹² Фонд «Общественное мнение». «Фондовый рынок и акции: осведомленность и заинтересованность россиян». Опрос населения 5–6 мая 2007 г. http://bd.fom.ru/report/cat/societas/market_economy/finances/fin_instrum/d071911

¹³ [Преснякова, Стребков 2007].

¹⁴ Там же.

«Ну, вы пошли, 15 тысяч вот положили на сберкнижку. Так же вы пошли... – купили акции» [фокус-группа, подписчица на акции «Роснефти»]¹⁵.

Люди зачастую не понимают, зачем предприятия выпускают акции и высказывают самые фантастические предположения на этот счет: например, на вопрос о том, зачем предприятия выпускают свои акции, 11% заявили – *«набить карманы, а там – трава не расти»*; *«себя обогатить»*. Заподозрили в эмиссии аферу 5% (*«чтобы народ околпачить, деньги собрать и не дать ничего»*), *«распродажу Родины»* – 1% и рекламу своей компании – 1%. Еще 5% полагают, что акции начинают продавать только тогда, когда компания находится на грани банкротства¹⁶.

Люди не предоставляют себе, за счет чего сегодня можно получить доход от вложений в акции и, как уже говорилось, в большинстве своем разделяют убеждение, что основная прибыль идет от дивидендов. Многие полагают, что акции *«растут крайне медленно»*, да и вообще вкладывать в них деньги невыгодно. Респондентов спросили: если сегодня рядовые граждане, такие люди, как они, приобретут ценные бумаги российских предприятий, что они получат через год–два? Отвечая на этот вопрос, 21% опрошенных заявили, что «народные» инвесторы получают прибыль, немногим меньшая доля участников (18%) убеждены, что вкладчики понесут убытки, и еще 22% проявили сдержанный оптимизм и заявили, что ни прибыли, ни убытков не будет (затруднились с ответом 39%)¹⁷. Акции представляются респондентам неликвидным инвестиционным инструментом:

«Неконвертируемая бумажка это... Если бы эти деньги, вложенные в акции, лежали бы в деньгах, то их можно было бы сейчас же потратить... А акцию – ее надо продать, а ее не каждый купит, смотря какая акция. То есть деньги вложены, а воспользоваться ими невозможно» [фокус-группа, Воронеж]¹⁸.

Граждане не понимают, по каким принципам следует выбирать акции и что может служить критерием столь востребованной россиянами надежности ценных бумаг. Для одних таким критерием становится государственный статус компании-эмитента, для других – принадлежность ее к добывающей отрасли (которая сегодня многим кажется наиболее надежной и выгодной). Так, респондентам был задан вопрос: *«Если бы Вы решили купить акции, то акции какой крупной российской компании Вы купили бы в первую очередь?»*, для ответа предлагалась карточка с перечнем компаний. Как видно из табл. 2, люди отдают предпочтение именно добывающим компаниям¹⁹.

Таблица 2. Гипотетические предпочтения россиян компаний для вложения, % населения

Компания	%	Компания	%
«Газпром»	28	МТС	1
ЛУКОЙЛ	5	«Ростелеком»	1
«Роснефть»	4	«Татнефть»	1
Сбербанк	3	«Мосэнерго»	1
РАО ЕЭС России	3	другая компания	0
«Норильский никель»	2	не стал(-а) бы покупать акции	34
«Сургутнефтегаз»	2	затрудняюсь ответить	13

А вот акции компаний банковского сектора (который, кстати, в последнее время демонстрирует даже больший рост, чем нефтяной или газовый) представляются россиянам куда менее перспективными, чем ценные бумаги добывающих предприятий. Например,

¹⁵ [Преснякова, Стребков 2007].

¹⁶ Там же.

¹⁷ Там же.

¹⁸ Там же.

¹⁹ Там же.

когда респондентов спросили, получают ли выгоду люди, вложившиеся акции «Роснефти», прибыль предсказывали 30% опрошенных, а когда аналогичный вопрос был задан про Сбербанк, то прибыль его акционерам прочили уже 22% россиян²⁰. Более того, опросы на тему IPO Сбербанка выявили, что наши сограждане не понимают, каким образом акции банка могут приносить прибыль (видимо, в случае с добывающими компаниями в условиях постоянного присутствия в СМИ информации о росте цен на нефть и газ людям это более понятно). А при оценке перспективности ценных бумаг этого сектора экономики люди в основном полагаются на свой опыт сотрудничества с банком. Так, высказывая аргументы против приобретения акций Сбербанка, респонденты рассуждали не как потенциальные акционеры, а как пользователи банковских услуг:

«Банки очень часто обманывают людей, им нельзя доверять»; «Не стоит ввязываться в банковские сферы»; «Нас уже обманывал Сбербанк неоднократно»; «Потеряла много денег в Сбербанке» [ответы на открытый вопрос]²¹.

«Судя по тому, что они дают нам по рублевым, валютным вкладам, там по равнению с другими банками не очень... Жадничают, жадничают» [фокус-группа, Москва]²².

Рассуждая о том, в акции каких компаний выгодно вкладывать деньги, некоторые респонденты говорили, что своего рода гарантией и надежности вложения в акции, и его прибыльности может стать покупка акций того предприятия, на котором акционер работает (причем опять-таки «доход» представляется людям как прибыль от дивидендов).

«На нашем уровне человек может получить нормальный доход, т.е. ощутимый доход для своего бюджета, если он работает на этом предприятии» [фокус-группа, Воронеж].

«Это выгодно... со всех точек зрения – в свою компанию. Потому что здесь каждый человек является хоть и небольшим, но участником процесса, на который влияет работа этого предприятия. От каждого что-то зависит, от этого хоть маленького винтика» [фокус-группа, Санкт-Петербург]²³.

На фоне столь низкого уровня информированности граждан о фондовом рынке и инвестировании неудивительно, что в массовом сознании существует множество стереотипов об этом институте. Например, одни говорят о его непредсказуемости и непостижимости:

«Это казино просто» [фокус-группа, Москва]²⁴.

Другие убеждены, что сегодня рядовому гражданину прибыльных, надежных акций на фондовом рынке не купить – он весь «поделен» между «своими».

«И плюс ко всему они не продают, я догадываюсь, если хорошая фирма очень мощная... То, что никому не надо, – это пожалуйста. Вот мы, рядовые, мы придем – нам предложат только то, что никому не надо» [фокус-группа, Санкт-Петербург].

«Акции тех предприятий, которые на слуху, большие, они не продаются – наоборот их кто-то хочет купить... А те, которые продаются, я их и не знаю, первый раз их видел» [фокус-группа, Санкт-Петербург]²⁵.

Россияне сегодня не только не знают практически ничего об инвестировании и фондовом рынке, они особо и не интересуются информацией на эту тему. По данным опросов, информацией об акциях, появляющейся в СМИ, постоянно или часто интересуются лишь 4%

²⁰ [Преснякова, Стребков 2007].

²¹ Вопрос звучал так: «Почему Вы посоветовали бы Вашему знакомому не покупать сейчас акции Сбербанка?»

²² [Преснякова, Стребков 2007].

²³ Там же.

²⁴ Там же.

²⁵ Там же.

сограждан, еще 18% делают это редко. Вообще не обращают внимания на информацию о ценных бумагах 28% респондентов, а около половины (45%) заявили, что просто не сталкиваются с ней²⁶. За колебанием курса российских акций на бирже постоянно следят только 6% опрошенных (тогда как 91% за ней не следят, а еще 2% затруднились с ответом). Отметим, что даже среди граждан, подписавшихся на акции «Роснефти» в ходе IPO этой компании в прошлом году, далеко не все готовы следить за тем, как будет меняться курс ценных бумаг, владельцами которых они только что стали; многие собираются уделять этому минимальное внимание.

«Ну, если будет <информация>, буду обращать внимание, что она [«Роснефть»] делает там» [фокус-группа, подписчик акций «Роснефти»]²⁷.

Конечно, причина отсутствия интереса к такого рода информации – в первую очередь, низкий уровень финансовой грамотности россиян. Однако немалую роль в этом играет и специфика отражения такой информации в СМИ.

Во-первых, информация по темам инвестирования и вложений сегодня размещается в таких СМИ, охват аудитории у которых очень небольшой и далеко не массовый. В частности, в сетке программ основным телеканалов (Первого, России, НТВ) нет ни одной специальной программы, посвященной вопросам инвестирования, в лучшем случае новости о фондовом рынке мелькают в общих новостийных выпусках. Телеканал РБК, на котором подобные телепередачи есть, только в Москве в группе достаточно продвинутых респондентов (высокообразованные граждане возрасте от 26 до 45 лет) имеют техническую возможность принимать лишь 35% (что уж говорить обо всей России); смотрят регулярно его в этой группе лишь 22%²⁸. Самыми популярными среди россиян газетными изданиями сегодня являются «Аргументы и факты», регулярная аудитория которого составляет только 29%, «Комсомольская правда» (18%), «Из рук в руки», «Московский комсомолец» и «СПИД-инфо» (их регулярно читают 10–11% сограждан)²⁹. Перечисленные издания явно не специализируются на финансовой тематике, хотя публикации на тему инвестирования в некоторых из них встречаются. Специализированные и деловые издания, где эта проблематика освещается, имеют крайне небольшую аудиторию – те же «Ведомости» и «Коммерсант» читают регулярно по 1% россиян. Таким образом, у большинства потенциальных инвесторов сегодня просто нет доступа к необходимой информации.

Во-вторых, даже те сведения о фондовом рынке и инвестировании, которые все же достигают заинтересованную аудиторию, в сегодняшних СМИ, как правило, подаются на непонятном простому человеку языке:

«Я тоже эти газеты с биржевыми сводками, со всеми этими таблицами видел неоднократно. Но тем не менее у меня нет понятия, как в этом разобраться, что я смог бы из себя этим извлечь и как этим вообще пользоваться... Иногда по телевизору в утреннем трехминутном фрагменте дают, что очень выгодно играть на бирже. Ну для этого надо знать, что будет завтра, что сегодня... А как знать, откуда это понять все, какая-то такая вещь – этого я нигде не слышал. А как раз это и надо услышать» [фокус-группа, Санкт-Петербург]³⁰.

4. *Социокультурные барьеры* – это еще одна группа факторов, затрудняющих процесс вовлечения населения в инвестиционную деятельность. К этой группе факторов можно

²⁶ [Преснякова, Стребков 2007].

²⁷ Там же.

²⁸ Опрос проводился Фондом «Общественное мнение» в Москве в июне 2007 г., выборка – 600 человек, мужчины и женщины в возрасте от 26 до 45 лет с высшим образованием.

²⁹ Фонд «Общественное мнение». «СМИ: предпочитаемые каналы информации». Опрос населения 28–29 июля 2007 г. http://bd.fom.ru/report/map/projects/dominant/dom0731/domt0731_2/d073121.

³⁰ [Преснякова, Стребков 2007].

причислить стереотипы о деньгах и финансовом успехе, финансовый опыт, проблему доверия финансовым институтам и инструментам, а также влияние социального окружения.

Для россиян характерно весьма специфическое отношение к деньгам и богатству, что очень хорошо проявляется в социологических исследованиях. Так, по данным опросов, сегодня 60% россиян убеждены, что у людей, которые могут и хотят работать, возможностей прилично заработать сегодня просто нет³¹. На фоне таких установок неудивительно, что большинство респондентов (61%) полагают, что их материальное положение зависит не от них самих, а от внешних по отношению к ним обстоятельств; сегодня лишь 32% готовы взять на себя ответственность за свое материальное благополучие³².

Финансовый опыт россиян в пореформенное время преимущественно был неудачным, фрустрирующим (в подобной оценке я абсолютно солидарна с автором статьи); чуть подробнее хочется сказать о его влиянии на сегодняшние установки россиян в отношении инвестирования. Негативный «след» предыдущего опыта проявляет себя, во-первых, в недоверии посредникам – большинство из тех, кто в принципе был бы не прочь стать владельцем акций сегодня, хочет распоряжаться ими самостоятельно (несмотря на то, что люди осознают сложность этой деятельности), и лишь немногие готовы передать свои вложения в доверительное управление. Не испытывают наши сограждане и особого доверия к компаниям-эмитентам, полагая, что те не заинтересованы в выплатах дивидендов (а именно на доход от дивидендов, как уже говорилось, рассчитывает большинство при вложении в акции).

«Недоверие к этим компаниям. Мы будем во что-то вкладывать деньги... покупать у них акции – что, они будут реально и объективно относиться к оплате, к выплате? Я не боюсь, я почти уверена, что они практически ничего нам не дадут. Как оно и бывает. Они не платят акцию. Процент никакой не идет практически. Минимальный. Копейки. Гроши» [фокус-группа, Москва]³³.

Во-вторых, опыт неудачных вложений и потерь в прошлом сегодня проявляется в том, что доминирующим критерием при выборе финансового инструмента для россиян является критерий надежности вложений. Именно поэтому при выборе из различных инвестиционно-сберегательных финансовых инструментов люди предпочитают акциям куда более консервативные варианты: вклад в Сбербанк (32%) и хранение денег дома (14%), которые россияне считают самыми надежными на сегодняшний день способами сберечь деньги³⁴; в акции, как уже упоминается в статье Д. Стребкова, сегодня вложились бы только 6,7%, а в ПИФы – 2,1% россиян. Ради надежности люди даже готовы пренебречь выгодой: две трети из тех участников опроса, кто в принципе хотел бы купить акции, предпочли бы иметь низкую доходность при большей надежности, и менее четверти предпочли бы выгоду при меньшей надежности. Именно ориентируясь на критерий надежности, большинство потенциальных покупателей акций обратились бы в компании с преобладающим участием государства, и лишь немногие предпочли бы покупать ценные бумаги частных компаний³⁵.

В-третьих, неудачи прошлого финансового опыта сказываются и на представлениях сограждан о природе рисков при вложениях в ценные бумаги – люди более всего опасаются афер с акциями, появления новых пирамид, продажи «поддельных» ценных бумаг, а о том,

³¹ Фонд «Общественное мнение». «Деньги в нашей жизни». Опрос населения 20–21 августа 2005 г. http://bd.fom.ru/report/cat/societas/market_economy/finances/money/d053417.

³² [Преснякова, Стребков 2007].

³³ Там же.

³⁴ [Преснякова 2007].

³⁵ [Преснякова, Стребков 2007].

что основные риски сегодняшнего инвестора связаны с колебаниями курса, практически никто не имеет представления.

Следует сказать, что негативно на отношение к инвестированию сегодня влияет не только неудачный опыт вложений на заре 1990-х (который, напомним, коснулся лишь четверти россиян), но и то обстоятельство, что большая часть населения (почти три четверти) не имеет сегодня вообще никакого современного финансового опыта – ни вкладов в банке (включая Сбербанк), ни опыта обмена валюты, ни уж тем более опыта пользования пластиковыми картами и т.п.³⁶ В свою очередь, наличие любого современного опыта, и даже просто обладания уже неликвидными акциями, доставшимися «в наследство» от приватизации, наоборот, положительно воздействует на установку по отношению к инвестированию в ценные бумаги³⁷.

Позитивно влияет на отношение к инвестициям в акции и наличие в социальном окружении людей, имеющих опыт таких вложений. Более того, сегодня именно этот канал наиболее эффективен для привлечения людей на фондовый рынок. Однако знакомые, которые имеют опыт покупки или продажи акций, есть только у 16% россиян (у 3% таких людей в окружении много, еще у 13% – мало)³⁸.

Наконец, препятствует обращению широких слоев населения к инвестированию в ценные бумаги и общее недоверие россиян финансовым институтам и финансовой системе в целом³⁹. Согласно совсем еще недавним исследованием (2004 г.), люди не верили в устойчивость российской экономики, честность финансовых игроков и прозрачность «правил игры» на финансовом рынке, поэтому многие в принципе не готовы строить долгосрочные планы и делать какие-либо инвестиции⁴⁰. И лишь в последние год–два социальный климат в обществе начал постепенно улучшаться, люди стали чуть более оптимистично оценивать перспективы развития экономики и реже выражать опасения масштабного кризиса⁴¹; но очевидно, что до полноценного доверия граждан финансовой системе и ее институтам еще далеко.

Обзор вышеперечисленных барьеров для массового инвестирования в России ставит перед автором этого текста (и читателем) вопрос: а какие из этих факторов сегодня наиболее влиятельны? Сразу оговорюсь, что исчерпывающего и однозначного ответа на такой вопрос у меня нет, более того, поиск ответа на него есть предмет отдельного исследования. Здесь я лишь выскажу гипотезу о том, что именно информационные барьеры в сегодняшних условиях приобретают особую значимость: даже если ограничения со стороны рынка по

³⁶ Фонд «Общественное мнение». «Финансовое поведение и акции». Опрос населения 15–16 сентября 2007 г. <http://bd.fom.ru/report/map/projects/dominant/dom0738/d073824>.

³⁷ [Преснякова, Стребков 2007].

³⁸ Фонд «Общественное мнение». «Акции российских предприятий». Опрос населения 26–27 августа 2006 года. <http://bd.fom.ru/report/map/d063415>.

³⁹ См. на эту тему исследования Национального агентства финансовых исследований: <http://nacfin.ru>.

⁴⁰ [Кузина 2004].

⁴¹ По данным опроса ФОМа, в конце 2006 г. 23% опрошенных ожидали улучшения состояния российской экономики в 2007 г., и лишь 12% – ухудшения (еще 36% прогнозировали отсутствие изменений и 30% затруднились с ответом). По результатам того же опроса, вероятность экономического кризиса в ближайшие год–два прогнозировали 25% россиян, что на 5 п.п. меньше, чем в опросе за полгода до этого, а 35% выражали убежденность, что кризиса не будет (что на 4 п.п. меньше, чем в опросе за полгода до этого) // Фонд «Общественное мнение». «Состояние российской экономики: оценки и прогнозы». Опрос населения в 23–24 декабря 2006 г. <http://bd.fom.ru/report/map/d065110>.

мере его развития будут все более сокращаться, если при благоприятном развитии экономической ситуации уровень жизни россиян будет постепенно повышаться, приводя к расширению круга потенциальных инвесторов и усилению доверия граждан к финансовой сфере, быстрое преодоление информационных барьеров совершенно не очевидно в ближайшее время – даже при условии мобилизации информационных усилий со стороны основных участников фондового рынка (а то, что они будут предприняты, также не очевидно).

Во-первых, несомненно, что рост информированности граждан о фондовом рынке будет происходить разными темпами среди людей с разным уровнем компетентности (для каждого из которых потребуется свой подход и свой «message»).

Во-вторых, информирование россиян, сегодня почти ничего не знающих об условиях и «технической» стороне инвестирования, может привести к появлению опасений и новых мифов относительно инвестиций в ценные бумаги, поскольку люди узнают о множестве новых, не вписанных в повседневный опыт ни их самих, ни ближайшего окружения, деталей инвестиционной деятельности (например, о существовании акций в бездокументарной форме, торговле через Интернет и т.д.) и об институтах посредников в этой сфере – брокерских и управляющих компаниях, о которых сейчас практически никому ничего не известно (а посредники, как уже говорилось, особым доверием сограждан не пользуются).

В-третьих, при информировании людей об этой деятельности – инвестировании – действительно не простой и требующей от человека определенных компетенций – необходимо учитывать и то, что для какой-то части граждан трансакционные издержки по «освоению» такого рода деятельности могут оказаться существенно выше, чем «дивиденды» и выгоды от вложения в ценные бумаги.

Наконец, отсутствие усилий по преодолению информационных барьеров в ситуации, когда прочие ограничения будут постепенно терять свою силу, или их неэффективность, чревато приходом на фондовый рынок неграмотных инвесторов, что может повлечь за собой серьезные социальные потрясения для этого рынка.

Вернемся к тексту Д. Стребкова. В своей статье автор выделяет несколько групп **мотивов обращения граждан** в инвестиционной деятельности. Предложенная классификация на первый взгляд выглядит достаточно логичной и всеохватывающей, однако, как мне кажется, не бесспорной. Например, демонстрационный мотив можно с равным успехом отнести и к группе «социальных мотивов», а мотивы «самоутверждения» или «власти» – к эмоциональным; основания для отнесения предложенных автором мотивов к группе «статусных» в целом не выглядят убедительно. Мотив «гордости» вполне может быть отнесен к группе социальных мотивов, поскольку в нем проявляется та же самая потребность в аффилиации, однако в причастности не к малой группе, а к гораздо более широкой общности – всей стране, «процессам, происходящим в России» и в «ощущении себя настоящими гражданами своей страны». Самое уязвимое место этой классификации – то, что автор выделяет группы мотивов по разным основаниям, отсюда и возникают «пересечения» и «спорные моменты».

Далее автор с помощью количественных методов анализирует степень распространенности предложенных мотивов, характер взаимосвязей между ними и факторы, «определяющие тот или иной набор мотивов у конкретного индивида».

Автор, на мой взгляд, максимально использует возможности количественных методов исследования и анализа данных для изучения мотивационной сферы участников фондового рынка. Тем не менее следует принять во внимание методические ограничения количественных методов исследования при изучении мотивов: хотя «закрытый» вопрос, которым пользуется автор, был сконструирован на основе результатов качественного исследования, он выглядит достаточно «грубым» инструментом для изучения такой сферы.

Например, в ходе анкетирования респонденту далеко не всегда легко признаться (даже себе) в том, что он азартен и игра на бирже для него – своего рода «рулетка» и возможность «ощутить чувство риска», или в том, что такая вроде бы «серьезная» деятельность, как торговля акциями, – это возможность «развлечься, отдохнуть, расслабиться», тогда как в ходе углубленного интервью или на фокус-группе подобные мотивы очень легко артикулируются респондентами.

Более того, позиции карточки, предлагаемой респонденту, в которых исследователем «закодирован» тот или иной мотив, могут не отражать этот самый мотив адекватно для респондента. Например, позиции, с помощью которых автор измеряет когнитивные мотивы, звучат так: «приобрести новый жизненный опыт, открыть для себя что-то новое» и «разобраться в том, как устроен фондовый рынок; понять, как он работает». Из приведенных формулировок видно, что они ориентированы в большей мере на неопитов, людей, не разбирающихся в фондовом рынке; те, кто уже ориентируется в вопросах инвестирования, свой интерес к этой сфере, скорее всего, формулируют иначе, и едва ли выберут данные позиции даже в том случае, если когнитивная мотивация у них велика. Например, в ходе анализа углубленных интервью клиентов крупной российской инвестиционной компании, на которые в своей статье ссылается Д. Стребков, было обнаружено, что когнитивный мотив проявляет себя по-разному в условно выделенных типологических группах «профессионалов» (акционеров, чья профессиональная деятельность связана с финансовой сферой и фондовым рынком) и «любителей» (акционеров, чья профессия не связана с финансами, но которые стремятся к овладению специальными знаниями о фондовом рынке). Для группы «любителей» когнитивная мотивация прихода на фондовый рынок проявилась в восприятии этой деятельности как «интеллектуальной игры», где, наряду с интересом к тому, как же это все устроено, присутствовал и игровой момент, имевший существенный «удельный вес». А в группе «профессионалов», которым чужд восторг неопитов, когнитивная мотивация была явно выражена, но концентрировалась вокруг интереса собственно к рынку, его тенденциям, механизмам развития, возможностям прогнозирования ситуации на нем и т.п., практически без «примеси» «игрового» компонента.

Далее, если рассуждать о возможностях и ограничениях примененного автором для анализа метода исследования мотивационной сферы, следует принять во внимание, что при предъявлении карточки, состоящей из большого числа позиций, часть из них может выпасть из внимания респондента, он может не дочитать ее до конца и т.п. Наконец, на результаты могло повлиять и то, что анкетирование проводилось методом самозаполнения, а значит, не предполагало ротации позиций, что могло привести к тому, что какие-то из них упоминались чаще прочих, поскольку находились в начале или конце списка. Так или иначе, методические аспекты исследования мотивационной сферы частных инвесторов являют собой предмет для обсуждения и дальнейшей разработки.

Наконец, в заключение своей статьи автор коротко говорит о **мифах**, сложившихся в массовом сознании вокруг фондового рынка⁴². На мой взгляд, то, что Д. Стребков считает мифами, таковыми не являются, более того, нередко представляют собой свидетельства адекватного восприятия людьми инвестиций в акции как финансового инструмента.

Например, автор считает мифом представление людей о «нецелесообразности» вложений в акции как инвестиционного инструмента. Между тем вложения в ценные бумаги действительно может быть для одних инвесторов со своими суммами, целями и планами – оправданным и целесообразным (например, для человека, располагающего значительной суммой денег и с помощью вложений в акции стремящегося приумножить свои накопления, предназначенные для обеспечения собственной старости), а для других – ошутимо

⁴² Более детальные рассуждения автора на эту тему представлены в статье [Стребков 2007].

проигрывать в целесообразности (например, для человека, стремящегося накопить 20–30 тысяч долларов на приобретение автомобиля – для него куда более осмысленной стратегией станет покупка машины в кредит). Кроме того, в зависимости от состояния фондового рынка акции могут обладать преимуществом над другими способами инвестиций, а могут и сильно проигрывать им (например, в период резкого роста цен на недвижимость в Москве редкие ценные бумаги могли соперничать с этим видом вложений по доходности).

Автор относит к мифам мнение о *технической сложности* процесса инвестирования в ценные бумаги. Однако сегодня, учитывая низкий уровень информированности сограждан об этом финансовом инструменте и не самую лучшую доступность нужной информации, для большинства людей, действительно, попытка такого вложения будет сложна, в том числе и с технической точки зрения. Сегодня 71% опрошенных россиян убеждены: для успешной деятельности на фондовом рынке необходимы специальные знания и навыки (и лишь 12% респондентов разделяют противоположное мнение и полагают, что можно обойтись без них). С моей точки зрения, подобные представления следует трактовать не столько как «миф» или же предрассудок, сколько как вполне адекватное понимание специфики инвестиций в акции⁴³. Кроме того, в сегодняшних условиях попытка успешно, с выгодой инвестировать средства в акции отнимает у человека немало сил и времени – для этого необходимо проанализировать много информации о том, какие акции покупать и через какого брокера это делать, затем важно следить за курсом приобретенных акций и вообще состоянием рынка, оперативно реагировать на изменения ситуации и т.д. Отметим, что, согласно исследованиям, представление об изрядной «временной» затратности этой деятельности – инвестирования в акции – сегодня разделяют не только рядовые граждане, далекие от фондового рынка, но и люди, непосредственно причастные к ней – сегодняшние инвесторы:

«Не просто положил как в банк на какой-то там процент деньги – и там спустя, допустим, три месяца ты получаешь свои дивиденды. А здесь нужно именно принимать очень активное участие. И все, что связано с биржей, нужно постоянно отслеживать... ты должен все время держать руку на пульсе» [фокус-группа с обычными респондентами, Москва].

«Я разговаривал со своими знакомыми – все высказываются таким образом, что заработать можно, только единственно – посвящая этому все свое время. То есть надо сидеть целиком все сессии, без перерыва, чтобы быть в курсе всех трендов, всех изменений» [интервью с действующим инвестором, Москва].

Сказанное выше о мифах и предрассудках сограждан относительно фондового рынка и вложений в ценные бумаги снова возвращает нас (автора и читателей) к сюжету об информированности об основах инвестирования. Безусловно, повышение инвестиционной грамотности и популяризация рынка ценных бумаг среди широких слоев российского населения позволит существенно увеличить интерес людей к инвестированию в акции. Однако такая работа должна проводиться аккуратно, и рассказывать людям следует не только о преимуществах, но и об опасностях и ограничениях инвестиционной деятельности, дабы избежать наплыва на него некомпетентных инвесторов. Наконец, немаловажно сделать работу по информированию населения о возможностях фондового рынка многомерной, рассчитанной на людей с разным уровнем компетентности и ориентированной на разные инвестиционные стратегии – не стоит пытаться сделать биржевого игрока из каждого мелкого инвестора.

⁴³ Здесь и далее по тексту приведены данные из статьи [Преснякова, Стребков 2007].

Литература

- Галицкий Е.Б., Сидорова А.В.* Чем отличаются пользователи Интернета от прочих россиян? // Интернет-маркетинг. 2007. № 3.
- Галицкий Е.Б., Тремаскина О.О.* Рынок частных инвестиций в России: анализ, сегментирование и оценка перспектив. *В печати.*
- Кузина О.Е.* Финансовое поведение населения: Анатомия доверия. 2004 г. http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2005/11/30/0000242821/Finansovoe_povedenie_naseleniya_anatomiya_doveriya.doc.
- Преснякова Л.А.* Инвестиционно-сберегательные инструменты: практический опыт и предпочтения россиян // Социальная реальность. 2007. №3. <http://socreal.fom.ru/?link=ARTICLE&aid=294>.
- Преснякова Л.А., Стребков Д.О.* Азы финансовой культуры: представления об инвестициях в ценные бумаги // Социальная реальность. 2007. №7.
- Стребков Д.О.* Что мешает приходу частного инвестора на российский фондовый рынок? // Неприкосновенный запас. 2007. № 3. <http://magazines.russ.ru/nz/2007/3/st12.html>.

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

М. Аболафия

КАК ВЫРАБАТЫВАЕТСЯ ПОНИМАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА: ИНТЕРПРЕТАТИВНАЯ ТЕОРИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОГО ДЕЙСТВИЯ



Митчел АБОЛАФИЯ

[Mitchell ABOLAFIA] – профессор
университета Олбани, США.

Источник: Abolafia M. Making Sense of Recession: Towards an Interpretative Theory of Economic Action / Nee, V., Swedberg, R. (eds.). The Economic Sociology of Capitalism. Princeton: Princeton University Press, 2005. P. 204–226.

Перевод с англ. А.А. Куракина
под науч. ред. М.С. Добряковой,
В.В. Радаева.

«При анализе действия экономическая теория является лишь одним подходом из многих. Ее необходимо дополнить пониманием политической и административной целесообразности, но прежде всего ей следует использовать опыт и наблюдение, а не полагаться всецело на логические выводы.»

Сэр Алек Кэйрнкросс.

Как следует из вынесенного в эпиграф высказывания [цит. по: McCloskey 1994: 50], теория действия, с помощью которой можно было бы понять основные хозяйственные институты, должна преодолеть упрощенное представление о том, что индивидуальные убеждения, ценности и мотивы определяют действия хозяйственных акторов. И именно экономическая социология призвана разработать такую теорию действия, которая учитывала бы направляющий это действие процесс интерпретации и смогла бы показать, каким образом хозяйственные акторы заключают разнообразные частицы информации (экономической, политической, административной, основанной на личном опыте и т.п.) в когнитивные схемы – причем, отнюдь не индивидуальные, а, напротив, схемы, являющиеся социальными продуктами. Более того, такая теория продемонстрировала бы, что по мере того, как хозяйственные акторы реагируют на изменения внешней среды, они постоянно «переопределяют» прошлое. Подобное переопределение позволяет им лучше понять настоящее и продумать свои будущие действия. Неопределенная и зачастую непредсказуемая природа информации заставляет акторов переключаться на экономические, политические, социальные и психологические критерии принятия решений, придумывать сложные истории для рационализации собственных действий и соотносить эти истории с историями других акторов. Именно такая интерпретативная (прагматическая) теория действия лежит в основе всех моих последующих рассуждений.

В этой статье действие рассматривается на примере одного из основных хозяйственных институтов современного капитализма – Федеральной резервной системы США [U.S. Federal Reserve]. Здесь исследуется то, каким образом банки, входящие в Федеральную резервную систему, принимают решения о покупке или продаже государственных ценных бумаг для стабилизации экономики. Показано также, как экономическая элита, представленная в Федеральной резервной системе, использует плавающие критерии принятия решений, чтобы понять меняющуюся ситуацию, с которой ей приходится сталкиваться. Важной частью этого осмысления ситуации является разработка стратегий, позволяющих убедить участников рынка и политических игроков в обоснованности и эффективности своих действий. В статье будет рассмотрено и то, как двенадцать членов Комитета по операциям на открытом рынке [Federal Open Market Committee], обладающих правом голоса в этом ключевом подразделении Федеральной резервной системы, реагируют на показатели спада в национальном и мировом хозяйстве.

Анализ построен на изучении стенограмм регулярных заседаний Комитета, посвященных обсуждению денежной политики США. Эти заседания проводятся за закрытыми дверями, и предполагается, что их участники не разглашают содержание дискуссий. Одним из следствий такой секретности явилось то, что СМИ представляют председателя Федеральной резервной системы – ныне это Алан Гринспэн [Alan Greenspan] – в качестве гуру, дельфийского оракула, полубога или волшебника. Другое следствие заключается в том, что разработка денежной политики предстает как своего рода мистический процесс. Однако тексты стенограмм, которые я получил по своему запросу на основании Акта о свободе информации [Freedom of Information Act], говорят о том, что процесс утверждения денежной политики на самом деле куда менее загадочен.

Модель выработки смыслов

В попытках объяснить денежную политику Федеральной резервной системы (ФРС) недостатка нет. Обширная подборка статей на эту тему представлена в изданиях под редакцией Т. Мейера [Mayer 1990], Т. Перссона и Г. Табеллини [Persson, Tabellini 1994]. Экономисты-авторы статей, включенных в эти сборники, пытаются выявить связь между исторической траекторией денежной политики ФРС и такими переменными, как давление со стороны Конгресса США и президента, влияние деловых циклов, эффекты репутации и собственные цели ФРС. В статьях отражены попытки реконструировать механизм воздействия факторов, направляющих денежную политику ФРС. Секретность ее деятельности по разработке денежной политики препятствовала пониманию того, какие факторы действительно рассматривались и обсуждались властной элитой в процессе выработки политического курса. Исключение составляют работы Н. Карамузиса и Р. Ломбры [Karamouzis, Lombra 1989], а также Р. Ломбры и М. Морана [Lombra, Moran 1980]. Эти авторы проанализировали краткий Меморандум обсуждений, написанный по итогам заседаний Комитета по операциям на открытом рынке [FOMC]. В их выводах видна явная растерянность по поводу того, что они обнаружили: оказалось, что процесс выработки политики имеет спонтанный характер и очень далек от их представлений об идеальном механизме принятия решений. Ломбра и Моран выразили беспокойство по поводу того, что «FOMC не имеет ни конечных целей, ни разделяемой всеми точки зрения (или модели) относительно эффективности денежной политики» [Lombra, Moran 1980: 42]. Их презрительный тон по поводу отсутствия такой модели хорошо заметен в следующем отрывке из статьи.

«... Без правил и строгих процедур, которые задает аналитическая модель, без формально зафиксированных контрольных значений для нефинансовых переменных формулирование денежной политики зачастую кажется простым «протирающим штаны». Более того, оказывается, что новые члены Комитета довольно быстро приспосабливаются к миру теоретизирования и разработки

политики по принципу ad hoc... Очевидно, что выработанная таким образом политика просто не может быть оптимальной» [Lombra, Moran 1980: 43].

Подобное разочарование сквозит и в словах одного бывшего члена FOMC.

«До моего назначения в Совет управляющих Федеральной резервной системы в 1965 г. я почти двадцать лет занимался исследованиями в области монетарной экономики, преподавал. Я полагал, что хорошо разобрался в том, что делает ФРС и как это влияет на экономику. А здесь очень скоро я осознал, как мало я понимал. Я обнаружил, что хотя ФРС и придерживается определенной философии, у нее нет четких представлений о том, как формируется денежная политика» [Maisei 1973: ix].

Моя собственная оценка политики FOMC, основанная на анализе стенограмм его заседаний с 1982 по 1992 гг., в целом совпадает с приведенными ее описаниями. Но я не разделяю разочарования своих коллег. Напротив, я весьма скептически оцениваю способность какой-либо группы использовать заранее заданные модели для анализа столь сложной и изменчивой среды, и я нисколько не удивлен противоречивой и построенной по принципу ad hoc политикой ФРС. Вслед за К. Кнопп-Цетиной [Knorr-Cetina 1981] я утверждаю, что там, где не существует четких моделей, способствующих лучшему пониманию сложных процессов, плавающие критерии принятия решений предпочтительнее неадекватной конкретности¹. Критерии принятия решений приобретают «плавающий» характер именно потому, что складывающаяся конфигурация соображений и интересов в существенной мере зависит от конкретной ситуации. Каждое последующее решение Комитета принимается исходя из специфического контекста проблемы, решаемой в данный момент. Это своего рода рефлексивный разум, который реагирует на весь комплекс присущих данной ситуации обстоятельств и уникальную комбинацию соображений и интересов. И хотя отдельные решения могут показаться спонтанными, на самом деле они являются частью непрерывающихся усилий, направленных на то, чтобы постепенно прояснить, раскрыть природу хозяйства США и повлиять на него. Вместо презрительного и туманного термина «спонтанное теоретизирование» я предпочитаю использовать предложенный К. Уэйком более позитивный и активный термин «выработка понимания» [sensemaking] [Weick 1995]. Такой подход поможет получить более точную и осмысленную картину процесса интерпретации и конструирования денежной политики США представителями властной элиты. Он также закладывает основу для разработки экономической социологией более плодотворной теории действия.

Выработка понимания ситуации представляет собой постоянные попытки акторов интерпретировать окружающую их среду. Например, Р. Дафт и К. Уэйк отмечают, что «Менеджеры... должны лавировать в океане событий, происходящих вокруг их организации и активно пытаться понять их» [Daft, Weick 1984: 286]. Согласно У. Старбаку и Ф. Милликену, это включает в себя «восприятие, понимание, объяснение, определение, экстраполяцию и, наконец, предсказание» [Starbuck, Milliken 1988: 51]. Объединяет эти процессы то, что «они предполагают заключение стимулов в смысловые схемы..., которые придают этим стимулам определенный смысл» [Starbuck, Milliken 1988: 51]. Следовательно, выработка понимания ситуации представляет собой заключение в смысловые схемы разнообразных и зачастую неопределенных элементов информации. Эти смысловые схемы являются фильтрами, которые позволяют акторам упорядочивать и интерпретировать полученную информацию, выступая в качестве подсказок или руководства к действию. Цель данной статьи состоит в том, чтобы исследовать, как подобные смысловые схемы направляют чиновников ФРС к принятию значимых выводов, а также показать, каким

¹ Это не означает, что моделей денежной политики не существует вовсе, просто члены FOMC, считая их неадекватными, не опираются на них в своих обсуждениях. Экономист и бывший член Комитета Алан Блайндер [Alan Blinder] пишет: «Мы не знаем модели и не знаем целевую функцию, так что мы не можем рассчитать оптимальные правила» [Blinder 1998: 6].

образом эти смысловые схемы используются на групповом уровне для выработки такой экономической политики, которая отражала бы разнообразные и изменчивые политические, экономические, социальные и психологические соображения.

Разрабатываемая FOMC экономическая политика является неплохим примером коллективной выработки понимания ситуации. Заседания, которые проводятся один раз в пять или шесть недель и длятся один–два дня, организуются для того, чтобы поддержать этот непрекращающийся интерпретативный процесс. Каждое заседание начинается с коротких докладов сотрудников ФРС. Такие доклады позволяют наметить экономические и организационные схемы для осмысления текущей ситуации, после чего следует открытое обсуждение текущего положения дел. Члены Комитета предлагают свои собственные смысловые схемы и путем переговоров стремятся выработать единую интерпретацию. Вопреки ярлыкам, навешиваемым СМИ, председатель FOMC вовсе не является ни гуру, ни Свенгали. Его работа заключается в обеспечении консенсуса путем уговоров членов Комитета и достижения компромиссов по мере формирования коалиций. И хотя в качестве председателя он имеет значительное влияние, преимущества, достигаемые при формировании в Комитете явного большинства, ценятся очень высоко и делают его чутким к интересам оппозиции. Затем переговоры переходят в финальную фазу, в ходе которой его участники обсуждают альтернативные стратегии, чтобы выбрать ту из них, которая отражала бы мнение большинства.

Несмотря на очевидную рациональность этого процесса, членам FOMC приходится быть очень осторожными, дабы не переборщить с нею. Полномочия Комитета заключаются в разработке директивы, т.е. инструкции относительно проведения операций на открытом рынке [open market desk] Федерального резервного банка Нью-Йорка, где трейдеры будут покупать или продавать ценные бумаги казначейства для увеличения или сокращения предложения денег. Появление такой директивы вовсе не означает достижение консенсуса при выборе какой-либо определенной стратегии или достижения согласия по поводу ее предполагаемых последствий. Выработка понимания не является столь линейным и столь жестко определенным процессом.

Шерман Майзел [Sherman Maisel], бывший член FOMC, очень удачно это объяснил:

«Тот факт, что директивы в любом случае должны быть изданы, вынуждает Комитет приходить хоть к какому-нибудь согласию относительно финансовой политики, даже если его отдельные члены имеют разные оценки того, к каким последствиям приведет покупка или продажа дополнительного количества ценных бумаг... Например, Комитет может проголосовать за то, чтобы не вносить никаких изменений в директиву. И не будет ничего необычного в том, что два члена Комитета могут проголосовать за то, чтобы не вносить изменений, поскольку они опасаются негативных эффектов для платежного баланса, двое других – потому что они опасаются возможного замедления роста экономики, еще один – поскольку он хочет понизить процентную ставку, а последний – потому что считает, что проводимая политика приведет к повышению процентной ставки, которое он, наоборот, считает весьма желательным» [Maisel 1973: 51].

Какова природа процесса выработки FOMC понимания ситуации? Процитированные выше экономисты монетарного направления явно озабочены тем, что члены Комитета не придерживаются никакой модели или четкой концепции относительно того, как должна осуществляться денежная политика. Я же, напротив, вместо того, чтобы обвинять в невежестве представителей экономической элиты (большинство из которых, кстати, получило более чем приличное экономическое образование и имеет внушительный практический опыт) утверждаю, что они просто выработали прагматичный ответ на необходимость принимать крайне ответственные решения в ситуации повышенной неопределенности. Этот ответ основан на здоровом скептицизме относительно характера наших знаний. Приведенная ниже выдержка из стенограммы заседания FOMC, в которой ставится под сомнение возможность прогнозирования ситуации, является типичным примером присущего членам Комитета скептицизма по поводу предсказательных моделей.

«То, что я говорю, ни в коей мере не ставит под сомнение способность наших сотрудников к составлению прогнозов, так как я считаю, что они принадлежат к числу лучших в этом деле, просто это действительно очень трудное занятие. Третий квартал очень выразительно напомнил мне о всей сомнительности, если можно так выразиться, краткосрочной настройки денежной политики, основанной на экономических прогнозах. Возможно, это и полезное занятие, но очень, очень сложное. Особое внимание мы всегда уделяем темпу роста ВВП, который в тот раз чуть ли не вдвое разошелся с прогнозом, сделанным нами пару совещаний назад».

Скепсис в отношении прогнозов и различного рода индикаторов вырастает из убежденности в том, что подобное знание не имеет надежных оснований. Фактически мы имеем культурно укорененное представление об отсутствии полной определенности и о том, что «интерпретация всегда и заведомо открыта для дальнейших интерпретаций, определений и критики» [Bernstein 1997: 386]. Ломбра и Моран [Lombra, Moran 1980] выражают удивление по поводу того, что новые члены Комитета, многие из которых имели за плечами годы академической работы, столь «быстро ассимилировались» в групповую культуру. В действительности эта ассимиляция скорее означает, что в процессе принятия очень ответственных решений с неясными последствиями скептический подход к выработке понимания ситуации с легкостью одерживает верх над академическими моделями.

Культура FOMC – это культура постоянного индуктивного исследования. Для его членов знание сугубо экспериментально и нуждается в постоянной коррекции. Нет ни начала, ни конца процесса формирования знания, нет и какой-либо абсолютной истины, когда дело касается того, как работает денежная система. Фундаментальная эпистемологическая предпосылка, разделяемая членами FOMC, вступает в явное противоречие с дедуктивным теоретизированием академических экономистов. Эта предпосылка, касающаяся природы познаваемого, была удачно сформулирована Чарльзом Сандерсом Пирсом [Charles Sanders Peirce], представителем философии прагматизма, когда он писал о научном знании в целом: «доверяйте скорее множественности и разнообразию аргументов, нежели убедительности любого из них. Рассуждение не должно превращаться в цепь, которая не сильнее своего слабейшего звена. Это своего рода кабель, чьи волокна хоть и слабы по отдельности, но их много и они тесно переплетены между собой» [цит. по: Bernstein 1997: 387]. Именно такое ощущение ненадежности любого заданного аналитического инструмента приводит к тому, что на заседаниях FOMC переплетаются различные смысловые схемы, и ни одной из них не отдается окончательного предпочтения.

Смысловые схемы являются одним из наиболее важных инструментов выработки понимания ситуации. Это повествовательные абстракции, которые используются для структурирования неопределенности окружающего мира. Они, таким образом, представляют собой нарративную или предписывающую сюжетную линию, которая направляет как анализ, так и действие [Rein, Schon 1996]. Организации создают для своих членов разнообразные смысловые схемы, которые оформляют процесс выработки понимания ситуации. Среди наиболее важных – бюджеты, стратегические планы, препятствия и цели, которые определяют предпосылки последующего принятия решений [Simon 1997; Perrow 1986]. Чуть дальше от поверхности возникает особая лексика, присущая каждой организации, которая задает границы мышления ее членов и служит источником действия [Mills 1940; Starbuck 1983; Weick 1995]. FOMC вырабатывает как цели и специализированный лексикон, так и более общие противоборствующие идеологии.

Но смысловые схемы – это не смиренная рубашка, которая предопределяет поведение акторов, и сами по себе они не в состоянии задавать какой-либо курс. Это просто инструменты, которые используются акторами, чтобы интерпретировать сложные ситуации. И даже эти инструменты должны использоваться гибко и со здоровой долей скепсиса. Применительно к монетарной политике ни экономисты академического толка, ни практики не могут сойтись во мнениях при определении правильной модели или правильного эконометрического метода. Алан Блайндер, нынешний заместитель председателя Совета управляющих Федеральной резервной системы, заметил: «Мы не знаем модели и не знаем

целевую функцию, так что мы не можем рассчитать оптимальные правила» [Blinder 1988: 6]. Результатом подобной неопределенности является необходимость прибегать к переговорам при выборе схожих и противоборствующих смысловых схем, часть которых может сосуществовать в итоговом политическом решении. Возвращаясь к метафоре Ч. Пирса, анализ политики в FOMC похож не столько на цепь логических аргументов, сколько на кабель с множеством волокон. Этот кабель скручивается воедино с использованием трех элементов выработки понимания ситуации: привязки к ней, обсуждения и подачи сигналов. В моей работе будет показано, как все эти три элемента вплетены в единый процесс выработки такого понимания, хотя в каждый отдельный момент один из них может доминировать.

Мой анализ процесса выработки FOMC понимания ситуации основан на стенограммах трех его заседаний, последовательно проведенных во время экономического спада 1982 г. (объем текста – 310 страниц). Именно на этих заседаниях было решено, что пришло время признать всю серьезность проблем в хозяйственной системе – экономический рост замедлился, безработица выросла, а инфляция резко снизилась – и перенести акцент на предложение денег. На первом из этих заседаний члены Комитета выразили мнение, что пришло время увеличить денежное предложение. Это требовало либо корректировки ими же ранее установленных целевых значений роста денежной массы, либо допустить их превышение. Основная часть дискуссии сводилась к выработке единой интерпретации сложившейся ситуации и стратегии увеличения предложения денег.

Привязка к ситуации

Она обозначает процесс встраивания интерпретации в эмпирические данные. Поскольку же данные всегда ретроспективны, члены Комитета используют индикаторы прошлого, чтобы осмыслить будущее. Одним из важных видов такой «привязки к прошлому» в денежной политике является анализ соответствия показателей целевым ориентирам. Их установление является попыткой контролировать денежную массу в экономике США на основе экономических индикаторов, например, агрегированных показателей денежной массы (M1, M2, M3) или краткосрочных процентных ставок (ставок фондов ФРС). Интерпретация динамики индикаторов за предшествующие периоды направляет значительную часть процесса их встраивания в ФРС. Решения о покупке или продаже государственных ценных бумаг основываются на изменении целевых ориентиров. И хотя члены Комитета надеются повлиять на их будущие значения, именно значение недавних прошлых привязок является основой для размышлений. Привязки в свою очередь – это основанные на эмпирических данных инструменты, которыми руководствуются члены Комитета в своем анализе и своих действиях.

К сентябрю 1982 г. FOMC уже почти три года устанавливал целевые ориентиры для M1 и других показателей денежной массы, с успехом снижая уровень инфляции. Следуя монетаристской теории, политика ФРС фокусировалась на поддержании устойчивого роста денежного предложения, измеряемого показателем M1. Но летом 1982 г. высокая волатильность M1 сделала его значение слабо предсказуемым, и его использование в качестве привязки для принятия решений было поставлено под сомнение. Результатом стала своего рода «битва мировоззрений». Противоборствующие позиции в FOMC представлены ниже его членами – г-ном Блэком и г-жой Титерс. Первый, монетарист, выступал за строгое следование значениям параметра M1, в то время как его оппонент ратовала за большую гибкость и призвала обратить внимание на ставку процента как на более приемлемый целевой ориентир. (Далее приводятся тексты стенограмм.)

«Г-н Блэк: Господин председатель, поскольку мы, наконец, вернулись к целевому диапазону значений параметра M1, я думаю, нам нужно сконцентрировать внимание на том, как сохранить его

внутри этого диапазона... Я решительно против того, чтобы из формальных соображений повышать это значение, выходя за рамки целевого диапазона.

Г-жа Титерс: Мне бы очень не хотелось, чтобы вновь повышалась ставка процента, так как я полагаю, что людям нужно некоторое облегчение, о котором мы говорили все это время... Нам следует быть максимально гибкими и рассматривать все имеющиеся индикаторы, дабы убедиться, что мы не обвалим ставку процента до нуля или неожиданно не вернем ее обратно к 15% ... Так что мне кажется в настоящее время более важным делом – небольшая смена акцента с обеспечения резервов и роста денежного предложения к более постоянной ставке процента по федеральным фондам» [FOMC 1982B: 25].

Критика использования M1 пошла дальше требований обеспечения гибкости в установлении целевых ориентиров и переросла в ощущение того, что сам этот индикатор, который еще недавно серьезно влиял на принятие решений Комитетом, не поддается четкой интерпретации, т.е. утратил свое значение для выработки понимания ситуации.

«Г-н Моррис: Господин председатель, только что мы обсуждали проблему, связанную с параметром M1, с которым мы слишком крепко связаны. Я услышал мнение нескольких человек о том, что наша политика стала слишком жесткой, и мы ничего с этим не можем поделать. Мне кажется, что мы действительно находимся в незавидном положении. Это значительно прояснило для меня ситуацию, и я пришел к заключению, что M1 больше не может считаться надежным ориентиром в нашей политике. Я бы порекомендовал всем нам принять эту точку зрения или по крайней мере рассмотреть ее. Она поможет прояснить такие вопросы как современные требования резервирования и многие другие. Посмотрите, в последний год параметр M1 рос медленнее других параметров и медленнее наших ожиданий. Мы не понимали, почему он так медленно рос в прошлом году. И хотя я не очень хорошо помню прошлые дебаты, мы пересматривали наши ориентиры по M1 для 1982 г.

Г-н Парти: Да, но мы тогда подробно это обсудили.

Г-н Моррис: Разве? Ладно, но тогда мы, очевидно, пришли к ложному выводу» [FOMC 1982A: 15].

С октября 1979 г. по лето 1982 г. США руководствовались в своей денежной политике принципами «практического монетаризма» – философской концепцией, в соответствии с которой установление целевых ориентиров концентрировалось на решении единственной задачи: достижении надежного, стабильного темпа роста денежной массы с помощью строгого следования монетаристскому плану. Применение этой смысловой схемы, использующей M1 в качестве основной привязки, позволило сократить инфляцию и при этом избавить ФРС от обвинений в поддержании высоких процентных ставок. Представленная выше дискуссия отражает тот факт, что этот индикатор все больше начинают оценивать как ненадежный и, возможно, даже вводящий в заблуждение. Когда группа, принимающая решения, «привязана» к таким индикаторам как к решающему фактору, она становится их заложником. Идентичность группы, ее самосознание и доверие к ней извне увязываются с хорошо видимым показателем. Таковым стал показатель M1, на основе которого формировались рассуждения членов Комитета об экономике и о том, какие меры в отношении ее следует принимать. На третьем заседании, состоявшемся 6 октября 1982 г., Комитет, хотя и с некоторыми сомнениями, но уже был готов отказаться от привязки к индикатору M1, что, впрочем, не означало обязательной отмены всей уже построенной смысловой схемы. Приведенные ниже выдержки из стенограммы заседания Комитета показывают, что первый из цитируемых ораторов все еще упорствует, а второй уже выстраивает стратегию возможного «запуска» изменений.

«Г-н Руз: ...Я считаю, что предпринимаемые нами сегодня действия вне всякого сомнения будут восприняты как серьезная смена курса. Не думаю, что нам удастся скрыть тот факт, что мы, хотя и временно, но отказываемся от установления точного целевого ориентира, который позволял бы предсказывать цены и объемы производства лучше, чем другие переменные. Несмотря на возможные возражения с нашей стороны, скоро станет очевидным, что мы идем к тому, чтобы сделать более явный акцент на контроле ставки процента по фондам ФРС. И я думаю, что рынки это неправильно воспримут. Это будет увязано с грядущими выборами. Я считаю, что выгоду получают те, кто до сей поры отсиживался в тени и ожидал, что рано или поздно мы отступим от существующего курса.

Заместитель председателя Соломон: Я думаю, что это довольно важное совещание FOMC. Раньше я полагал, что у нас есть время где-то до 1986 г., прежде чем темпы дерегулирования и инноваций подведут нас к этой точке... Я сознаю, что это вызовет массу вопросов, причем не только

в финансовых, но и в более широких кругах. Я не думаю, что последует лавина критики (все-таки у нас хорошая репутация), но неизбежно встанет вопрос о том, что все это означает с точки зрения долгосрочной антиинфляционной политики. И мне кажется, мы должны найти нужные слова, чтобы выразить наши долгосрочные обязательства и наши предположения, что инфляция будет по-прежнему снижаться» [FOMC 1982c: 48–49].

Привязки к ситуации, как и другие стороны организационной культуры, очень консервативны и инерционны. Однажды возникнув, они с трудом подвергаются изменениям. Тем не менее, весьма прагматичные члены FOMC не «заикливались» на монетаристской смысловой схеме. За исключением нескольких идеологических сторонников монетаризма, опасавшихся, что отказ от целевого ориентира, выраженного параметром M1, снова вызовет инфляцию, казалось, что большинство членов Комитета более беспокоится о воздействии на оздоровление экономики высоких процентных ставок. Действительно, как показывает нижеследующая выдержка из стенограммы, некоторые из тех, кто защищал параметр M1 на первом заседании, рассматривали его скорее как заслон от общественной критики по поводу высоких процентных ставок, нежели как эффективный инструмент контроля за денежной массой.

«Г-н Моррис: Я считаю, что будет нашей большой ошибкой объявить о том, что мы снова хотим заморозить процентные ставки. За последние несколько лет мы твердо усвоили тот факт, что установление промежуточных целевых ориентиров для денежной политики защитило центральные банки (и не только нас с вами – немцы сказали то же самое на встрече в Нью-Йорке, да и англичане, и канадцы, и другие) от прямой ответственности за процентные ставки, и я думаю, что это усилило позиции проводившейся политики. Отказ, пусть даже незначительный, от этого принципа будет серьезной стратегической ошибкой» [FOMC 1982a: 56].

Как следует из этого высказывания, привязки к определенным индикаторам имеют как экономическое, так и политическое измерения. Они используются не только для усиления процедур анализа сложного объекта и для управления действиями, но также (возможно даже в большей степени) для конструирования ожиданий внешних заинтересованных игроков. В нашем случае члены FOMC избежали критики за высокие процентные ставки в 1970-х гг., сфокусировавшись на параметре M1. Они сумели привлечь критиков на свою сторону и мобилизовать поддержку существующей смысловой схемы. Эти заинтересованные игроки, в первую очередь участники рынка облигаций, но также Конгресс и Администрация президента, тратят значительные ресурсы, предсказывая и интерпретируя экономические действия на основе выдвинутых ФРС привязок, для того, чтобы ее политика обретала смысл в глазах окружающих. Но это оказывает и обратный эффект: руководители ФРС тоже пристально следят за тем, как заинтересованные игроки интерпретируют ее собственные действия. Все это свидетельствует о том, что привязка к ситуации – нечто гораздо большее, чем просто аналитический инструмент. Эти индикаторы живут своей жизнью, их эффективность основана на том, что заинтересованные игроки в них верят, а потому срабатывает эффект само собой сбывающегося пророчества. Именно по этой причине от такого индикатора столь трудно отказаться.

Обсуждение

Большая часть содержания экономической литературы о денежной политике базируется на теоретической фикции, согласно которой политика ФРС «осуществляется как единая функция максимизации на основе четко определенных предпочтений» [Blinder 1998: 22]. Напротив, стенограммы заседаний ее Комитета говорят о том, что решения принимаются собранием людей, обладающих собственным мнением, имеющих довольно смутные и изменчивые предпочтения, людей, которые часто идут на компромисс, чтобы достигнуть согласия.

Блайндер, который был членом FOMC в середине 1990-х гг., описывает коллективную природу принятия решений следующим образом.

«Работа в FOMC постоянно напоминает мне о нескольких вещах, которые, наверно, все из нас знают о подобных комитетах: что они с трудом обобщают индивидуальные мнения; они не могут обойтись без лидера; они склонны занимать компромиссную позицию по трудным вопросам; они (возможно, в силу всего вышеперечисленного) весьма инерционны» [Blinder 1998: 20].

Применяемый мною подход к анализу процесса выработки понимания ситуации заменяет предпосылку индивидуальной максимизации анализом группового обсуждения и акцентирует внимание на динамике согласования, необходимого для достижения консенсуса. Изменение мнений членов Комитета на каждом его заседании наводит на мысль об отсутствии у них устойчивых предпочтений. Члены Комитета обсуждают преимущества различных аргументов, выделяя как теоретические, так и практические аспекты, затрагивая политические, административные и экономические вопросы. Это не столько процесс агрегирования индивидуальных предпочтений, сколько обсуждение неопределенной реальности.

Такое обсуждение начинается в момент открытия каждого заседания и продолжается вплоть до начала голосования. В нем смысловая схема соединяется с итоговым вариантом стратегического действия, устанавливаемым по результатам каждого заседания. Коллективная выработка понимания ситуации происходит именно в процессе обсуждения. Именно путем проговаривания устанавливается значение смысловых схем и согласовывается направление действий. Уэйк [Weick 1995] называет это «выработкой понимания как процесс аргументации». В результате обсуждения снижается неопределенность и, что более важно, устанавливается, какая интерпретация (интерпретации) событий ляжет в основу политики и станет публичной. Поскольку члены Комитета рассматривают множество аргументов, обсуждение используется для того, чтобы отобрать, скомбинировать и связать их друг с другом. Это задача не поиска правильного варианта, а связывания вместе множества различных нитей аргументации для достижения консенсуса.

Важно отметить, что процесс обсуждения в Комитете некоторым образом ритуализирован. Он подчиняется неким правилам, представлениям и процедурам взаимодействия – согласуемому порядку [negotiated order] [Strauss 1978; Maines 1977; Fine 1984]. Так, повестку заседания FOMC определяет председатель; каждому, кто поднимает руку, предоставляется слово; от всех членов Комитета ожидается участие в обсуждении; голосование не начнется, пока не будет достигнуто согласие большинства членов. Эти правила и представления формируются структурными характеристиками объекта. Закон о Федеральной резервной системе предусматривает наличие в Комитете двенадцати членов с правом голоса, включая председателя. Формирование большинства в такой группе неизбежно порождает дискуссии. Относительное равенство статуса членов Комитета (один человек – один голос) приводит к тому, что все высказываются по очереди. Чрезвычайная важность принимаемых решений, видимость их последствий и сложность решаемых задач вызывают обширную дискуссию, занимающую почти целый день, а иногда и переносимую на следующий день.

На ход обсуждения влияет наличие различий или, напротив, общность мнений его участников. Разнообразие мнений в Комитете обеспечивается комбинацией ряда факторов: ротацией его членов, назначаемых президентом, сменой приоритетов в монетаристской экономической теории и изменениями в хозяйстве. Однако это разнообразие ограничено тем, что до назначения в Комитет большинство его членов либо работали в ФРС, либо преподавали монетарную экономику, либо делали то и другое. Единственная группа интересов с формальным представительством в FOMC – это банкиры с пятью голосами из двенадцати, которые принадлежат президентам региональных Федеральных резервных банков². Летом 1982 г. Комитет состоял из небольшой группы убежденных монетаристов,

² Семь из двенадцати членов FOMC назначаются президентом США. Каждый из них занимает должность в течение четырнадцати лет, т.е. срок, гораздо дольше президентского. Остальные пять являются президентами федеральных резервных банков в регионах. Эти пять мест поочередно

более представительной группы монетаристов-прагматиков и маленькой группы кейнсианцев, озабоченных скорее экономическим ростом, нежели ростом инфляции. Несмотря на эти ярлыки всех их можно назвать прагматиками в той степени, в какой они готовы к компромиссу для достижения консенсуса. Как заметили уже цитированные нами Ломбра и Моран, «новые члены Комитета довольно быстро ассимилируются в мир теоретизирования... по принципу *ad hoc*».

Каждое заседание FOMC начинается с кратких докладов штатных экономистов и менеджеров о состоянии внешних и внутренних операций. После этого председатель объявляет начало открытой дискуссии и, задавая тон собранию, обращается к членам Комитета: «Кто хочет высказать какие-либо комментарии или задать вопросы, в особенности касающиеся экономической ситуации, а также предложить более общие вопросы или комментарии в отношении стратегических решений, которые нам предстоит принять?» [FOMC 1982a: 2]. Председатель предоставляет слово желающим, и дискуссия начинается. Участники заседания, настроенные на выработку общей позиции, часто примыкают к мнению других членов Комитета или начинают причислять других к своему лагерю.

«Г-н Райс: Господин председатель, многое из того, что я хотел сказать, уже было хорошо изложено Джерри Корриганом. Я думаю, что основная трудность и основная причина, ставящая нас перед нынешней дилеммой, состоит в текущем уровне процентных ставок. Я согласен с Чаком Парти, что наша основная задача – найти такую стратегию денежной политики, которая минимизировала бы вероятность вызванных ею экономических шоков... Моя позиция заключается в том, чтобы постараться выбрать меньшее из зол, а им я считаю то, что предложил Тони (Соломон): мы придерживаемся текущих целевых ориентиров, но оставляем за собой право, если это необходимо, превысить их – я бы даже сказал существенно. Я очень рад наблюдать такую гибкость среди коллег за этим столом, причем ее проявили и те, от кого это было трудно ожидать» [FOMC 1982s: 21].

Из этого короткого высказывания видно, что г-н Райс, не называя точно числа своих сторонников, всячески старается показать, будто выражает позицию большинства. Несмотря на попытки многих участников заседания примкнуть к мнению большинства, отказ от жесткой денежной политики не проходит безболезненно. Следующий отрывок из стенограммы заседания Комитета показывает, каким образом Нэнси Титерс дает понять, что ее больше заботит экономический рост, нежели инфляция. Она подчеркивает категоричность своей позиции такими словами как «недопустимо» и «катастрофа».

«Г-жа Титерс: Я выступаю за понижение ставок процента. Я даже не рассматриваю возможность их роста, потому что это просто недопустимо. Поэтому я склоняюсь к тому, о чем говорили Прес и Чак, но только выражу это несколько более резко. Если мы добьемся увеличения скорости обращения денег, то доведем это дело до конца и сможем добиться падения процентных ставок, что, как мне кажется, является необходимым условием для поддержания нашей экономики на плаву и избегания приближающейся катастрофы» [FOMC 1982a: 46].

Билл Форд, монетарист, не согласен с этим и открыто выступает против нарастающего беспокойства по поводу роста процентных ставок. Неожиданно оказавшись в меньшинстве, он сочетает в своей речи нотки смирения и критики. Он мягко поддразнивает пессимистов, полагающих, что пришло время сконцентрировать внимание на вопросах экономического роста, однако по поводу намерения установить предельные значения процентных ставок высказывается весьма категорично. Эта мера, по его мнению, равносильна установлению контроля над ценой денег. Такое сильное сопротивление г-на Форда и некоторых других членов Комитета делает невозможным какие-либо компромиссы.

«Г-н Форд: Я ощущаю довольно интересную перемену в настроениях Комитета. Сначала я скажу о том, с чем согласен. Я был рад услышать как Вы, господин председатель, отметили, что все же существует возможность оживления нашей экономики. Вероятно, я кажусь безнадежным оптимистом, но я всегда замечал, что экономисты склонны к унынию, а наличие экономического подъема они признают только после того, как он уже действительно состоялся. Я же упорно храню

занимаются президентами всех таких банков. Как раз они и были в 1982 г. наиболее непримиримыми противниками инфляции.

надежду на то, что наша экономика сейчас находится в стадии оживления. Это видно по основным индикаторам и по всем другим позитивным признакам, которые можно заметить, если быть хоть немного оптимистичным. Возможно, экономика уже растет. Конечно, возможен и худший вариант, о чем все говорили. Его нельзя недооценивать или вовсе игнорировать. Я ни в коем случае не являюсь сторонником высоких процентных ставок, но категорически против даже малейшего намека на установление для них максимального порога, в особенности я против установления порога на существующем или даже более низком уровне, как это предлагали некоторые из выступавших передо мной коллег» [FOMC 1982a: 47].

Когда позиции большинства и меньшинства участников заседания прояснены, председатель начинает более настойчиво фиксировать те пункты, по которым возможно достижение компромисса. Из следующего отрывка стенограммы видно, как происходило обсуждение верхней границы ставки процента. Г-да Форд и Блэк, представляющие меньшинство, настаивают на 16%. Г-н Грэмли предлагает компромиссный вариант, согласно которому в случае, если до следующего заседания Комиссии ставки процента по фондам ФРС превысят 15%, председатель созывает для консультации заочное внеочередное совещание в режиме телеконференции. Те, кто склонен к компромиссу, примыкают к побеждающей стороне. И как только председатель чувствует, что сформировалось явное большинство, он запускает процедуру голосования.

«Г-н Грэмли: Если все согласны с тем, что председатель созывает внеочередное совещание в случае, если ставка превысит 15%, то это и должен быть верхний предел диапазона. Нам не следует говорить одно, а иметь в виду что-то совсем другое. Если вы собираетесь откладывать внеочередное совещание, пока ставка не достигнет 16%, то меня это совсем не устраивает.

Председатель Фолькер: Должен признаться, что и меня тоже. В конце концов, может случиться так, что мы позволим ставке достигнуть 16-процентного рубежа. Но я убежден, что именно при этой отметке необходимо все еще раз хорошенько осмыслить.

Г-н Мартин: Я полагаю, что внеочередное совещание при превышении ставкой уровня 15% позволит нам реагировать более гибко, так что я поддерживаю это предложение.

Г-жа Титерс: При достижении процентными ставками своего потолка, мы никогда не препятствовали их дальнейшему росту. Проведение внеочередного совещания само по себе не приведет к их закреплению ниже намеченного уровня.

Председатель Фолькер: ...Итак, кто считает приемлемым диапазон от 10 до 15%?»

В этой дискуссии г-н Фолькер поддерживает г-на Грэмли, чтобы достичь приемлемого компромисса. Такие усилия по достижению компромисса вызваны обязанностью Комитета издать директиву для отдела по операциям на открытом рынке, которой он будет руководствоваться при купле-продаже ценных бумаг казначейства в течение следующих шести недель. Именно на этом этапе заседания г-н Фолькер, председатель, начинает использовать свои должностные позиции. Он заявляет, что не хочет, чтобы процентная ставка достигла 16%, смягчая свое несогласие с меньшинством с помощью оборота «Должен признаться...» Учитывая как статус, так и публичную роль председателя, он обладает прерогативой отстаивать свою позицию более настойчиво, нежели остальные. На июньском и августовском заседаниях FOMC г-н Фолькер сдерживался и отстаивал компромиссный вариант до конца каждого заседания. В октябре же он с самого начала занял решительную позицию, призывая отказаться от параметра M1 [Abolafia 2002].

Подача сигналов

По мере продолжения обсуждения и постепенного вырисовывания контура денежной политики, дискуссия начинает фокусироваться на формулировке этой политики, приемлемой для внешних пользователей, т.е. на подготовке убедительных выводов для общественности. Члены FOMC прекрасно осознают, что любые исходящие от него слова и действия пристально выслушиваются и анализируются в обществе. Наблюдатели за действиями ФРС в банках, брокерских фирмах и СМИ образуют целую своеобразную индустрию, и они будут препарировать каждый поступающий от нее сигнал или даже подобие такового. Корпорации, правительство и частные инвесторы при принятии решений об инвестировании будут

опираться в основном на решения FOMC. Если Комитет хочет устанавливать нужный, по мнению его членов, экономический климат, он должен, насколько это возможно, контролировать посылаемые им сигналы. Как минимум треть времени на каждом заседании FOMC отводится на формирование мнения окружающих о его работе. Основная часть работы по трансляции понимания ситуации [sensegiving] [Gioia, Chittipeddi 1994] осуществляется через разработку директивы, которую Комитет посылает отделу по операциям на открытом рынке. Следующая выдержка из стенограммы показывает опасения, высказываемые членами FOMC относительно того, как будут интерпретироваться их действия. Это типично для дискуссии, которая продолжалась с того момента, когда летом 1982 г. FOMC попытался изменить свой курс на более мягкий вариант денежной политики.

«Г-н Руз: Я не думаю, что надо повторять о заинтересованности всех, кто собрался за этим столом, в более низких процентных ставках. Но на ставку процента очевидным образом влияет то, как финансовые рынки воспринимают те сигналы, которые мы посылаем, или те, что, как им кажется, мы посылаем. Я считаю, что любые формулировки в директиве, которые могут быть поняты, пусть даже на какое-то время, как сигнал возврата к политике, ставящей во главу угла контроль над ставками процента – установление потолка для процентных ставок или что-то в этом роде, – будут иметь самые разрушительные последствия, так как люди будут говорить, что мы опять беремся за старое (особенно после того, как они увидели, какое влияние на инфляцию произвела смена нашего курса в 1979 г.). Я думаю, что в историческом аспекте рынки в последнюю очередь захотят возврата к скрупулезному методу осуществления экономической политики, основанному на контроле над процентной ставкой, а именно так может быть воспринята наша гибкость» [FOMC 1982a: 48].

Одним из аспектов выработки адекватных сигналов является анализ психологии рынка, т.е. предсказание реакции финансового сообщества на действия FOMC для того, чтобы воздействовать на эту реакцию. Именно этим озабочены члены Комитета. Это сильно напоминает стратегическую игру, в которой они стараются предугадать ожидания и возможные действия участников рынка. В отличие от предыдущего этапа обсуждения, когда рассматривался общий курс денежной политики, здесь вообще не ссылаются на эмпирические данные. Подача сигналов – это наиболее интуитивный аспект выработки понимания ситуации. Члены Комитета здесь в большей степени полагаются на свой опыт. В следующей выдержке из стенограммы приводятся высказывания г-на Баллеса о приемлемом диапазоне для параметра M1, а также о том, стоит ли объявлять о намерении Комитета его превысить. Выступающего заботят возможные непредсказуемые последствия подобного заявления.

«Г-н Баллес: Я поддерживаю как заявление об увеличении диапазона M1 на 1982 г., так и допущение его небольшого превышения до некоторого значения. Но если мы просто скажем, что согласны допустить некоторое превышение и не объявим, что не собираемся корректировать диапазон, то если превышение действительно произойдет, на рынке начнут полагать, что мы будем его корректировать. А это в свою очередь приведет к ожиданиям ужесточения денежного курса в последующие недели и месяцы. Участники рынка будут стараться предвосхитить это ужесточение мер с нашей стороны. Так что, господин председатель, мы в этом отношении находимся не в самом простом положении» [FOMC 1982a: 49].

Члены FOMC не занимаются простым предсказанием реакции рынка на свои действия. Другой аспект анализа психологии рынка заключается в контроле над его ожиданиями. Г-н Баллес указывает на то, что если FOMC не объяснит, что он ожидает превышение установленного диапазона, и денежное предложение действительно будет расти быстрее, чем предполагалось, тогда, ориентируясь на старый способ регулирования, рынок будет ожидать ужесточения денежной политики. Следовательно, Комитет должен взять под контроль рыночные ожидания, открыто заявив о допустимости превышения установленного диапазона и тем самым кардинально изменив курс последних трех лет. При господстве монетаризма целевые значения параметра M1 были неприкосновенны, а уровень инфляции имел первоочередное значение. Отмена когда-то неприкосновенной смысловой схемы нарушает привычные ожидания заинтересованных игроков [stakeholders] и создает новые очаги напряжения в сигнальном механизме. Это напряжение отражает тот факт, что ФРС пытается балансировать между конкурирующими задачами обеспечения экономического роста и

стабильности цен. Г-н Баллес предполагает, что рынок будет ожидать прежнего переопределения равновесного состояния.

Члены Комитета стараются взять под контроль рыночные ожидания, проясняя подаваемые им сигналы. FOMC постоянно беспокоит то, что стоящие за каждым сигналом намерения запросто могут быть неадекватно интерпретированы или неправильно поняты. И хотя, как было показано, члены Комитета обеспокоены возможными ожиданиями рынка в отношении ужесточения регулирования из-за приверженности монетаристским принципам, нижеследующая выдержка из стенограммы свидетельствует об опасениях, что рынок станет ожидать смягчения регулятивных мер. Члены FOMC озабочены тем, что упор на уровень процентных ставок будет ошибочно интерпретирован как возврат к уже дискредитировавшим себя методам денежной политики.

«Г-н Уоллич: Возможно, сигнал о том, что мы оберегаем процентные ставки, т.е. о том, что мы не собираемся мириться с их ростом, будет более предпочтительным, но рынок может с таким же успехом отреагировать и противоположным образом, если люди подумают, что мы опять закрепляем ставки. Они подумают, что мы собираемся наводнить экономику ликвидностью, как мы уже делали в прошлом, и тогда может оказаться, что мы сами себя стреноживаем» [FOMC 1982a: 50].

«Г-н Мартин: Потребитель не разбирается в технических тонкостях. Если вы начнете говорить с ним о скорости денежного обращения, он будет смотреть на вас стеклянными глазами. Я думаю, что потребитель понимает, что если мы поднимаем целевые ориентиры, то мы, возможно, начинаем либерализацию экономической политики, и он может посчитать, что это плохо. Я не думаю, что он когда-либо поймет наши объяснения о превышении диапазона, как бы доходчиво они ни были представлены, и кто бы их ни давал...» [FOMC 1982a: 17].

Члены FOMC беспокоятся, что их объяснения слишком сложны и что пристрастные наблюдатели отыщут такие новые тенденции в экономической политике, которые на самом деле не предусмотрены. Приведенные выдержки из стенограммы говорят о том, что процесс трансляции смыслов и подачи сигналов очень тонок. Боязнь оказаться неверно понятыми сдерживает Комитет в словах и действиях. Его члены ожидают определенного недопонимания. В результате их заявления часто уклончивы, что препятствует четкому выражению их намерений и уменьшает однозначность их интерпретации. Действия Комитета, возможно, более консервативны, чем могли бы быть при отсутствии беспокойства по поводу реакции рынка.

Тактика анализа психологии рынка опирается на более глубокую цель подачи сигналов: поддержание репутации ФРС, вынужденной прежде всего сохранять легитимное положение в создавшем ее Конгрессе. Но необходимо стремиться убедить различных заинтересованных участников рынка в серьезности намерений руководителей ФРС в отношении контроля над инфляцией. В результате принятия в октябре 1979 г. монетаристской доктрины в течение трех лет FOMC подтверждал свою решимость уменьшить темпы инфляции. Потребовалось немало времени, чтобы убедить участников рынка в том, что ФРС будет твердо следовать жесткой денежной политике и не ослабит ее даже под политическим давлением. Поэтому понятно нежелание членов Комитета потерять доверие к себе, которое они завоевали с таким трудом, преследуя монетаристские цели.

Г-н Руз дошел до того, что опросил посетителей своего регионального резервного банка, включая «совет директоров, двенадцать казначеев крупнейших компаний и, напоследок, пять глав крупнейших банков», задав им вопрос: стоит ли ФРС допускать превышение своего целевого ориентира или лучше поднять верхние значения диапазонов, и получил следующий ответ.

«Они сказали: Ради всего святого, не поднимайте значения диапазонов, потому что, если вы так сделаете, это будет воспринято как явный знак того, что вы смягчаете свою антиинфляционную политику. Это было всего лишь мнение группы людей, но они почувствовали, что угроза потери доверия к Комитету будет существенно меньше, если мы допустим небольшое превышение установленных нами целевых значений, нежели объявим об их корректировке. И я с ними согласен».

Ему вторил г-н Корриган.

«Г-н Корриган: Я бы предпочел оставить все как есть. Я думаю, что изменение диапазонов, особенно при таком состоянии фискальной сферы, с большой вероятностью повлечет за собой риск серьезного подрыва доверия, когда все то, что было достигнуто, окажется под угрозой. Я не хочу все это потерять».

Речь, таким образом, идет о стремлении не растерять расположение, которого ФРС так упорно добивалась все эти годы. Эффективность работы ФРС связана с верой участников рынка в то, что она будет действовать последовательно. Эта вера способна превращаться в сами собой сбывающиеся пророчества, когда хозяйственные акторы начинают ограничивать или повышать свои расходы, исходя из ожиданий, вызванных приверженностью ФРС тому или иному экономическому курсу. Члены FOMC очень серьезно относятся к его репутации, которая является не просто характеристикой организации, но ощущается как важная часть личной идентичности. Члены Комитета всегда на виду в финансовом мире, и их приверженность антиинфляционной политике часто ставилась под сомнение. Нижеследующий отрывок из стенограммы фиксирует обращение г-на Руза к председателю FOMC Фолькеру – поистине легендарной фигуре. Фолькер отвечает ему скромно, но важность личной идентичности все равно преуменьшать нельзя.

«Г-н Руз: Пока все идет как надо, по крайней мере сейчас, почему бы нам не сформулировать эту директиву в сущности как предыдущие? Другими словами, почему бы нам не постараться избежать всего того, что может подразумевать любой отход от этой директивы? Я полагаю, что весь мир считает, что Вы проделали огромную работу с 1979 г., выведя Комитет на нынешние позиции, и я просто...

Председатель Фолькер: Очень небольшая часть мира?

Г-н Руз: Моя часть мира.

Г-н Блэк: В Сент-Луисе!»

Заключительной частью подачи сигналов является словесное оформление: тщательное составление текста, который предназначен именно для того, чтобы его интерпретировали. Члены Комитета стараются представить, как участники рынка воспримут отдельные формулировки директивы. С их помощью решаются особые задачи: обеспечение гибкости, ясности или, наоборот, намеренной двусмысленности ее текста. Соккрытие своих предпочтений – самый надежный способ избежать неверного истолкования. В следующей отрывке из стенограммы заседания FOMC председатель Фолькер высказывается в пользу выжидательной позиции и предлагает поискать такой курс, который бы предоставил Комитету максимальную свободу в ужесточении или смягчении методов регулирования денежной политики. Он хочет заменить детализацию диапазона значений ставки процента заверением, что Комитет примет надлежащие меры при возникновении экстремальных колебаний на рынке. С этой целью он предлагает для директивы новые формулировки.

«Председатель Фолькер: Если честно, я не знаю, как это все сформулировать, но что бы я сделал (позвольте мне немного поэкспериментировать), так это убрал бы последнее предложение целиком и вместо него вставил бы что-нибудь вроде следующего: Председатель может созвать Комитет для консультации, если окажется, что достижение целевых ориентиров и связанных с ними резервных параметров вероятнее всего связано с необычной волатильностью на кредитных рынках. Это можно будет трактовать по-разному. Я не хочу туда вставлять слова о диапазоне значений ставки процента по федеральным фондам, так как считаю это нереалистичным» [FOMC 1982b: 29].

Членов Комитета смущает употребление Фолькером словосочетания «необычная волатильность»: есть опасения, что оно может быть воспринято как сигнал крайней неустойчивости финансовых рынков.

«Заместитель председателя Соломон: Если мы используем словосочетание «необычная волатильность», мы не указываем никаких диапазонов...

Г-н Парти: Вопрос в определении этой «необычной волатильности».

Г-н Мартин: Мы имеем дело с очень неясным термином.

Г-н Блэк: Да, любая изменчивость необычна, но некоторые случаи менее обычны, чем другие.

Председатель Фолькер: Это должно быть что-то очень необычное, чтобы казаться таковым в сравнении с тем, что творилось у нас!

Г-н Уоллич: Прочитав это через семь недель, участники рынка могут решить, что мы посчитали банковскую систему еще более чувствительной, чем она им кажется. Я не уверен, что это подает хороший сигнал по факту совершившегося события» [FOMC 1982b: 33].

Через несколько минут участники дискуссии сошлись на том, что использование этого термина зависит от того, насколько плохим можно считать действительное положение дел. Применение такого рода понятия может стать самосбывающимся пророчеством. Волатильность может возрасти, поскольку пошатнется вера хозяйственных акторов в финансовые институты и рынки в целом. Только наиболее либеральный член Комитета, Нэнси Титерс, кажется, готова послать более определенный сигнал, который отстаивает г-н Фолькер. Председатель FOMC оказывается в меньшинстве.

«Г-н Корриган: Меня все более и более беспокоит эта формулировка. Скажу еще раз. Сама суть у меня не вызывает нареканий, но этот язык, эта предвосхищающая события формулировка о необычной волатильности или нестабильности или что там еще мы вставим, подразумевает, как мне кажется, что в один прекрасный момент она может превратиться в самосбывающееся пророчество.

Г-н Форд: Рынок будет озадачен, почему мы это сказали.

Г-н Корриган: Сначала она мне нравилась, но чем дальше, тем больше я ее опасуюсь. Я сомневаюсь, что это подходящий вариант.

Председатель Фолькер: Я не уверен, что правильно Вас понял.

Г-н Корриган: Я считаю, что когда эта формулировка будет опубликована, даже спустя некоторое время, она будет таить в себе некоторую опасность (которую до нашего нынешнего обсуждения я не осознавал), что мы говорим внешнему миру о том, будто ситуация гораздо хуже, чем кажется.

Г-жа Титерс: Я считаю, что она довольно-таки скверная.

Председатель Фолькер: Да.

Г-н Корриган: Именно это меня и беспокоит. Чем больше я слушаю коллег, тем более убеждаюсь в том, что это все равно, что «дразнить быка красной тряпкой».

В конце концов, г-н Фолькер отступил. Все закончилось тем, что для ставки процента по фондам ФРС был утвержден диапазон от 7 до 11%. Заключение г-на Фолькера было следующим: «Мне это не особенно по душе, но если вы так хотите, пусть так и будет. Давайте голосовать» [FOMC 1982b: 41]. Как мы видим, председатель не может диктовать свои условия и должен двигаться в направлении достижения общего консенсуса. На следующем заседании, в октябре 1982 г., г-н Фолькер взял на себя инициативу по проведению серьезных институциональных изменений [Abolafia 2002]. Его агрессивное давление с самого начала октябрьского заседания говорит о том, что он пытался подготовить предпосылки для смены политики. На этом заседании, по итогам которого было принято решение о серьезных изменениях денежных показателей, обсуждение формулировок директивы Комитета заняло более половины всего отведенного на него времени.

Основные результаты

Выработка понимания ситуации не происходит в вакууме. Всегда существует более широкий контекст, формирующий смысловые схемы, которые используются производителями смыслов. С одной стороны, ФРС является органом федерального правительства США, а с другой – частью финансового сообщества. Как орган правительства FOMC регулирует денежное предложение и отвечает за поддержание стабильных цен и обеспечение экономического роста. В этой области экономической политики сильно заинтересованы и Конгресс, и президент. В нескольких исследованиях были предприняты попытки установить

связь между политикой ФРС и институциональным давлением [см. например: Wooley 1984; Harvilesky 1988; Willett 1990; Beck 1990a, b]. Несмотря на все подозрения журналистов, есть мало оснований полагать, что ФРС, особенно при администрации Р. Никсона, манипулировало предложением денег в интересах президентских выборов [Hibbs 1987; Beck 1990a]. Существование такого «политико-монетарного цикла» является продуктом скорее фискальной, нежели денежной политики [Beck 1990a].

Тщательно анализируя стенограммы заседаний FOMC, объясняющие смягчение денежной политики летом 1982 г., я обнаружил единственное упоминание выборов среди множества других причин: один из членов Комитета выразил опасение, что действия FOMC по ослаблению целевых ориентиров могут быть восприняты как политически мотивированные. Это соображение выдвигалось в качестве аргумента для отказа от смягчения денежной политики. Но, пожалуй, члены Комитета были гораздо более озабочены его репутацией, чем ситуацией, связанной с выборами. Несмотря на то, что это не может служить окончательным разъяснением мотивов членов FOMC, я склонен согласиться с Бекком [Beck 1990a: 121], который писал, что, учитывая все основания для смягчения курса летом и осенью 1982 г., было бы просто глупо не принять политически целесообразный курс.

Что же касается Конгресса США, то никогда не было особых оснований говорить о его влиянии на ФРС. С тех пор, как в 1913 г. Конгресс учредил ФРС, он особенно не стремился ею управлять. Он даже не контролирует бюджет ФРС, позволяя ей обеспечивать себя за счет значительных доходов от собственного портфеля ценных бумаг. Попытки установить связь между изменениями ставок процента и степенью либерализма в Конгрессе продемонстрировали отсутствие такой связи [Beck 1990b]. Некоторые указывают на то, что относительная автономия ФРС позволяет Конгрессу использовать ее в качестве козла отпущения и обвинять в наступлении кризисов [Kane 1980]. Рассмотренные нами стенограммы трех заседаний FOMC позволяют говорить о том, что эти обвинения могут направляться в обе стороны. Так, на июльском заседании члены Комитета выразили серьезные сомнения в том, что Конгресс сможет контролировать фискальную политику, тем самым перекладывая на плечи ФРС контроль над экономическим ростом.

До некоторой степени негодующий тон дискуссии о фискальной политике Конгресса на июльском заседании FOMC был вызван резолюцией по бюджету. «Если Конгресс решит восстановить финансовую ответственность и существенно уменьшить запланированный бюджетный дефицит, Комитету по операциям на открытом рынке придется пересмотреть целевые ориентиры своих параметров, чтобы привести их в соответствие с новой, более жесткой фискальной политикой» [FOMC 1982a: 89]. Последовавшая за этим дискуссия показывает, что Комитет едва ли чувствует, что находится под каким-либо давлением.

«Заместитель председателя Соломон: Вы думаете, мы должны ответить?

Председатель Фолькер: Я не знаю, должны ли мы давать какой-либо ответ...Позвольте мне только сказать, что, как мне кажется, в наших более ранних заявлениях сквозила изрядная доля скепсиса по этому вопросу. Мы можем ответить, что приветствуем любые ограничения, которые подразумевает эта резолюция или к которым она приведет, а также, что мы поддерживаем действия в этом направлении. Однако у нас есть изрядная доля сомнений в данном вопросе. Это можно выразить более резко или сказать более вежливо, мол, нет никакой уверенности в том, если так выразиться, что цифра бюджета достигнет к следующему году 104 млрд. долл. или около того... Но у нас определенно есть некоторые опасения по поводу эффекта, который может вызвать подобная резолюция. Она, так скажем, верна по сути, но многие выразили опасения по поводу перспектив состояния бюджета...

Г-н Руз: Вы считаете, Конгресс на что-то всерьез рассчитывает?.. Они ведь не ждут от нас чего-то большего, чем несколько уважительных фраз с критическим подтекстом?» [FOMC 1982a: 92].

Похоже, Комитет вовсе не склонен поддаваться какому-либо давлению Конгресса. В этот период своей истории ФРС пользовалась широкой общественной поддержкой, которая способствовала растущему ощущению ее собственной автономии. Уступчивость по отношению к давлению Конгресса более вероятна в периоды общественного неодобрения

деятельности руководителей ФРС, когда легитимность и само существование организации находятся под угрозой. Последняя крупная реформа ФРС была проведена в 1930 г. С тех пор эта организация становилась все более влиятельной и независимой.

ФРС – это не просто государственное регулирующее агентство. Это центральный банк и в силу этого – часть более широкого финансового сообщества. Именно это сообщество является ее основной базой. Члены FOMC свободно обсуждают предполагаемую реакцию рынков на их действия, выступая за денежную политику, основанную на взаимном доверии с участниками рынков. После событий 1982 г. ФРС упорно поддерживала свою репутацию борца с инфляцией, что горячо одобрялось финансовым сообществом. При этом в стенограммах его заседаний практически не выражается обеспокоенность безработицей, а вопросы сферы труда не отражены вообще. Дело не только в том, что руководители ФРС озабочены лишь вопросами денежных и кредитных рынков, поскольку эта организация является их частью. ФРС – это часть общей системы непрерывного процесса выработки понимания ситуации на финансовых рынках. Все участники кредитных и денежных рынков привязываются к ситуации, ведут переговоры и подают сигналы согласно своему месту в рыночной системе. ФРС как стабилизатор и гарант всей системы является главным производителем смыслов, но каждая частичка системы тоже принимает в этом участие. Согласно Уайту [White 1981], акторы на рынке наблюдают друг за другом, стараясь угадать намерения других. ФРС просто является самым большим и наиболее значимым актором в этой сети.

Заключение

В этой статье были рассмотрены социальные процессы, происходящие внутри элиты, которая вырабатывает политику и в то же время включает хозяйственных акторов, формирующих рынки и участвующих в их деятельности. Подобный взгляд на экономическое действие требует от экономической социологии интерпретативного (прагматического) подхода. Такой подход вновь привлекает наше внимание к хозяйственным акторам как таковым, фокусируясь на их усилиях по конструированию рынка. Он напоминает экономсоциологам о том, что властные структуры являются ничем иным, как продуктами действия и что это действие конструируется в сложных политических, экономических, административных и жизненных контекстах. Используя интерпретативный подход, мы можем услышать голоса этих прагматичных акторов, пытающихся совладать с неопределенностью, сложностью и ответственностью ситуации. Этот подход также обращает внимание на относительный характер знаний, используемых в процессе принятия хозяйственных решений. Вырабатывающие политику элиты не только не рассматривают весь набор возможных альтернатив и не применяют лучшую из имеющихся моделей; в условиях неопределенности они вообще больше полагаются на интуицию, борются за различные интерпретации, идут на компромиссы, и связывают воедино разные варианты решений. Они считают, что их решения несовершенны и потому нуждаются в постоянной коррекции. В конечном счете, исполняемая ими роль налагает на них обязательства и принуждает к действию, но само это действие включает в себе изрядную долю импровизации.

Неопределенность и ограниченность имеющейся информации для обоснования денежной политики активизирует сам процесс выработки понимания ситуации – заключение имеющихся стимулов в смысловые схемы. Предположение о том, что грамотно обработанной статистической информации и аккуратного прогнозирования достаточно для стратегического мышления, оказывается ошибочным. Подобного рода данные поверхностны, чрезмерно агрегированы и к моменту обсуждения часто уже нуждаются в корректировке. Лица, принимающие решения, предпочитают сплести сложные сюжетные линии, которые используются как ретроспективно, так и прогностически. Обнаруженные в

нашем исследовании колебания в выборе критерия для принятия решений отражают попытки создать более насыщенную, более адекватную сюжетную линию. Постоянная смена смысловой схемы как таковая является вполне рациональным ответом на сложившуюся ситуацию, по-видимому, более рациональным, чем использование моделей, которым ты не доверяешь. Таким образом, денежная политика становится следствием непрерывного процесса выработки и передачи смыслов. И задача состоит не в том, чтобы, наконец, отыскать истину. Напротив, члены FOMC используют свое искусство выработки понимания ситуации, чтобы получить правдоподобную интерпретацию действительности, которая, как они надеются, сможет поддержать и стабильность на рынках, и их собственную легитимность.

Литература

- Abolafia M.Y.* Framing Moves: The Micropolitics of Institutional Change // Working Paper. Rockefeller College of Public Affairs and Policy, State University of New York at Albany. 2002.
- Beck N.* Political Monetary Cycles // The Political Economy of American Monetary Policy / Ed. by T. Mayer. Cambridge: Cambridge University Press, 1990a. P. 115–130.
- Beck N.* Congress and the Fed // The Political Economy of American Monetary Policy / Ed. by T. Mayer. Cambridge: Cambridge University Press, 1990b. P. 131–150.
- Bernstein R.J.* Pragmatism, Pluralism, and the Healing of Wounds // Pragmatism: A Reader / Ed. by L. Menand. N.Y.: Vintage, 1997. P. 382–401.
- Blinder A.S.* Central Banking in Theory and Practice. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1998.
- Daft R., Weick K.E.* Toward a Model of Organizations and Interpretation Systems // Academy of Management Review. 1984. No. 9. P. 284–295.
- Fine G.A.* Negotiated Orders and Organizational Cultures // Annual Review of Sociology. 1984. No. 10. P. 239–262.
- FOMC.* Transcript – Federal Open Market Committee Meeting June 30 – July 1, 1982 // Board of Governors of the Federal Reserve. 1982a.
- FOMC.* Transcript – Federal Open Market Committee Meeting August 24, 1982 // Board of Governors of the Federal Reserve. 1982b.
- FOMC.* Transcript – Federal Open Market Committee Meeting October 6, 1982 // Board of Governors of the Federal Reserve. 1982c.
- Gioia D., Chittipeddi K.* Sensemaking and Sensegiving in Strategic Change Initiation // Strategic Management Journal. 1991. No. 12. P. 433–448.
- Havrilesky T.* Monetary Policy Signaling from the Administration to the Federal Reserve // Journal of Money Credit, and Banking. 1988. Vol. 20. P. 83–101.
- Hibbs D.* The American Political Economy. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1987.
- Kane E.* Politics and Fed Policy-Making // Journal of Monetary Economics. 1980. No. 6. P. 199–212.
- Karamouzis N., Lombra R.* Federal Reserve Policymaking: An Overview and Analysis of the Policy Process // International Debt Federal Reserve Operations and Other Essays / Ed. by K. Brunner, A. Meltzer. Amsterdam: North-Holland, 1989. P. 7–62.
- Knorr-Cetina K.D.* The Manufacture of Knowledge. Oxford: Pergamon, 1981.
- Lombra R., Moran M.* Policy Advice and Policymaking at the Federal Reserve // Monetary Institutions and Policy Processes / Ed. by K. Brunner, A. Meltzer. Amsterdam: North-Holland, 1980. P. 9–68.
- Maines D.R.* Social Organization and Social Structure in Symbolic Interactionist Thought // Annual Review of Sociology. 1977. No. 3. P. 235–259.
- Maines D.* In Search of Mesostructure: Studies in Negotiated Order // Urban Life. 1982. No. 11. P. 267–279.
- Maisel S.J.* Managing the Dollar. N.Y.: W.W. Norton, 1973.
- Mayer T.* (ed.). The Political Economy of American Monetary Policy. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- Mills C.W.* Situated Actions and Culture // American Sociological Review. 1940. No. 5. P. 904–913.
- Perrow C.* Complex Organizations: A Critical Essay. N.Y.: Random House, 1986.
- Persson T., Tabellini G.* (eds.). Monetary and Fiscal Policy. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1994.

- Rein M., Schon D.* Frame Critical Policy Analysis and Frame Reflective Policy Practice. // Knowledge and Policy: The International Journal of Knowledge Transfer and Utilization. 1996. No. 9. P. 85–104.
- Simon H.A.* Administrative Behavior. 4th ed. N.Y.: Free Press. 1997.
- Starbuck W.H.* Organizations as Action Generators // American Sociological Review. 1983. Vol. 48. P. 91–102.
- Starbuck W.H., Milliken F.* Executives' Perceptual Filters: What They Notice and How They Make Sense // The Executive Effect: Concepts and Methods for Studying Top Managers / Ed. by D. Hambrick. Greenwich, Conn.: JAI Press, 1988.
- Strauss A.L.* Negotiations: Varieties, Contexts, Processes, and Social Order. San-Francisco: Jossey-Bass, 1978.
- Weick K.E.* Sensemaking in Organizations. Thousand Oaks, Calif.: Sage, 1995.
- White H.C.* Where Do Markets Come From? // American Journal of Sociology. 1981. Vol. 87. P. 517–547.
- Willett T.* Studying the Fed: Toward a Broader Public-Choice Perspective // The Political Economy of American Monetary Policy / Ed. by T. Mayer. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- Woolley J.* Monetary Politics: The Federal Reserve and the Politics of Monetary Policy. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.

ВЗГЛЯД ИЗ РЕГИОНОВ

Е.С. Фидря

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНО-НОРМАТИВНОГО КОМПЛЕКСА В КУЛЬТУРЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:

сравнительный анализ двух рынков Магаданской области



ФИДРЯ Ефим Сергеевич – старший преподаватель кафедры социологии и политологии Северо-Восточного государственного университета, г. Магадан.

Email: efidrya@rambler.ru

Статья посвящена анализу ценностно-нормативного комплекса в культуре малого предпринимательства. Анализ проводится на основе эмпирического исследования двух локальных рынков: компьютеров и оргтехники, а также рынка автозапчастей.

Постановка проблемы

Говоря о ценностно-нормативном комплексе в культуре малого предпринимательства, мы подразумеваем, что существует взаимосвязь между ценностями, капиталами, за которые и с помощью которых на рынках ведется борьба, и теми нормами, которые обуславливают ведение данной борьбы. Эта взаимосвязь выражается в глубинной, интегрирующей логике, которая может воплощаться в ценностных установках, объективироваться в виде капиталов, выражаться в форме нормативных принципов. Данную логику также можно выразить в понятиях высших ценностных императивов, абсолютных ценностей, «жизненных миров» [Болтански, Тевено 2000]. Определяются границы этих миров, пожалуй, лишь аналитически, поскольку социальная реальность в целом, ее отдельные сферы и разнообразная деятельность социальных агентов «полилогичны», включены в «многомерную систему координат» [Бурдьё 2007: 16]. Не претендуя на анализ культуры в целом, систем языка, символов, полей значений и т.п., мы сосредоточимся на сравнении норм и ценностей двух предпринимательских сообществ Магаданской области: рынка компьютерной техники и рынка запчастей для японских автомобилей, и попытаемся понять, как и под влиянием чего формируются ценностно-нормативные комплексы.

Под *ценностно-нормативным комплексом* мы понимаем комплекс ценностей, определяющих фундаментальные логики оценивания и нормы взаимодействия в пределах определенного

сообщества (в нашем случае – малого предпринимательства). Он встроен в систему более высокого уровня – *культуру*, которую (применительно к нашему кейсу – малому предпринимательству) мы определяем как систему ценностей, понятий, норм и правил, производимых и воспроизводимых сообществом малых предприятий; эта система регулирует социальные отношения в данном сообществе.

Таким образом, вступая в отношения с различными акторами, фирма действует по определенным нормам, основанным на ценностных логиках. Ее деятельность направлена на то, чтобы путем конвертации разнообразных капиталов занять, сохранить или укрепить некоторую позицию – как в символическом поле, так и в поле хозяйственных отношений. Устойчивые взаимоотношения в процессе предпринимательской деятельности формируют сети участников рынка, которые оформляют обмен и распределение разнообразных капиталов. Таким образом, *малое предпринимательство* мы можем определить как самостоятельную деятельность по организации распределения ограниченных ресурсов для извлечения экономической прибыли путем удовлетворения предполагаемых запросов социальной среды, осуществляемую независимой фирмой, управляемой владельцем или соучредителями и владеющей небольшой долей своего рынка¹. Структура сетевых связей предприятия, тот «набор» акторов, с которыми предприятие взаимодействует, содержание этих взаимодействий, форма и объем капиталов, которые проводятся по этим каналам, структура позиций, занимаемых фирмами на рынке и в символическом поле, воплощают в себе доминирующие ценностные логики. Изучение вышеозначенных компонентов позволяет нам выявить ценностно-нормативный комплекс, лежащий в основе взаимодействий на том или ином рынке.

Для достижения этой цели в 2004–2006 гг. мы провели сравнительное исследование двух рынков Магаданской области – компьютерной техники и запчастей для японских автомобилей². Нами проанализированы данные, предоставленные территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Магаданской области, проведена серия полужформализованных интервью с руководителями и сотрудниками четырех малых предприятий сферы услуг (8 человек); выполнен анкетный опрос клиентов изучаемых рынков (две выборки по 400 человек); анкетирование и уточняющие формализованные интервью с руководителями предприятий двух исследуемых рынков (две выборки: 12 и 14 респондентов).

Местные рынки: специфика и структура

Оба описываемых нами предпринимательских сообщества работают в специфическом контексте, образованном социально-демографическими, географическими, культурными и институциональными особенностями региона. Нами установлены следующие основные факторы, составляющие *географическую* специфику:

- 1) сезонность торговли (сезонная «маятниковая» миграция населения, а также повышенная стоимость доставки товаров в зимний период);
- 2) сложные климатические условия, затрудняющие ведение капитального строительства торговых объектов;
- 3) территориальная удаленность от центральных районов страны, высокая доля транспортных расходов в торговой наценке;

¹ Разнообразные подходы к определению критериев малого предпринимательства см., например, в работах: [Колесников, Колесникова 1995: 46–58; Bridge 1998: 26], а также ФЗ № 88 от 14.06.1995 г. «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации».

² Исследования проведены при поддержке грантов РГНФ № 04-03-00415а и № 06-03-00102а.

4) ограниченность рынка сбыта, затрудненность выхода в новые регионы.

Институциональный контекст, в котором формируются предпринимательские практики и особая предпринимательская культура, составляют устойчивые самовоспроизводящиеся отношения полей – административно-политического, социального, локального культурного поля. Здесь мы также можем выделить несколько ключевых особенностей:

- 1) высокая значимость административного капитала, открывающего доступ к распределению дефицитных благ – торговых площадей, муниципальных заказов и т.п., и соответственно возросшая роль административных органов;
- 2) высокая плотность социальных сетей и интенсивность сетевых взаимодействий, отсюда – высокая ценность социального капитала в отношениях между торговой организацией и клиентами;
- 3) заимствование местным населением «федеральных» стереотипов потребительских стилей и подстраивание фирмами своих символических образов под позитивно оцениваемые и считающиеся успешными образцы.

Кроме того, можно выделить *товарную* специфику исследованных нами рынков: она во многом формирует принципы взаимодействия предприятий с клиентами и партнерами, определяет символический образ фирм, задает структуру клиентских предпочтений, а также создает почву для реализации релевантных федеральных законодательных инициатив.

Говоря о структуре рынков, мы подразумеваем всю систему устойчивых связей, через которые участники рынка конвертируют капиталы – экономический, человеческий, административный, социальный, символический и т.д. Фактически речь идет о тех сетевых связях, которые задействуются в предпринимательских практиках реально и воспринимаются как таковые предпринимательским сообществом³. Таким образом, в поле нашего внимания попадают не только сами фирмы и их клиенты, но и банки, центры занятости и семейные связи, административные органы, поставщики, предпринимательские ассоциации и общественные организации, масс-медиа и рекламные агентства. Поэтому прежде всего мы должны начертить ту структуру, в рамках которой совершаются предпринимательские практики.

Фирмы

На *рынке компьютеров и оргтехники* действуют около 20 предприятий, из которых лидируют два (около 70% респондентов⁴ когда-либо пользовались их услугами). Еще одно предприятие отметили 50% опрошенных. Далее идет «средний эшелон»: пять фирм, к услугам которых обращались от 18 до 27% респондентов. Остальные восемь предприятий набрали 6–12% голосов. Такое же распределение сохраняется и в отношении фирм, куда клиенты обращаются постоянно (т.е. можно говорить об устойчивых клиентских предпочтениях): лидируют две фирмы.

³ Здесь наш подход сближается с феноменологическим, предложенным в статье Г.Б. Юдина [Юдин 2006], однако не идентичен ему, поскольку мы исходим не столько из представлений самих акторов, сколько из взаимодействия этих представлений с выявляемыми на рынках структурами. В этом смысле он ближе к «конструктивистскому структурализму» П. Бурдьё.

⁴ Если не оговорено иное, здесь и далее мы подразумеваем всех опрошенных нами индивидов на соответствующем рынке.

На *рынке запчастей для японских автомобилей* работает около 30 мелких предприятий. По популярности их можно разбить на четыре группы: 3 фирмы, услугами которых пользуются более 30% опрошенных, затем группа из 10 предприятий, клиентская база которых составляет 20–30% респондентов, далее группа из 9 фирм, которым лояльны 9–17% клиентов, и, наконец, последнюю группу образуют фирмы, услугами которых пользовались 3–6% респондентов. В отличие от компьютерного рынка, структура устойчивых предпочтений здесь не повторяет общее распределение клиентов между фирмами: явно выделяется лишь одна фирма. Вероятно, это обусловлено товарной спецификой, вынуждающей клиентов обращаться в ближайшую фирму, а не предпочитаемую.

Клиенты

На *компьютерном рынке* практически каждая фирма имеет свою специфику, свое «лицо», занимая собственную нишу. У более крупных фирм на этом рынке обычно наибольшую долю клиентов составляют физические лица (30–70%); доля государственных предприятий среди клиентов не превышает 5–20% (за исключением одной фирмы, специализирующейся в этой нише, – у нее 60%). Доля мелких частных фирм колеблется в пределах 6–20%, на долю средних приходится обычно 5–15% клиентов, доля крупных предприятий не превышает 5–10%. Структура же клиентов более мелких фирм не столь разнообразна: здесь преобладающую долю представляют физические лица (50–70%), доля госпредприятий может колебаться в пределах 10–30%, а мелкие частные предприятия составляют 40% клиентуры одной из фирм, но совсем не представлены в других.

На *рынке автозапчастей* структура клиентов довольно однородна: доминируют физические лица (от 90 до 100%). Небольшую долю составляют мелкие частные предприятия – от 1 до 10%. Обычно столько же приходится и на долю государственных предприятий – от 1 до 5%. Крайне редко в структуру клиентов включаются средние и крупные частные предприятия, доля которых составляет от 1 до 10% в случае средних и 1% – в случае крупных.

Превалирование физических лиц и относительно невысокая роль на данном рынке государственных (в первую очередь, муниципальных) акторов объясняется специфичностью товара и его ценовой динамикой. Так, на компьютерном рынке техника с течением времени дешевеет, и ее выгодно реализовывать организациям через тендеры и конкурсы с фиксированной ценой. В случае же с автозапчастями и автомаслами ситуация совершенно противоположная: с момента проведения конкурса цена товара может вырасти весьма существенно. А в договоре на поставку, оплата по которому может быть осуществлена в течение года, цена остается фиксированной, что неизбежно влечет за собой довольно значительные потери для предпринимателя. В данном контексте вполне понятным становятся весьма сдержанный интерес к предложениям муниципальных служб со стороны предприятий рынка автозапчастей⁵, а также низкая – относительно рынка компьютеров – доля государственных предприятий в структуре клиентов.

⁵ «Не знаю, нам это неинтересно. Мы в них не участвуем. И я так понимаю, что мало кто вообще в них участвует...»; «Они предлагают условия поставки... абсолютно невыгодные. ...К примеру, мы выиграли тендер, заключается договор, согласно которому мы должны будем поставить столько-то комплектов какой-то продукции, за которую они платят по фиксированной цене на начало года. А деньги платят они уже потом...»; «Вот за последний год цена на масло выросла... Два года назад мы продавали бочку за 4100, а теперь она стоит 8100. И в течение года цены постоянно продолжают расти» [интервью 1].

Поставки и поставщики

На *рынке компьютеров и оргтехники* наиболее крупная фирма поставляет товар напрямую от производителя (5 поставщиков) или закупает его в специализированных магазинах (10). Другие фирмы обычно используют лишь один из этих каналов: либо производителя (6–7 поставщиков), либо специализированные магазины (4–12). Последняя группа – наиболее мелкие фирмы – пользуются услугами не более двух поставщиков (и обычно это магазины).

Фирмы «второго эшелона» на данном рынке пользуются еще и услугами агентов по закупкам: специально нанятых сотрудников, которые организуют процесс сбора и отправки товара из города расположения поставщика – практически во всех случаях это Москва. Таких сотрудников нанимают через родственные и дружеские связи, что не только повышает вероятность успешной доставки товара, но и обеспечивает ассортиментную гибкость малым фирмам и новичкам на рынке, позволяя приобретать не основные для них товары⁶. Лидеры рынка не пользуются услугами таких агентов и уходят от подобной ассортиментной политики: количество подобных заказов невелико, и их доля в общем обороте предприятия уменьшается обратно пропорционально размеру этих оборотов. Подобные практики являются для лидеров распылением ресурсов и организационных мощностей⁷, тогда как для маленьких фирм – одним из способов выживания.

Количественные характеристики поставляемого товара значительно варьируются. Половина опрошенных фирм предлагает лишь около 200 наименований готового товара и около 100 комплектующих. В другой группе фирмы предоставляют уже свыше 1000 наименований товаров (1000–2000) и более 500 видов комплектующих (550–1000). Таким образом, мы можем разделить представленные на рынке фирмы как минимум на две группы.

На *рынке запчастей для японских автомобилей* спектр возможных поставщиков товаров также достаточно широк и, в отличие от клиентуры, представляет собой более разветвленную сеть – возможно, даже более масштабную, нежели сети поставщиков на рынке компьютерной техники. Большинство фирм используют разнообразные каналы поставок: начиная от поставок непосредственно от производителя (таких поставщиков обычно бывает 1–10), сборщика (2–5 поставщиков), из специализированных магазинов (5–10 поставщиков) и заканчивая заказами на оптовых базах (3–15 поставщиков) и даже приобретением запчастей на рынках и «разборках» – особых рынках, куда запчасти поступают порой даже с автомобилей, побывавших в авариях (7–50 поставщиков). Одно из предприятий практикует поставки от официальных дилеров – таковых у данного предприятия насчитывается 15.

Основными поставщиками являются фирмы – магазины, базы и т.д., – располагающиеся во Владивостоке, Хабаровске и Москве. Треть фирм рынка поддерживает связи непосредственно с производителями в Японии, а одна компания имеет поставщиков в Объединенных Арабских Эмиратах (здесь речь идет о сопутствующих товарах).

⁶ «Например, через него мы заказывали финскую ванну... Которой нет в компьютерных фирмах, и если вы обратитесь в “NN”, то вам не привезут финскую ванну... Бывают такие просьбы. Телевизор привозили громадный какой-то, велосипеды велосипедистам в местной Интернет-компании» [интервью 4].

⁷ «Мы возим только то, что мы можем привезти. Там по этой Москве бегать, что-то искать – мы от этого отказались. То есть если есть это у наших оптовых поставщиков – мы берем. Привозим все, что угодно. Главное – чтобы оно было или они были готовы нам привезти. А просто искать что-то по Москве – если оно стоит копейки, то и сам на нем не заработаешь» [интервью 3].

Что касается ассортимента, то на данном рынке он гораздо шире: даже самые маленькие фирмы держат не менее 2000 позиций готового товара и 5000–7000 комплектующих. На предприятиях же с большим оборотом данные показатели могут достигать до 100 тыс. товаров и 100–150 тыс. наименований комплектующих. Впрочем, наличный ассортимент фирмы сильно зависит от того, работает ли она с клиентами «на заказ» или закупает большие партии товара для постоянного поддержания широкого наличного ассортимента.

Каналы символического взаимодействия

Структура каналов символического взаимодействия на обоих рынках во многом идентична, однако их назначение и уровень доверия к ним различаются. Как для получения информации, которую можно обратить в практическое знание (представления о других участниках рынка), так и для обратного воздействия на рынок (при формировании символического образа) фирмы используют электронные и печатные СМИ, наружную рекламу, разнообразные «сильные» и «слабые» связи.

На *рынке компьютеров* для получения информации фирмы активно используют социальные сети. Например, представление о конкурентах фирмы строят на основании высказываний тех, кто имеет опыт работы на данном рынке, сообщениях в электронных СМИ (в том числе и рекламе, позволяющей проследить за действиями конкурентов), личных наблюдений (в том числе мониторинга цен, уровня обслуживания и пр.) и опыта собственной прошлой работы. При этом, если лидеры рынка и предприятия среднего сегмента, находящиеся на рынке довольно долгое время, часто отмечают именно электронные СМИ в качестве основного источника, то новички, не обладая достаточным культурным капиталом для того, чтобы распознать стратегии своих конкурентов по такой ограниченной информации, для построения образа своих конкурентов чаще используют непосредственное общение.

При конструировании образа своей фирмы большинство предпринимателей используют рекламу и объявления в СМИ. Участие в массовых городских мероприятиях могут позволить себе только самые крупные фирмы, а вот благотворительные акции и спонсорская помощь являются обязательным пунктом для половины предприятий рынка – лидеров и тех, кто находится «на подступах» к лидирующим позициям и вынужден активно позиционировать себя в символическом поле. Кроме того, благотворительные акции и спонсорская помощь часто являются необходимым условием вхождения в поле политической борьбы, опыт которой имеет подавляющее большинство предпринимателей.

При этом фирмы лишь в отдельных случаях отводят каналам символического взаимодействия сугубо инструментальные функции: только треть предприятий рынка пытаются донести до клиентов информацию о спектре предлагаемых товаров и услуг или сообщить о дополнительных услугах (скидках, кредитах, акциях и т.п.). Еще 17% фирм таким образом сообщают о качестве оказываемых услуг и предлагаемых товаров. Половина фирм (причем здесь речь идет либо о новичках рынка, либо об уже работающих предприятиях, сменивших «прописку») передает таким образом контактные данные (адрес, телефон и т.д.). Зато все без исключения (100%) предприятия пытаются создать яркий запоминающийся образ своей фирмы, что свидетельствует о том, что данный рынок находится в фазе активной символической борьбы, когда и качество, и спектр предлагаемых услуг и дополнительных условий примерно одинаковы и привлечь клиента традиционными способами все сложнее.

На *рынке автозапчастей* предприятия получают информацию главным образом через личные наблюдения и общение, а обратное влияние на клиентов осуществляется уже согласно логике товара.

В конструировании образа рынка на стартовом этапе бизнеса приоритетными являлись различные формы личного опыта – либо опыт прошлой работы, либо личные наблюдения (сюда же обычно относится и мониторинг конкурентов, однако ряд фирм сочли нужным выделить его отдельно), либо анализ рекламы и объявлений конкурентов в электронных СМИ (фирмы используют рекламу как источник практической информации для клиентов, однако она оказывается весьма полезной и для конкурентов тоже). Немаловажную роль играет и обмен информацией с другими участниками рынка.

На нынешнем этапе для получения информации о конкурентах важнее всего по-прежнему личные наблюдения (67% опрошенных); далее возможный спектр методов сильно дробится, и фактически предприятия ситуационно прибегают ко всем возможным способам. Относительно властей перспектива конструируется через электронные СМИ и специальные издания, популярную периодику, опыт собственной прошлой работы, непосредственное общение с властями, обмен информацией с другими участниками рынка. Доминирующего канала коммуникации здесь нет, можно лишь указать на относительно невысокую частоту обращения к личному опыту (что объясняется редкими контактами с административными органами и государственными учреждениями вообще).

Для конструирования собственного образа фирмы очень активно используют массовые каналы, «ориентированные на масштабы» и непосредственное восприятие, не требующее от потенциального клиента каких-либо усилий по поиску: наружная реклама вдоль дорог, реклама на радио и телевидении. Здесь важно, чтобы клиент, когда у него возникнет потребность в покупке тех или иных запчастей – потребность зачастую довольно спонтанная, – заметил рекламу именно данной фирмы. Той же практической целью обусловлено и содержание информации: 70% фирм рынка так передают информацию о спектре предлагаемых товаров и услуг и о качестве предлагаемых товаров. Еще треть предприятий размещают данные, облегчающие поиск фирмы.

Административные органы

Существенных различий между рынками относительно структуры связей, по которым осуществляются взаимодействия с административными и контролирующими органами, не выявлено. На *рынке компьютеров и оргтехники* на начальном этапе открытия бизнеса опрошенные фирмы взаимодействовали с мэрией, налоговой и пожарной службой; администрацией области и антимонопольным комитетом. С течением времени ситуация меняется довольно значительно – абсолютно все фирмы регулярно работают с налоговой службой, пожарными, и треть – с антимонопольным комитетом.

Для *рынка автозапчастей* также наиболее интенсивным в плане частоты и разнообразия взаимодействий является стартовый этап: здесь все предприниматели сталкиваются с пожарной инспекцией и МЧС, СЭС и налоговой службой, антимонопольным комитетом, администрацией города или области, а также городским управлением архитектуры и экологическим контролем. В последующий период снижается и круг акторов, и общая интенсивность: почти всем приходится взаимодействовать с пожарной службой и МЧС, а также налоговой службой. Половина предприятий регулярно работают с СЭС, мэрией и антимонопольным комитетом. Треть фирм рынка продолжает взаимодействие с администрацией области.

Работники

На *рынке компьютеров и оргтехники* можно разбить предприятия по количеству занятых на них работников следующим образом: фирмы, где численность постоянно занятых не

превышает 5 человек, а временные работники практически не нанимаются; фирмы, где постоянно занято 8–15 человек и привлекаются 3–5 временных работников.

Для привлечения постоянных кадров абсолютно все фирмы прибегают к помощи коллег и знакомых, половина предприятий – к рекомендациям друзей и знакомых, только треть пользуется объявлениями в СМИ и службой занятости. Временных же работников все фирмы привлекают исключительно через личные связи – «сильные» или «слабые». Ситуативная потребность в человеческом капитале зачастую требует оперативности, так что задействование личных доверительных контактов выглядит вполне логичным. Впрочем, когда ресурс «слабых связей» исчерпан, более крупные предприятия зачастую вынуждены пользоваться и другими методами – объявлениями в СМИ и конкурсом резюме. При этом для отдельных вакансий есть ограничения по возможным каналам найма. Например, начальников отделов и ведущих специалистов, как полагают наши респонденты, нельзя привлекать через службы занятости, а кладовщиков и прочих «материально ответственных» – по объявлениям в СМИ.

На *рынке запчастей* временная рабочая сила не привлекается, а численность постоянно занятых на большинстве фирм рынка обычно не превышает 3–7 человек (лишь в фирме-литере трудятся 15 специалистов). Здесь нет доминирующего канала привлечения работников. Две трети предприятий находят работников через коллег и знакомых, т.е. используют личные «слабые» или «сильные» связи. Еще треть пользуется объявлениями в СМИ. Некоторые задействуют государственный центр занятости, частные агентства по трудоустройству.

Очевидно, что специфика локального рынка города создает предпосылки для широкого проникновения именно логики социального капитала в структуру каналов привлечения работников: из всего спектра используемых методов опрошенные нами руководители предприятий отмечают в качестве наиболее удачных личные контакты, причем приоритет отдается «сильным» связям. Чем крупнее предприятие, тем более оно нуждается в расширении традиционного, достаточно узкого круга связей, дополняя его более массовыми каналами. Относительно низкая популярность данных каналов связана в первую очередь не с их неэффективностью, а с достаточностью привычного круга личных связей. Как только этот круг перестает удовлетворять кадровые нужды предприятия, фирма находит способы минимизировать риски массовых каналов и добиться от них столь же эффективной работы.

Финансовые институты

Логика социального на *рынке компьютеров* пронизывает и финансовые взаимосвязи. Уже на самом стартовом этапе наши респонденты имели возможность взять в долг заемные средства в самых разнообразных источниках: абсолютно все указали в качестве таких источников банк и знакомых предпринимателей. Три четверти отметили друзей, половина – близких родственников и семью, еще четверть указали «знакомых, не имеющих отношения к бизнесу». При этом далеко не все из потенциальных связей актуализировались: если в банках случалось занимать всем опрошенным, то к знакомым уже обращались не все, а только 3/4 респондентов; половина отметили друзей и уже только четверть – близких родственников и семью.

Когда стартовый этап позади, услугами банков пользуются всего 60% опрошенных, в долг у знакомых предпринимателей берут средства 40% респондентов; по 20% опрошенных предпочитают прибегать к финансовой помощи близких родственников или семьи, дальних родственников или же друзей. При этом фирмы «второго эшелона» склонны считать

банковские займы не столько возможностью, сколько вынужденной необходимостью и стараются их избегать⁸.

Хотя финансовые связи на *рынке автозапчастей* также весьма подвержены логике социального, очевидно, что его «финансоемкость» заметно ниже по сравнению с рынком компьютеров: менее половины предпринимателей занимали денежные средства на этапе организации бизнеса, остальные не привлекали заемные финансы и вообще не актуализировали для себя этот вопрос. Из тех же, кто все же пользовался кредитами, абсолютно все обошлись исключительно личными связями. Примечательно, что возможность занять финансовые средства есть на стартовом этапе у разных фирм, – здесь и лидеры, и средние фирмы. Следовательно, возможность привлечь дополнительные финансы на стартовом этапе не является решающим фактором для последующего занятия лидерской позиции.

На нынешнем этапе развития рынка спектр возможных кредиторов расширился значительно, и первое место в нем уже занимают не личные связи, а банки (которые, напомним, являлись ключевым кредитным институтом на рынке компьютерной техники уже с самого старта бизнеса). На рынке автозапчастей возможность занять деньги в банке появляется у предпринимателей только после того, как бизнес прочно встанет на ноги, – ее получают сразу 80% фирм. Однако только половина из них (причем это наиболее активно развивающиеся предприятия рынка) пользуются ею постоянно.

Поле взаимодействий: ценности, нормы и институты

В данном разделе мы опишем сложившиеся на рынках нормы и институты, раскроем фундаментальные ценностные логики, а также тот комплекс условий, который конституирует и регулирует предпринимательские взаимоотношения, образуя систему регуляции ценностно-нормативного комплекса предпринимательской культуры исследуемых рынков.

Фирмы и рынок

На *рынке компьютеров и оргтехники* предприниматели довольно часто общаются друг с другом, правда, чаще всего это общение имеет отвлеченный характер. Две трети опрошенных отметили, что случается выручать друг друга в форс-мажорных ситуациях, треть указала, что иногда они объединяются для разрешения спорных ситуаций с властями; 17% руководители заявили, что вообще не общаются со своими конкурентами. Кроме того, фирмы связывают и партнерские отношения – например, договоры о предоставлении сервисного обслуживания.

Важным вопросом является проблема конкуренции. В качестве методов недобросовестной конкуренции указывается «стремление опорочить фирму перед конкурентами», демпинг цен и сбыт некачественного товара. Впрочем, большинство респондентов отмечают, что подобные случаи редки и характерны только для отдельных фирм рынка. Соответственно, половина опрошенных вообще никак не борются с указанными явлениями, а остальные либо используют доступные им методы отсека ресурса у недобросовестных фирм (уговаривают поставщиков, банки и других участников не работать с ними), либо решают эту проблему путем личных переговоров. Однако наиболее остро перед предприятиями

⁸ «Если бы мы хотели присосаться к этому денежному мешку, ...то пришлось бы убирать гибкость, возможность устанавливать более низкие цены, потому что вырастает нагрузка... А взять кредит – это значит лишиться себя одного из преимуществ – умения делать цены ниже за счет меньшей нагрузки на доходную часть» [интервью 4].

данного рынка сегодня стоит кадровый вопрос, причем не столько в отношении квалификации работников, сколько в отношении доверия и личных качеств. Важно отметить также проблему узкого рынка, а также проблему намеренного закрытия доступа к важным ресурсам (банковским займам, тендерам, конкурсам и т.д.).

На *рынке автозапчастей для японских автомобилей* две трети фирм полагают, что проблема недобросовестной конкуренции «очень актуальна» и «скорее актуальна, чем неактуальна», а треть – что она «совершенно неактуальна». В качестве примеров вышеупомянутых практик чаще всего называются «стремление опорочить фирму перед клиентами», «заказные проверки контролирующих органов», «размещение своих торговых точек поблизости» (что вряд ли следует считать недобросовестным приемом). Впрочем, как и в случае с компьютерным рынком, респонденты полагают, что такое поведение не является характерным, и практически не борются с подобными «нарушениями», предпочитая не обращать на них внимания, а в качестве средства борьбы использовать снижение цен, скидки, рекламные акции, т.е. обычные рыночные методы.

Коммуникация между непосредственными конкурентами на данном рынке более разнообразна, по сравнению с рынком компьютеров⁹. И хотя большинство (71%) фирм говорят о минимуме общения, отмечаются и факты выработки совместной ценовой политики, и встречи для разрешения спорных ситуаций с властями, и проведение совместного досуга, и взаимопомощь в форс-мажорных ситуациях, «переадресация клиентов» и т.п.

Сходство между двумя исследуемыми рынками наблюдается только в наиболее острой проблеме – кадровой¹⁰. В обоих случаях ее обозначили 85% руководителей. Еще двумя проблемами, характерными для обоих рынков, хотя и имеющих на них разное значение, являются нехватка торговых площадей и недостаточность спроса.

Клиенты

Специфика товара обуславливает те требования, которые клиенты предъявляют к товару и фирмам. Это, в свою очередь, накладывает заметный отпечаток на принципы построения отношений фирм с поставщиками.

Что касается непосредственно клиентских предпочтений, то *на рынке компьютеров и оргтехники* определяющую роль играют качество предлагаемого товара (72%) и уровень цен

⁹ «...Объявили, что масла – это акцизный товар. И заставляли всех оформлять отдельные бумаги, карты – и все друг к другу ходили, узнавали, спрашивали, как оформлять, все друг с другом делились, объясняли. То есть какой-то вражды нет» [интервью 1].

«...Наоборот, помогают... Позвонят, спросят: “У вас проверка была? У нас была. Могут вот это и это спросить...” Я же говорю – у нас тут такого нет, чтобы кто-то кому-то плохо делал. Каждый сам по себе» [интервью 2].

¹⁰ «Очень большая проблема... Сколько я здесь работаю – текучка очень большая, потому что работают в основном молодые... Научить такому очень тяжело. Если человек не понимает, что такое машина... И в основном все воруют... Все хотят, ничего не деля, не работая, получать много денег. Так не бывает. Поэтому при каждой ревизии... происходят у нас увольнения» [интервью 2].

«Львиная доля людей приходит еще как в советские времена – “вот я к вам пришел и платите мне за это деньги”. А что бы еще и работать, предоставлять какие-то свои услуги – это мы не хотим. Я не знаю, откуда этот стереотип взялся... Но очень много приходит молодых людей, которые просто не хотят работать. И чуть ли не открытым текстом это говорят. Уровень образования очень низкий» [интервью 3].

(69%). «Большой ассортимент товара» (49%) уступает им по важности. Дороговизной покупки можно объяснить и относительно высокое значение предоставления гарантии на предлагаемый товар (40%). Вполне соответствуют данной логике и причины, по которым клиенты перестанут обращаться в фирму: впереди прочих – фактор качества (78%), немалый вес имеет «несоблюдение обязательств по гарантийному обслуживанию» (49%) и «невежливое обращение с клиентами» (39%). Относительно значима на этом рынке и профессиональная некомпетентность персонала.

Что касается политики самих предприятий, то ведущие фирмы рынка всячески упрочивают свои связи с организационными клиентами, пытаясь внести во взаимоотношения с ними логику социального¹¹, и ведут активную борьбу в символическом поле. Небольшие же предприятия изначально выстраивают свои отношения на социальном капитале, зачастую привлекая и удерживая клиентов не только нестандартными товарами, но и «доверием» – предоставлением товара без предоплаты с отсрочкой платежа, в сжатые сроки¹², приемом бракованного товара в обход формальных правил¹³ или дополнением делового общения неформальным взаимодействием, что формирует у клиента встречные обязательства. Таким образом, например, строятся отношения небольших фирм со специалистами по обслуживанию и продаже компьютеров в поселках области¹⁴. Крупные фирмы рынка ориентированы в гораздо большей степени на долговременные связи с организациями, укрепляя связи как с частными предприятиями, так и с административными органами и государственными предприятиями. Однако подобные масштабы требуют тесных связей уже с самими организациями, а также с банками, т.е. фактически заставляют предприятие вплетаться в местные политические и бизнес-элиты. Борьбу за клиентов – физических лиц такие фирмы ведут, создавая яркие символические образы в местном поле, используя для этого СМИ.

На *рынке автозапчастей* клиентские предпочтения тех или иных магазинов обуславливаются, в первую очередь, тремя факторами: качеством предлагаемого товара (64% опрошенных), его большим ассортиментом (60%) и приемлемым уровнем цен (60%). Нарушения, из-за которых клиент перестанет обращаться в ту или иную фирму, связаны с предоставлением некачественного товара – 80% опрошенных, несоблюдением обязательств по гарантийному обслуживанию – 32%, невежливым обращением с клиентами – 30%, изменением или сокрытием марки производителя – 26% опрошенных. Около 21% опрошенных назвали в качестве недопустимых явлений профессиональную некомпетентность персонала.

Поскольку среди его клиентов преобладают физлица, данный рынок намного «ближе» к клиенту, нежели рынок компьютеров и оргтехники, однако постоянных клиентов, с

¹¹ «С позапрошлого года под Новый год мы пытались поздравлять все организации. ...Нашим постоянным клиентам... дарили по бутылке шампанского, коробке конфет» [интервью 3].

¹² «Вот нет денег, но они хотят купить компьютер – можно? Под честное слово? Можно. Собираем, отправляем. Или, допустим, сгорело 10 блоков питания, а надо запустить предприятие прямо сейчас. Оплату гарантируют. Никаких расписок, ничего. Просто мы даем товар – поехали» [интервью 4].

¹³ «Если заводской брак, то какая разница, есть там стикер или нет... Видно же, что брак, что это не отверткой скovyрнули. У нас не будет никаких проблем в обмене...» [интервью 4].

¹⁴ «А здесь они приходят – получают нормальное общение. Он же с трассы приехал. Хочешь кофе – ну пойдём, кофе попьём... И постепенно переходит в какие-то дружеские отношения. А потом уже появляются вопросы... Вот он эти 10 блоков питания запустил – он уже чувствует себя нам чем-то обязанным. Поэтому если у него или его знакомых возникает необходимость закупки компьютеров, то он, естественно, сразу обращается к нам» [интервью 4].

которыми поддерживались бы длительные контакты, здесь значительно меньше – прежде всего из-за низкой доли организационных клиентов. Интересным институтом на данном рынке являются формально физические лица, которые фактически являются «организациями», – так называемые «мастерские»: мастера, занимающиеся обслуживанием частных клиентов и приобретающих для этого запасные части и сопутствующие товары. Они могут составлять довольно значительную долю в обороте компании, особенно в весенний и осенний сезоны, когда автолюбители проводят техобслуживание и подготовку к новому сезону. Именно они являются основными пользователями дисконтных программ предприятий.

Рассматриваемые рынки сходны в том, как клиенты предпочитают действовать в случае нарушения своих потребительских прав: большая часть респондентов предпочли решать проблему самостоятельно, договариваясь с руководителем предприятия и его работниками (74% на рынке автозапчастей и 75% – на рынке компьютеров). Значительно меньшее число клиентов предпочли обратиться в организации по защите прав потребителей (13 и 12%) или привлечь влиятельных знакомых и друзей (10 и 11%). Исключительно малая часть опрошенных обращалась в правоохранительные органы (очевидно, лишь в случае наиболее вопиющих нарушений – 3 и 2%). Из тех респондентов, которые обращались для решения своей проблемы в правоохранительные органы, все смогли разрешить ее полностью (33–50%) или частично (67–50%); среди тех, кто выбрал организации по защите прав потребителей, этот процент еще выше (на рынке автозапчастей – 73% полностью и 27% частично). Те, кто решал проблему самостоятельно, были немного менее удачливы (67% смогли решить вопрос полностью, 27% – частично, а еще 6% клиентов разрешить проблему не смогли). Однако наибольшую эффективность приносит обращение к помощи влиятельных друзей и знакомых – полностью таким образом смогли решить свою проблему 92% клиентов, частично – 8%. Значит, несмотря на довольно высокую эффективность деятельности институциональных акторов, призванных разрешать конфликты, для преодоления возникших трудностей клиенты предпочитают привлекать социальный капитал.

Основные различия между исследуемыми рынками состоят в различных логиках оценивания, которые обуславливаются специфическими атрибутами, отличающими данные рынки. В первую очередь, это касается товарной специфики, неразрывно связанной со спецификой потребностей клиентов. Если на рынке компьютеров и оргтехники господствует логика социального капитала, подразумевающая длительные и тщательно выстраиваемые отношения с клиентами, создание яркого символического образа, послепродажное обслуживание и гарантии, то на рынке автозапчастей ключевым вопросом является создание предприятия, способного максимально эффективно удовлетворить довольно спонтанные запросы клиента, предварительно привлеченного умело расставленными «знаками». А это, в свою очередь, подчеркивает высокую важность человеческого капитала.

Поставщики

На рынке компьютеров и оргтехники при выборе поставщика предприятия ориентируются на ценовую (83% опрошенных фирм) и ассортиментную политику (две трети). Только затем принимаются в расчет такие факторы, как удобная транспортная схема, опыт прошлой работы, хорошая репутация и товарный кредит. Напрашивающееся предположение о том, что клиенты фактически диктуют фирмам свою политику в отношении поставщиков, подтверждаются и ответами на вопрос о мотивах, по которым отношения с поставщиком могут быть прерваны. Лишь треть опрошенных указала в качестве наиболее важной причины несоблюдение ранее оговоренных цен. Половина же отметила именно предоставление некачественного товара. Ни один из руководителей опрошенных нами фирм не выбрал вариант «несоблюдение сроков поставки», зато был указан вариант, которого изначально не

было в анкете – «отказ от обеспечения гарантии», что также совпадает с распределением факторов, обуславливающих потребительский выбор.

Применительно к отношениям с поставщиками важно отметить, что, в отличие от рынка автозапчастей, на рынке компьютерной техники они имеют исключительно деловой характер, и все контакты сводятся обычно к деловым переговорам.

Что касается разрешения конфликтов и вообще каких-либо спорных вопросов с поставщиками, то абсолютно все предприниматели (100%) в качестве способов разрешения споров указали «личные переговоры», две трети – «прекращение отношений с данным поставщиком», по одному респонденту отметили в качестве инструментов разрешения «обращение в судебные инстанции» (этот вариант отмечен фирмой, среди клиентов которой преобладают госпредприятия) и пассивный вариант – «списывание на непредвиденные издержки» (в таком случае фактически не предпринимается ничего). Заметим, что никто из опрошенных в качестве варианта ответа не выбрал ни «обращение к помощи органов местной власти» или «ассоциации предпринимателей», ни «привлечение влиятельных людей», ни «обращение к помощи частных силовых структур». Можно сделать вывод о том, что на данном рынке административному и силовому разрешению противоречий предприниматели предпочитают разрешение в рамках логики социального капитала¹⁵.

На *рынке автозапчастей* выбор поставщика обуславливается не столько какими-то экономическими факторами – более низкими ценами или более быстрыми сроками поставок (чуть менее половины предприятий рынка), сколько, в первую очередь, хорошей репутацией поставщика и широким ассортиментом предлагаемого им товара (по 70%), а также опытом прошлой работы с ним. Лишь немногие фирмы рынка указали в качестве определяющего фактора более удобную транспортную схему. Впрочем, здесь снова проявляется специфика товара, который не нуждается в столь быстром обновлении, как компьютерная техника.

Довольно логичным выглядит и распределение ответов на вопросе о том, по какой причине предприниматель мог бы прекратить отношения с тем или иным поставщиком: в качестве наиболее весомой причины фигурирует именно предоставление некачественного товара (83% фирм), и только 17% указали несоблюдение сроков поставки. При этом возникающие конфликты предприниматели склонны разрешать исключительно личными переговорами (100% респондентов) либо, если нарушение слишком серьезно, прекращением отношений с данным поставщиком (80%).

Для получения информации о своих поставщиках (об условиях работы с ними, предлагаемом ассортименте и ценах) предприниматели на данном рынке прибегают к разным источникам, доминирующую роль среди которых играет Интернет (86%). По 29% пытаются сгладить неопределенность и риски таких отношений, дополняя данную информацию другими источниками: рекламой в СМИ, информацией в специальных изданиях, либо узнают о поставщиках от других предпринимателей, работавших с ними ранее. Довольно широко (43%) используется информация от друзей, знакомых, слышавших об этом поставщике, но не работавших с ним. Наконец, наиболее популярным способом являются непосредственные разговоры с поставщиками (57% опрошенных предприятий): сюда может входить и консультирование с другими поставщиками, но чаще имеются в виду личные переговоры. Там, где поставщиков слишком много и личные отношения установить с ними затруднительно, роль «гаранта» – своеобразного внешнего носителя социального капитала –

¹⁵ «Они как-то это возмещают... Были случаи, когда из-за того, что не вовремя поставили, нам открывали кредитную линию – сразу, без разговоров. ...Смысл ругаться-то? Никаких штрафных санкций на них за это не наложишь... Ну, просто если один раз сорвут, другой, третий раз – мы просто больше с ними не будем работать» [интервью 3].

играет вышеупомянутый агент по закупкам, привлекаемый из числа родственников или близких знакомых. Формы и порядок деловых взаимодействий с поставщиками также может быть весьма разнообразным: в отличие от рынка компьютерной техники, здесь крайне высок процент тех фирм, которые работают по принципу стопроцентной предоплаты (83%). Еще половина фирм требуют 50–60%-ую предоплату; треть предприятий оплачивает товар по факту доставки.

Символическое взаимодействие

Принципы, на которых выстраиваются символические взаимодействия, исходят в основном из двух потребностей: накопление культурного капитала для минимизации затрат на конструирование знания и создание образа фирмы, релевантного запросам клиента.

На *рынке компьютеров* любые СМИ являются для наших предпринимателей источником информации, которая лишь при согласовании ее с другими источниками превращается в уверенное знание и встраивается в перспективу видения рынка. Для наиболее опытных фирм, присутствующих на рынке уже довольно долгое время, такими «платформами для согласования» становятся личные наблюдения и опыт собственной прошлой работы. Относительно молодые или маргинальные фирмы (аутсайдеры рынка скорее по социальным, чем по экономическим параметрам) предпочитают полагаться на опыт друзей, родственников и знакомых, а также непосредственное общение с конкурентами. Довольно высок уровень доверия к специальным изданиям. Маргинальные фирмы не доверяют как специальным изданиям, так и обмену информацией с другими участниками рынка. Некоторые новички не очень склонны полагаться на личные наблюдения и отзывы знакомых.

Воздействие на клиентов оказывается в русле той же логики социального капитала – на начальном этапе руководители всех опрошенных фирм привлекали клиентов через личные связи. 80% размещали рекламу в печатных СМИ и на радио, что связано с относительной дешевизной и доступностью данных каналов коммуникации. Еще 60% опрошенных использовали для привлечения первой клиентуры рекламу и объявления на телевидении, а 40% задействовали для этих целей уже рекомендации своих первых клиентов. Причем здесь идет речь не о том неизбежном неконтролируемом процессе передачи информации от клиента клиенту, который присущ любому бизнесу в относительно небольшом сообществе, а о вполне сознательной просьбе предпринимателей рекомендовать свою фирму другим потенциальным клиентам, т.е. задействовать личные связи «второго порядка». Все прочие каналы коммуникаций не были задействованы вовсе. На современном этапе спектр применяемых методов расширился, преобладающего среди них нет. Две трети фирм пользуются рекламой в СМИ, личными связями и рекомендациями других клиентов. Половина опрошенных используют для этого телевидение, а также участие в конкурсах и тендерах. 17% опрошенных организаций привлекают клиентов наружной рекламой и информацией на собственном сайте.

Что касается тех образов, которые пытаются создать предприятия, то, согласно нашим предположениям, они также основаны на логике того или иного капитала. В целом, если не брать маргинальные случаи (явных лидеров или новичков) или тех, кто находится в стадии изменения своей символической позиции на рынке, фирмы предпочитают создавать образ, ассоциируемый с надежностью, постоянством отношений, формирующий доверие и заставляющий полагать, что предприятие в своих действиях исходит именно из логики социального капитала.

На *рынке автозапчастей* более всего фирмы доверяют собственному опыту. Довольно высоким уровнем доверия пользуются и специальные издания, однако речь идет лишь о

получении достоверной информации о товарах, но не о рынке как о системе действующих акторов.

В принципах привлечения клиентов также проявляется специфика товара: если приобретение компьютера – обычно запланированное действие, то покупка автозапчастей чаще оказывается спонтанным актом, обусловленным необходимостью заменить вышедшие из строя части автомобиля. Поэтому ключевыми факторами, определяющим вероятность покупки в том или ином магазине, становятся ситуационное знание о магазине и наличие в нем широкого ассортимента. Критически важным становится информационное «попадание» в момент острой потребности клиента.

Своеобразна и логика образов, которые создают фирмы рынка запчастей. Более половины (57%) предприятий считают, что образ их фирмы соответствует утверждению «Развиваем бизнес на перспективу, вкладываем средства в техническое усовершенствование бизнеса и повышение квалификации сотрудников». Предприятия, находящиеся в стадии становления (около 30%), предпочитают более агрессивный образ, ориентированный на экономический капитал «Завоевываем как можно большую долю рынка, стремимся получить максимально возможную прибыль». Ценовые лидеры предпочитают определять себя через образ «Мы являемся авторитетной и влиятельной фирмой, на стратегию которой ориентируются наши конкуренты». Таким образом, данный рынок представляется гораздо более «рыночным», нежели рынок компьютеров и оргтехники.

Административно-правовое поле

На обоих рассматриваемых рынках предприятия испытывают примерно одинаковое по силе воздействие федерального правового поля, которое может значительно превосходить воздействие местных административных структур. Можно отметить и влияние федеральных органов власти и контроля. Отдельные нормы правового поля могут серьезно влиять на отношения предприятий с клиентами или административными органами, однако их воздействие всегда преломляется под воздействием норм, сложившихся на рынке, встраиваясь в их локальную структуру и культуру отношений.

Например, на *рынке компьютеров* изменения в правовом поле привели к возникновению института «потребительских экстремистов». Компьютерная техника крайне чувствительна к физическим воздействиям, и продавцу обычно сложно доказать, что товар был испорчен по вине потребителя. Это позволяет покупателям эксплуатировать технику в течение какого-то короткого срока, а затем вывести ее из строя и потребовать обмена. И даже в тех случаях, когда предприятие имеет возможность уйти от обмена, сложившиеся социальные нормы фактически не оставляют ему иного выбора, кроме как удовлетворить требование клиента¹⁶. Чтобы снизить такого рода риски, фирмы часто идут на исключение некоторых товарных групп и торговых марок¹⁷. Здесь мы наблюдаем, как законодательная норма формирует правовое поле, однако решающее значение имеют специфические культурные характеристики самих рынков. Это видно на примере двух наиболее значимых нормативных актов: ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» и ФЗ № 94 «О госзакупках». Хотя данные

¹⁶ «В основном мы идем всем на уступки, не ссылаясь на закон о защите прав потребителей, а просто чтобы хорошее отношение к себе оставить» [интервью 3].

¹⁷ «...Там проблемы были с фотоаппаратом. С дешевым фотоаппаратом. Клиент им шелкал-шелкал, потом принес и сказал, что у него “неправильная цветовая гамма”. А ведь он изначально такой был, он и стоит мало потому, что он такой. А цена на него уже упала. Человек пытается вернуть те же самые деньги, на которые он уже может купить что-то намного лучше. Поэтому мы фототехникой не занимаемся» [интервью 3].

нормативные акты действуют на обоих рынках, на рынке компьютерной техники закон «О защите прав потребителей» оказывает гораздо более сильное влияние и воспринимается намного острее, нежели на рынке автозапчастей, где ни одно из предприятий не указывает его в качестве правила, определяющего отношения.

Точно так же дело обстоит и с законом о порядке госзакупок. В принципе, на обоих рынках он регламентирует идентичные процедуры, однако значимость отношений с государственными структурами заставляет фирмы компьютерной техники проявлять гораздо более высокую активность в привлечении госклиентов, нежели это делают предприятия рынка автозапчастей. На рынке компьютерной техники введение данного закона позволило сформировать активное поле борьбы за победу в тендерах и котировках, вплоть до оспаривания их результатов в суде, что только сильнее укрепляет связи фирм данного рынка с государственными органами.

На *рынке автозапчастей*, однако, закон о госзакупках не повлиял кардинальным образом на взаимоотношения предприятий и государственных структур. Одновременно, сложившийся на рынке институт перекупки фирмами друг у друга определенного товара, которого им в данный момент недостает в силу различных обстоятельств, не только не теряет своей актуальности и не подавляется правовыми нормами, но и укрепляет свои позиции: и сами предприятия, и предприниматели находят удобным приобрести недостающую позицию у конкурентов, не перезаключая договора. При этом на рынке автозапчастей относительно важным признается воздействие другого нормативного акта, согласно которому отдельные категории товаров были признаны акцизными, что сильно отразилось на административной структуре самих предприятий, заставило их приобретать дополнительное оборудование, перестраивать систему расчетов.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что правовое поле оказывает неодинаковое влияние на рынки, основу взаимоотношений и институтов на которых диктует логика различных капиталов. Накладываясь на определенную товарную специфику, институты и локальную логику рынка, нормативные акты способны усилить существующие на рынках тенденции, форсировав укрепление связей на одном рынке и перестроив структуру организации на другом.

Трудовые отношения

Воздействие локальной культурной специфики испытывают и трудовые отношения на предприятиях.

Логика социального по-прежнему является ключевой *на рынке компьютеров и оргтехники*. Основными требованиями, которые указываются еще при поиске сотрудников, являются «умение выполнять требуемую работу независимо от квалификации» (60%), «обладание необходимыми личными качествами» (50%), «необходимый опыт работы» (50%) и наличие рекомендаций (33%), т.е. параметры, которые достаточно сложно оценить сходу. Вполне оправданным выходом из ситуации становится поиск гарантий и подтверждений требуемых качеств работника акторами, с которыми у него уже сложилась определенная история взаимоотношений. Соответственно, наименее значимыми, но все же упоминаемыми, являются «необходимое образование, квалификация» и «способность соблюдать график работы». К требуемым личным качествам работодатели относят «коммуникабельность», «умение разобраться в любой проблеме», «честность». Эта тенденция находит подтверждение и при ответе на полуоткрытый вопрос о том, какие качества предприниматели ценят в подчиненных: абсолютно все респонденты отметили «доверие и порядочность».

На данном рынке отношения с работниками выстраиваются в основном на доверительной основе, неформальных взаимодействиях, создается творческая и дружеская атмосфера,¹⁸ способствующая проявлению инициативы и обмену знаниями¹⁹.

На *рынке запчастей* основным требованием предпринимателей к работникам является «умение выполнять требуемую работу, независимо от квалификации» (71% работодателей). Второстепенное значение имеют личные качества и образование, квалификация (29% опрошенных), а также опыт работы и наличие рекомендаций с прошлого места работы (по 14% фирм). Среди желательных личных качества называют общительность, дисциплинированность, сообразительность. Наиболее ценными качествами своих подчиненных абсолютно все предприниматели считают «доверие и порядочность».

В целом, на обоих рынках важную роль играет доверие, а от работника требуется обладание культурным капиталом, чтобы грамотно проконсультировать и обслужить клиента. Однако на рынке автозапчастей работник должен иметь более высокую квалификацию и владеть профессиональной тематикой (на первом месте – человеческий капитал), а на рынке компьютеров повышенные требования предъявляются к творческим способностям работника (суметь понять потребности клиента или найти оригинальное решение часто новых проблем), выдвигая на первый план его культурный капитал.

Финансовые институты

На *рынке компьютеров и оргтехники* помимо всех формальных требований для получения крупного кредита требуется еще и значительный социальный капитал, распределенный в связях предпринимателя с руководителями банков и подкрепленный действительными гарантиями безопасности банковских средств – поручителем или большими оборотами бизнеса²⁰. Только относительно молодые фирмы указывают на то, что кредиторы обычно требуют бизнес-план (20%); а вот определенный уровень доходов и оборот бизнеса, обязательный опыт доверительных отношений называют практически все предприятия (80%).

Чаще всего кредиты требуются для текущих закупок товара или погашение долга перед поставщиками – 100% опрошенных. Кроме того, средства могут заимствоваться и для открытия новых точек, приобретения новых товарных групп и развития бизнеса (40%), приобретения недвижимости и ремонта помещений (20%), приобретения оборудования для торговли (20%). При этом существует определенная зависимость между источником и целевым назначением кредита: краткосрочные кредиты, направленные на погашение долговых обязательств или текущие закупки, обычно приобретаются через знакомых

¹⁸ «Неформальное общение у нас на праздники. В баню ходим иногда толпой. Тут есть положительные моменты... Потому что на работе иногда приходится быть сволочью. А там нет – там все без штанов. То есть все трудности, которые бывают, – решаются, проясняются...» [интервью 4].

¹⁹ «Компьютеры – это всегда самообразование. Даже если ты что-то изучал, то это можно смело выкинуть на помойку, потому что оно уже устарело»; «Вообще, компьютеры – это мальчишеские студенты. Квалификация проверяется только “на зубок”. ...Главное качество, которое нужно человеку, который у нас работает, – это суметь найти в Интернете, как решить проблему. Потому что какие-то штампы – не проходят» [интервью 4].

²⁰ «Банк, конечно, требует бизнес-план. Но в основном все равно решают очень сильные взаимоотношения руководителей предприятия и банка. А если этих взаимоотношений нет, то ничего не поможет. Ну, и опять же, нужен сильный поручитель – в начале бизнеса» [интервью 3].

предпринимателей²¹, а долгосрочные инвестиции в приобретение или обслуживание недвижимости, закупку оборудования и развития бизнеса в целом требуют больших затрат и, соответственно, вынуждают прибегать к помощи крупных финансовых институтов.

Что касается *рынка автозапчастей*, то здесь в 75% случаев кредиты берутся для текущих закупок товара и погашения долга перед поставщиками, причем, в отличие от рынка компьютеров, для этих целей могут использоваться как личные связи, так и банк. Еще по 25% опрошенных фирм берут кредиты на приобретение недвижимости и ремонт помещений или приобретение оборудования для торговли. Как и на рынке компьютерной техники, кредитование на данном рынке осуществляется преимущественно на основании долгих доверительных отношений (в 80% случаев), что более характерно для предприятий, привлекающих заемные финансовые средства по неформальным каналам. В 40% случаев от фирм требуется определенный уровень доходов, оборот бизнеса. Наличие бизнес-плана и поручительство третьих лиц требуют у 20% фирм – тех, кто постоянно взаимодействует с банками.

Таким образом, рынок компьютерной техники является гораздо более требовательным с точки зрения финансов, заставляя задействовать более широкий круг кредиторов, в то время как более половины предприятий на рынке автозапчастей вообще не привлекали заемные средства в начале бизнеса, и в настоящее время также пользуются чаще личными связями, нежели услугами банков. Безусловным общим моментом для обоих рынков является логика предоставления кредитов, основанная на социальном капитале и длительных доверительных отношениях, причем на рынке компьютеров эта логика распространяется и на отношения фирм с банками.

Выводы

Итак, мы можем выделить систему из трех основных факторов, формирующих ценностно-нормативный комплекс малого предпринимательства применительно к изученным рынкам.

- Во-первых, нужно отметить всепроникающую логику *социального капитала*, которая на рынке компьютеров и оргтехники формирует отношения с основными клиентами, банками и административными органами, кадровую политику, ориентирует на накопление и поддержание репутации и регулирует отношения между участниками рынка. На рынке автозапчастей социальный капитал формирует отношения с поставщиками, подбор кадров и отношения финансовой взаимопомощи, а также регулирует отношения между фирмами, сплачивая их.
- Во-вторых, выделяется фактор *товарной специфики*, который на рынке компьютеров оказывает влияние на структуру клиентов, каналы и содержание символического влияния, обуславливает требования к кадрам и формирует клиентские предпочтения, которые в силу логики социального капитала определяют отношения фирм с поставщиками. На рынке автозапчастей под влиянием товарной специфики также формируются клиентские предпочтения, отношения с поставщиками и требования к кадрам, каналы и содержание символического воздействия, а также структура клиентов, что приводит к игнорированию госзаказчиков.
- Наконец, в-третьих, мы не можем не отметить влияние *административно-правового поля*, которое на рынке компьютеров определяет взаимодействие с государственными органами как клиентами, формирует потребительское поведение и способствует

²¹ «Все зависит от суммы. Какой смысл идти в банк, составлять бизнес-план, если сумма маленькая... Ее можно занять у другого предпринимателя – тем более, у нас сеть большая...» [интервью 3].

институционализации рынка. На рынке автозапчастей данное поле влияет на построение внутренней структуры организации, но практически не оказывает влияния на отношения с клиентами и не способствует институционализации. Кроме того, в отношениях с поставщиками оно практически полностью замещается логикой социального капитала.

Теперь мы получаем возможность сформулировать несколько общих выводов.

1. К числу фундаментальных ценностных принципов, составляющих основу ценностно-нормативного комплекса изученного локального сообщества, следует отнести *приоритет личных отношений и репутации*, при котором участники взаимодействий ориентированы на поддержание высокого уровня репутации в глазах прочих акторов на рынке – клиентов, поставщиков, кредиторов и инвесторов, контролирующих органов и административных структур, партнеров, что выражается в высокой ценности социального капитала, распределенного внутри сетей рыночных взаимосвязей. Вторым фундаментальным принципом, определяющим оценки и поведенческие нормы, выступает *способность получить доступ и организовать распределение ключевых для деятельности фирмы ресурсов* (финансовых, земельных, трудовых и проч.), что также побуждает фирмы к выстраиванию долгосрочных стратегий взаимодействия с участниками рынка.
2. Структура связей на исследованных рынках неоднородна и складывается во многом под влиянием товарной специфики предприятий, а также региональных особенностей (узости рынка, сезонности торговли, удаленности региона), что приводит к возникновению специфических институтов (например, «агентов по закупкам» – во взаимодействиях с поставщиками, взаимовыручки и переадресации клиентов – во взаимоотношениях с конкурентами), ориентации на поддержание устойчивых связей с определенными типами акторов и институтов – руководителями кредитных учреждений, крупных организаций, поставщиков; структура связей и привлекаемых по ним капиталов и содержания осуществляемых взаимодействий структурирует рынок, определяя положение предприятий.
3. На построение отношений предпринимателей с клиентами наиболее сильное влияние оказывают товарная специфика отдельного рынка и ценностные принципы разного уровня: специфические свойства компьютерной техники (высокая стоимость разовой покупки и удешевление с течением времени) и автозапчастей (ситуативная востребованность и восходящая ценовая динамика) обуславливают предпочтение того или иного типа клиентов (юридические или физические лица, частные или государственные организации, мелкие или крупные фирмы), а высокая значимость «социального капитала» в локальном поле стимулирует фирмы к поддержанию постоянных доверительных отношений с клиентами, что позволяет клиентам фактически диктовать ассортиментную политику и выбор фирмами поставщиков;
4. Правовое поле и федерального, и регионального уровня оказывает примерно одинаковое по силе, но разнородное по характеру воздействие на культуру локальных предпринимательских сообществ: не влияя на ценностное ядро, правовые нормы способны порождать и перестраивать новые практики на рынке, создавая, таким образом, своеобразные рамки, содержательное наполнение которых обуславливается ценностными принципами предпринимательского сообщества.
5. Внутренняя культура предприятий на исследованных рынках подчиняется ценностным логикам, определяющим культуру рынка в целом, а также требованиям отраслевой и товарной специфики.
6. Ценностно-нормативный комплекс культуры малого предпринимательства исследованных рынков формируется и регулируется под влиянием системы факторов, которую образуют климатические, географические, демографические и экономические

особенности региона (территориальная удаленность, сезонность торговли, экстремальный климат, ограниченный рынок сбыта), социальные и институциональные характеристики локального сообщества (высокая роль административных структур при распределении ценных ресурсов, крайне высокая плотность и интенсивность социальных контактов), правовые нормы федерального и муниципального уровня, регулирующие предпринимательскую деятельность и трудовые отношения, культурно-аксиологические принципы регионального сообщества (высокая роль «социального капитала» как способности производить и воспроизводить доверительные отношения, основанные на взаимопомощи и репутации) и предпринимательской деятельности (первостепенная значимость «культурного» – как способности распознавать логики клиентов и конкурентов и реагировать на запросы социального поля – и «административного» – как способности получать доступ и эффективно распределять имеющиеся ресурсы в организационной схеме – капиталов), а также отраслевая и товарная специфика (определяемая свойствами товара и его ценовой динамикой), причем правовое поле создает рамки, которые наполняются конкретными нормами исходя из ценностей, вырабатываемых в специфических региональных климато-географических, социально-демографических, экономических и культурных условиях и связанных с особенностями предпринимательской деятельности, что в совокупности и обуславливает складывание ценностно-нормативного комплекса культуры малого предпринимательства данного региона.

Литература

- Болтански Л., Тевено Л.* Социология критической способности // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. Том III. № 3. С. 66–83. <http://ecsocman.edu.ru/jssa>
- Бурдые П.* Социальное пространство и генезис классов // Социология социального пространства. СПб.: Алетейя, 2007.
- Колесников А., Колесникова Л.* Малый и средний бизнес: эволюция понятий и проблема определения // Вопросы экономики. 1995. № 9. С. 46–58.
- Юдин Г.Б.* Рынки как поля: попытка реконцептуализации. // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 4. С. 27–42. <http://ecsoc.msses.ru>
- Bridge S.* Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business / S. Bridge, K. O'Neill, S. Cromie. L.: Macmillan Press Ltd., 1998.

Список респондентов

- Интервью 1. Директор магазина автозапчастей-1, 41 год.
- Интервью 2. Менеджер магазина автозапчастей-2, 22 года.
- Интервью 3. Директор магазина компьютеров и оргтехники-1, 31 год.
- Интервью 4. Менеджер магазина компьютеров и оргтехники-2, 30 лет.

ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

Н.И. Скрыльникова

РЫНОК ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ В РОССИИ: формальные и неформальные взаимодействия акторов¹



СКРЫЛЬНИКОВА Наталия
Ивановна – выпускница
магистратуры факультета
социологии ГУ-ВШЭ.
Email: nat24@mail.ru

Цель исследования – анализ неформальных взаимодействий акторов на рынке гражданской авиации России в их привязке к формальным отношениям. Объект исследования: представители основных типов участников рынка гражданской авиации России. Предмет исследования: формальные и неформальные взаимодействия между основными участниками рынка гражданской авиации России, а также внутри компаний, работающих на авиационном рынке.

Глава 1. Формальные и неформальные взаимодействия акторов на рынке гражданской авиации как предмет экономико-социологического исследования

1.1. Актуальность исследования

<...> В переходный период в гражданской авиации (ГА) многие старые формальные правила утратили свою силу и актуальность, а новые еще не были созданы. Возникший вакуум заполнялся неформальными нормами, формировавшимися в процессе реальных взаимоотношений субъектов гражданской авиации. Неформальные отношения, в том числе теневые, стали формой адаптации акторов гражданской авиации в период перехода к рыночным отношениям.

<...> В настоящее время, когда процесс перехода к рыночным отношениям в гражданской авиации практически завершен, положительное изменение качественных показателей отрасли может быть достигнуто только с помощью ее структурной перестройки под требования рынка. В связи с этим исследование формальных и неформальных взаимодействий акторов рынка ГА, является весьма актуальным, что определяется как государственной политикой и потребностью оптимизации деятельности участников рынка ГА, так и необходимостью изучения положительного и отрицательного

¹ Статья подготовлена редакцией журнала на основе выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации) автора.

влияния неформальных отношений на экономическую и социальную ситуацию в России в целом.

1.2. Цель и задачи исследования

Государство в очередной раз пытается реформировать отрасль гражданской авиации. Недавно была создана Объединенная авиастроительная корпорация (ОАК), в которую было вложено немало средств и усилий. По сути, создание ОАК – это попытка интегрировать ресурсы участников авиационного рынка и создать единую систему. Однако при подготовке данного проекта учитывалась лишь экономическая ситуация в области гражданской авиации России, социальная же оставалась за рамками анализа, «выпали» из него и неформальные отношения.

<...> *Цель нашего исследования* – анализ неформальных взаимодействий акторов на рынке гражданской авиации России в их привязке к формальным отношениям. <...> Для этого необходимо решить следующие задачи.

1. Изучить особенности функционирования рынка гражданской авиации России: формирование рынка ГА России в 1990-е годы (проблемы, адаптация к рыночной экономике), текущее состояние рынка, роль государственного регулирования на нем.
2. Охарактеризовать формальные взаимодействия акторов на рынке ГА России: типы и функции основных участников рынка ГА России, схема и характер их взаимодействий.
3. Проанализировать неформальные взаимодействия акторов на рынке ГА России: какие типы участников вовлечены в неформальные взаимодействия, каковы виды неформальных взаимодействий между ними, каковы функции неформальных отношений и их масштабы, каковы особенности социальной структуры рассматриваемого рынка, какие факторы способствуют формированию неформальных взаимодействий между его акторами.
4. Выработать рекомендации по регулированию неформальных взаимодействий акторов на рынке ГА России. Решение этой задачи во многом зависит от анализа положительного и отрицательного влияния неформальных взаимодействий между акторами рынка. Нас будет интересовать влияние неформальных отношений на безопасность полетов, а также и их значение для встраивания российской гражданской авиации в международные рынки.

1.3. Теоретические и методические основы исследования рынка ГА России

Формальные взаимодействия участников авиационного рынка рассматриваются в ряде научных работ [см.: Абрамочкина 2005; Осадчий 2003; Полозов-Яблонский 2003]. А вот исследований неформальных взаимодействий акторов рынка ГА России ранее не проводилось. Скорее всего, это связано с тем, что отраслевые ученые фокусируются на разработке технических и технологических аспектов развития гражданской авиации, а для «аутсайдеров» исследования затруднены, поскольку авиаторы не готовы открываться посторонним, тем более по вопросу неформальных отношений. <...>

Под неформальными взаимодействиями акторов мы будем понимать взаимодействия, не регламентированные формальными правилами либо противоречащие им. При этом «формальные правила утверждаются конкретными полномочными субъектами, обладающими легитимной властью или правами собственности» [Радаев 2003: 89]. Содержание формальных правил фиксируется в законах в качестве правовых норм и в различных письменных предписаниях, опирающихся на правовые нормы. Они обязательны

для исполнения. Существуют механизмы их поддержания, включая перечень санкций за их несоблюдение. Весомую долю издержек по поддержанию формальных правил на себя берет государство [Радаев 2003].

Неформальные правила могут быть представлены социальными нормами и договоренностями [Барсукова 2004]. «Помимо формальных отношений, закрепленных в должностных инструкциях, приказах, распоряжениях, правилах, существуют неформальные отношения, являющиеся неписаными законами взаимоотношений на производстве. Эти традиционные нормы поведения выполняют роль регуляторов производственной жизни предприятия. Невыполнение тех или иных формальных требований мы также относим к неформальным отношениям [Алашеев 1995]. <...>

В рамках нашего исследования за основу возьмем два теоретических направления экономической социологии, которые будем применять «в качестве исследовательских схем для эмпирического анализа» [Радаев 2003: 6]. В первую очередь, обратимся к сетевому анализу, рассматривающему рынок как «совокупность социальных сетей – устойчивых связей между индивидами и фирмами» [Радаев 2005: 51]. Во вторую, – к неинституциональному анализу, который представляет рынок как «совокупность институциональных форм» [Радаев 2003: 39], «упаковывает» сети в форму институциональных образований» [Радаев 2005: 52].

Сетевой анализ позволит описать существующие на авиационном рынке сети формальных и неформальных взаимодействий. При этом мы постараемся проследить, как они складывались и трансформировались. Также обратимся к институционализации некоторых неформальных взаимодействий и выдвинем предположение о том, какие именно факторы могут влиять на появление неформальных отношений на рынке гражданской авиации России.

Объект исследования: представители основных типов участников рынка гражданской авиации России. *Предмет исследования:* формальные и неформальные взаимодействия между основными участниками рынка гражданской авиации России, а также внутри компаний, работающих на авиационном рынке.

1.4. Информационная база исследования

Исследование основано на следующих источниках информации.

1. Статистические данные о работе различных участников рынка ГА России (использовались научные и отраслевые журналы, информационно-аналитические материалы Федерального агентства воздушного транспорта, Министерства транспорта России, Транспортной клиринговой палаты, Ространснадзора, российских авиакомпаний).

2. Официальные документы (законы, государственные программы, соглашения между участниками рынка, их пресс-релизы и т.д.), в которых отражены формальные взаимодействия участников рынка и государственная политика в данной сфере. Документы размещены на сайтах государственных органов власти, сайтах российских авиакомпаний («Аэрофлот-Российские авиалинии», «Сибирь», «Трансаэро») и профессиональных информационно-аналитических порталов (www.aviaport.ru, www.avia.ru).

3. Неформализованные интервью со специалистами авиационной отрасли. В общей сложности проведено 19 интервью (10 специалистов со стажем работы в гражданской авиации более 15 лет, прочие – не менее 3 лет). Респонденты представляли различные типы участников авиационного рынка: авиакомпании (8 человек), авиастроительные и авиаремонтные заводы (6), аэропорты (2), конструкторское бюро (1), топливозаправочный комплекс (1 человек). Должности варьируются от заместителя генерального директора компании до авиатехника.

<...> В интервью обсуждались вопросы о компании, которую представлял эксперт (к какому сегменту рынка относится, с какими типами организаций сотрудничает, как осуществляется поиск деловых партнеров и клиентов); взаимоотношения с поставщиками; взаимоотношения с контролирующими и лицензирующими государственными органами; взаимодействиях с конкурентами; неформальные отношения внутри компании (отбор и продвижение работников, мотивация и зарплата, конфликты и их разрешение и др.). <...>

4. Материалы авиационных Интернет-форумов, в рамках которых нами были заведены темы «формальные и неформальные отношения в ГА России».

<...> Также с помощью программы «ВААЛ-мини» была проведена фоносемантическая оценка совокупности слов и выражений (сленга), с помощью которого респонденты описывали практики неформальных взаимодействий. <...>

Глава 2. Рынок гражданской авиации России

Одно из первых и основополагающих определений рынка воздушных перевозок было дано в СССР еще в 1982 г. «Рынок воздушных перевозок – совокупность предлагаемых на коммерческой основе авиатранспортными компаниями провозных возможностей воздушного транспорта на регулярных линиях, а также по чартеру и предъявленного общественного платежеспособного спроса на авиатранспортную продукцию, приуроченных к определенному месту и времени» [Артамонов 1982: 33]. В рамках нашего исследования за основу возьмем определение рынка как «системы регулярного, преимущественного денежного, взаимовыгодного добровольного и состязательного обмена благами, где действия его участников регулируются, помимо цен, их структурными связями, институциональными формами, властными иерархиями и культурными конструкциями» [Радаев 2006: 34]. Соответственно *под рынком гражданской авиации России будем понимать совокупность предлагаемых акторами на коммерческой основе возможностей по перевозке пассажиров и грузов гражданским воздушным транспортом, а также продуктов и услуг, необходимых для осуществления воздушных перевозок; при этом действия акторов регулируются ценами, их структурными связями, институциональными формами, властными иерархиями и культурными конструкциями.*

2.1. Модели рынка гражданской авиации. Современная система ГА России

Конвенция о международной гражданской авиации (Чикагская конвенция) 1944 г. и ее технические приложения заложили законодательную основу безопасности полетов в области мировой гражданской авиации². <...> Принципы, заложенные в Чикагской конвенции, легли в основу двусторонних соглашений, началом которых стало «Бермудское соглашение» 1946 г. по трансатлантическим рейсам между Великобританией и США. <...> Однако время показало, что двусторонние договоренности негативно сказываются на конкурентоспособности авиакомпаний, гарантированными объемами перевозок и одинаковыми ценами уничтожая стимулы к улучшению работы. <...>

Переход России от административно-командной системы к рыночной экономике, а также современные требования международного авиатранспортного рынка привели к необходимости реформирования отрасли гражданской авиации. В условиях рынка возможно как государственное регулирование, так и либерализация управления гражданской авиацией. Исторически сложились три основные модели функционирования рынка гражданской авиации: патерналистская, либеральная и смешанная.

² Текст Конвенции: <http://www.transco.ru/index.php?id=377>

В период становления отрасли гражданской авиации требовалась экономическая и политическая поддержка государства, поэтому исторически в мире больше примеров патерналистской модели. Однако в последние 20–25 лет все больше стран отказываются от патернализма в отрасли в пользу либеральной модели.

В *патерналистской модели* национальный перевозчик (или большинство крупных авиакомпаний) контролируется государством и имеет преференции по сравнению с остальными авиакомпаниями страны. Преференции выражаются в государственных дотациях (на покрытие убытков, обновление парка ВС и т. д.) и монополии (либо дуополии с зарубежным перевозчиком) на значительной доле маршрутов (обычно на наиболее доходных международных линиях). Как правило, национальный перевозчик контролирует более 60–70% рынка, а частные авиакомпании выполняют небольшой объем перевозок. Патерналистская модель ярко представлена в Сингапуре (Singapore Airlines), Таиланде (Thai Airways), ОАЭ (Emirates), Франции, Швейцарии и ряде других государств [Карпов 2006].

С нашей точки зрения, патерналистскую модель нельзя называть рыночной, поскольку в ней отсутствуют конкуренция и состязательность. Это политика протекционизма и государственного регулирования всех сторон деятельности, которая не позволяет работать рыночным механизмам. Ведь здесь речь идет о законодательном закреплении доли рынка за национальной авиакомпанией; ограничении частоты полетов, провозных емкостей, коммерческих прав для других перевозчиков; лицензировании полетов по воздушным линиям; дифференциации аэропортовых и аэронавигационных сборов для национальных и иностранных авиакомпаний; требовании высоких страховых покрытий для иностранных перевозчиков; жестком распределении частот полетов между авиакомпаниями и административном установлении уровней тарифов и т.д.

Либеральная модель возникла после Второй мировой войны, когда экономика некоторых стран (например, США) стала интенсивно развиваться, – появилась идея отхода от административного управления гражданской авиацией и распространения на нее рыночных отношений. Для ослабления государственного воздействия требовалось создать соответствующие политические и экономические условия. В результате длительных обсуждений в 1978 г. в США был принят Закон о дерегулировании деятельности авиакомпаний. При его разработке правительство учитывало прежде всего то, что ввиду резкого увеличения эксплуатационных расходов многие национальные авиакомпании США стали нести значительные убытки, однако согласно действовавшим тогда правилам не имели права прекратить полеты даже на убыточных для них линиях. Правительство встало перед выбором: субсидировать убыточные авиакомпании или допустить их разорение. И оно решило ослабить государственное регулирование авиатранспортного бизнеса, рассчитывая, что свободная конкуренция оживит отрасль и избавит государственный бюджет от лишних расходов [Костромина 2005: 15]. <...> Идея дерегулирования оказалась привлекательной, и примеру США последовали сначала Канада, а затем европейские страны, Япония [Костромина 2005: 16]. В 1995 г. Главное управление бухгалтерской отчетности США (GAO) выполнило анализ результатов дерегулирования авиарынка США. Основной вывод, сделанный аудиторами GAO: результатом дерегулирования стало усиление конкуренции между авиакомпаниями, которое в целом привело к повышению качества услуг (в том числе снижению стоимости перевозок, расширению спектра услуг, предлагаемых пассажиру, а также увеличению количества рейсов, частот по отдельным маршрутам, появлению большого числа стыковок, сокращению их времени) [Карпов 2006].

Несмотря на растущую популярность либеральной модели, патерналистская модель также может быть эффективной (например, авиакомпания Singapore Airlines неоднократно признавалась лучшим перевозчиком по ряду показателей). Однако для этого необходимы крупномасштабные государственные инвестиции и последовательная политика.

Наконец, может возникать *смешанная модель*, сочетающая характеристики патерналистской и либеральной моделей. Смешанной модели сегодня придерживаются Италия, Бразилия и другие страны – среди которых и Россия. <...>

2.2. Роль государственного регулирования на рынке ГА

<...> Гражданская авиация относится к группе отраслей, деятельность предприятий которых контролируется наиболее жестко. Причем ни в литературе, ни на практике не подвергается сомнению сама необходимость внешнего воздействия на состояние рынка ГА, споры ведутся лишь о масштабах и методах государственного регулирования. Особенности и характер вмешательства государства в деятельность авиапредприятий на рынке обусловлены влиянием нескольких групп факторов: макроэкономических (предопределяемых значением транспорта для процесса воспроизводства), микроэкономических (связанных с особенностями авиатранспортной продукции, технологии, спецификой структуры авиатранспортного рынка, характером конкурентной борьбы), а также социальных и политических [Антипова 1996: 20].

Транспорт и, в частности, гражданская авиация относятся к инфраструктурным отраслям, от состояния которых в значительной степени зависит эффективное развитие экономики в целом. Любая транспортная система является сверхсложной, поэтому на макроуровне остро встает проблема координации работы и слаженного развития всех видов транспорта.

При этом транспортная продукция обладает рядом специфических черт, которые накладывают отпечаток на технологические процессы, характер потребления, структуру рынка, а следовательно, и государственное регулирование. Авиатранспортные предприятия предлагают на рынке транспортную продукцию, создаваемую в процессе перевозки пассажиров и грузов, а также услуги, сопутствующие транспортному процессу и необходимые для его осуществления. <...> Ее полезный эффект можно потреблять лишь во время процесса производства; этот эффект не существует как отличная от процесса потребительная вещь, которая лишь после того, как она произведена, функционирует в виде предмета торговли, обращается как товар» [Антипова 1996: 21]. <...>

На наш взгляд, можно выделить три наиболее важных причины, вызывающих необходимость государственного регулирования рынка гражданской авиации: (1) обеспечение безопасности полетов, означающее введение обязательных для участников авиационного рынка стандартов и правил, позволяющих гарантировать надлежащее состояние воздушных судов (ВС), а также их должную эксплуатацию; (2) контроль качества продукции авиационных предприятий; (3) разумное ограничение издержек, которые несет общество в связи с деятельностью авиационного транспорта. <...>

2.3. Особенности становления рынка гражданской авиации России

До распада СССР в подчинении Министерства гражданской авиации находилось единое государственное авиапредприятие «Аэрофлот» с территориальным управлением в регионах РСФСР, а также в союзных республиках. <...> Территориальной единицей управления служил авиаотряд. Все взаимодействия в рамках авиационной отрасли были четко распределены и контролировались государством. Любой авиаотряд имел свой аэропорт базирования и был привязан к выполнению перевозок на определенной территории. Конструкторские бюро и авиастроительные заводы производили авиационную технику, не задумываясь о потенциальных потребителях. А авиаремонтные заводы имели утвержденные планы работы на несколько лет вперед. <...>

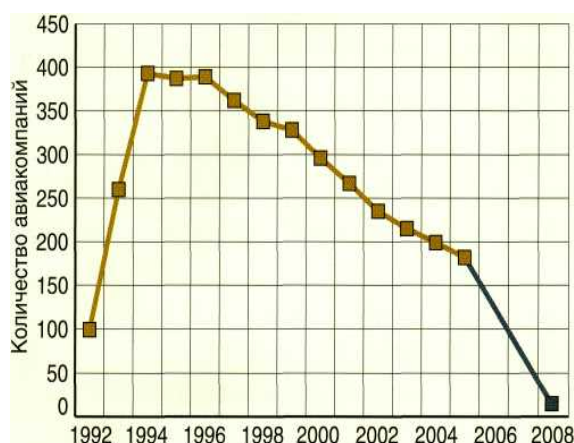
Несмотря на выстроенную в авиационной отрасли четкую систему формальных взаимодействий, неформальные отношения в ней также были весьма значимы и во времена

Советского Союза. Например, после окончания летного училища или авиационного вуза выпускников распределяли по авиапредприятиям – в том числе исходя из заявок, представленных тем или иным предприятием. Один из наших респондентов, работающий в авиации с 1982 г., вспоминал, каких усилий стоило его отцу сделать заявку от авиационно-технической базы (АТБ) «Аэрофлота», расположенной в Москве, чтобы сын сначала прошел там практику, а потом был направлен туда на работу. <...>

Государство жестко регулировало и контролировало все, что происходило в авиационной отрасли. Распад Советского Союза в 1991 г. и постепенный переход России к рыночным отношениям создали условия для первоначальной децентрализации и демополизации гражданской авиации. Состояние гражданской авиации в 1991–1993 гг. можно было назвать «шоковым», при этом никто еще толком не понимал, что происходит. Последующий переход к новым методам экономического и финансового управления, появление в новом российском законодательстве различных форм собственности предприятий, а также реорганизация структуры исполнительной государственной власти дали возможности для развития российского рынка гражданской авиации.

Этап децентрализации ГА России (1993–1997 гг.) начался с ликвидации фактической монополии «Аэрофлота» на внутренние и международные авиаперевозки посредством выделения из его первоначальной структуры множества (более 350) самостоятельных авиакомпаний различных форм собственности (см. рис. 1).

Рисунок 1. Динамика изменения количества авиакомпаний в ГА России



Источник: Федеральное агентство воздушного транспорта (ФАВТ). Прогноз на 2008 г. сделан руководством ФАВТ в августе 2006 г.

Авиакомпании формировались на базе объединенных авиаотрядов. В зависимости от первоначального территориального расположения выделились две обособленные группы авиакомпаний: авиакомпании московского базирования (включая сам «Аэрофлот», ставший к тому времени ОАО) и, соответственно, авиакомпании регионального базирования. Наладив прямое сотрудничество со столичными аэропортами, московские авиакомпании автоматически получили более прибыльные маршруты. Увеличение оборотного капитала данных авиакомпаний в дальнейшем дало возможность для дополнительного увеличения парка магистральных ВС, со-

ответствующих международным техническим нормам, что впоследствии сыграло свою роль при выделении из общей массы авиаперевозчиков федерального значения (на том этапе «Аэрофлот», «Внуковские авиалинии», «Трансаэро»). Однако одного только увеличения парка воздушных судов было недостаточно для победы в конкурентной борьбе и завоевания прочного положения на внутреннем и международном рынках.

В тот период времени вся российская экономика переживала кризис. Чрезвычайно низкий уровень платежеспособного спроса на авиаперевозки привел к жесткой конкуренции между многочисленными авиакомпаниями за московские и международные направления. Главной целью авиаперевозчиков было получение краткосрочных финансовых результатов. Выстроенная в СССР система взаимодействий субъектов авиационной отрасли разрушилась,

а установление новых формальных связей между акторами рынка было затруднено из-за нестабильности, периодического изменения формальных правил. Многие в тот период не понимали, как функционирует рынок, не имели опыта работы на нем. Неформальные отношения, выстраивавшиеся на базе разорванных связей, позволяли компаниям смягчить болезненную адаптацию к новым рыночным условиям.

На ряде направлений появилась политика демпинга и «ценовых войн», при одновременной тенденции к снижению безопасности полетов, а также качества бортового и наземного обслуживания пассажиров [Филева 2000: 12]. Деньги, полученные от продажи авиабилетов, сразу же включались в оперативные расходы на организацию следующих рейсов. Во многих, преимущественно мелких авиакомпаниях полученных средств не хватало даже на оплату прямых расходов, чем можно объяснить рост кредиторской задолженности перед авиаремонтными заводами, поставщиками горюче-смазочных материалов (ГСМ), аэропортами и т.п., которые также переживали кризис, и им было невыгодно поддерживать взаимодействия, не приносящие прибыль.

В середине 1990-х годов на двадцати основных производящих заводах и в двадцати конструкторских бюро авиационного комплекса России было занято несколько сотен тысяч человек [Коротков 2000: 114]. Многие авиастроительные, авиаремонтные заводы, КБ и т.д. лишившись необходимого государственного финансирования, простаивали без работы и без денег. Ценные научные сотрудники уходили работать в торговлю или уезжали за рубеж.

В подобной ситуации для поддержания текущей платежеспособности требовалось либо частичное сокращение основных производственных ресурсов, либо привлечение дополнительных источников финансирования, либо поиск каких-то иных вариантов «выживания» организации в рыночных условиях. Для многих таким вариантом стало использование своих ранее наработанных в авиационном секторе связей. Неформальные взаимодействия на том этапе были залогом того, что компания не обанкротится и, пусть не очень успешно, но продолжит свою работу. Например, благодаря дружеским связям руководителей то заправка самолетов топливом обходилась дешевле, то удавалось получить более выгодную частоту для полетов, то по старой дружбе КБ подписывало необходимые технические документы, позволяющие устанавливать на самолет ранее не предусмотренные, но более экономичные материалы.

Тем не менее многие компании все же потеряли ниши, которые занимали ранее. Началось сокращение авиаперевозчиков, причиной которого послужили, в том числе и негативные внутрипроизводственные факторы (неэффективное использование парка ВС, несоответствие производственных возможностей требованиям рынка, недостаток ресурсов и неумение управлять имеющимися ресурсами).

В начале 1990-х годов руководством Департамента воздушного транспорта (ДВТ) ошибочно прогнозировался рост объемов авиаперевозок в стране в 1995–1997 гг. [Маслаков, Корень 1998]. На основе этих прогнозов и неверного анализа внешней и внутренней среды функционирования системы воздушного транспорта были сформулированы миссия системы и ее краткосрочная цель: «сохранение трудовых коллективов и провозных мощностей». Поэтому большинство государственных авиапредприятий реализовывало стратегию «выживания» в сложившихся организационно-правовых формах без сокращения затрат и персонала, соответствующего снижению объемов работ, что привело к формированию избыточной провозной емкости парка из воздушных судов устаревших типов, их низкой эффективности, избыточной численности персонала авиакомпаний и его низкой производительности. К 1996 г. процесс приватизации и акционирования авиапредприятий РФ был практически остановлен. <...>

С 1997 г. начался этап реорганизации рынка ГА России, который продолжался до 2000 г., хотя можно сказать, что в какой-то мере реорганизация авиационного рынка происходит и сейчас. Периодически трансформируются структуры рынка, апробируются различные

стратегии развития отрасли, меняются сети взаимодействия акторов, возникают новые институты, причем как формальные, так и неформальные. К 1997 г. на рынке закрепились наиболее конкурентоспособные авиаперевозчики, а другие участники авиационного рынка приспособились к условиям рыночной деятельности: КБ и НИИ начали сдавать свои площади в аренду, а также выполнять хоть и малочисленные, но коммерческие заказы от новых фирм, закрепляющих свои ниши на авиационном рынке; авиастроительные заводы диверсифицировали свою деятельность и стали выпускать товары народного потребления (холодильники, весы), сельскохозяйственную технику, катера и т.д. (при этом не до конца собранные самолеты стояли на стапелях)³.

Определенные виды неформальных взаимодействий к этому моменту времени уже стали правилами, без которых эффективная работа на рынке была затруднена. Например, КБ осознали, что они не обязаны производить бесплатно любые доработки в технической документации, если это не уменьшает уровень безопасности полетов. К тому же авиакомпаниям были готовы платить, поскольку в противном случае несли убытки, а государство уже сняло с себя ответственность за координацию взаимодействий между субъектами авиационного сектора. И до сих пор поддержание дружеских взаимодействий с КБ для авиакомпаний является нормой.

В 1997 г. примерно 80% от общего объема внутренних и международных авиаперевозок выполнялось тридцатью относительно крупными компаниями. Из авиакомпаний московской группы наиболее жизнеспособными оказались «Аэрофлот», «Внуковские авиалинии», а также санкт-петербургское авиапредприятие «Пулково», имеющее примерно равный статус с московскими компаниями и являющееся для них конкурентом. Также в число лидеров рынка вошли региональные авиакомпании, которые смогли не только закрепиться на московском и международном направлениях, но и создать разветвленные маршрутные сети внутренних воздушных линий (ВВЛ). В их число вошли «Красноярские авиалинии», «Сибирь», «Самара», «Башкирские авиалинии» [Филева 2000: 13].

Для закрепления своих позиций на внутреннем и международном рынках авиакомпаниям потребовалось создание филиалов и представительств. Эта тенденция сопровождалась появлением новых форм взаимодействий акторов авиационного рынка. Авиакомпаниям были вынуждены налаживать контакты со своими конкурентами, работающими в тех районах, где создавался филиал. В противном случае, например, базовая авиакомпания местного аэропорта могла всевозможными способами (обычно применяя неформальные связи) усложнять работу представителям. Когда эффективные партнерские взаимодействия установить не удавалось, крупные авиакомпании поглощали более мелкие.

Уменьшение числа авиакомпаний совпало с официальной политикой Федеральной авиационной службы в отношении государственного регулирования и контроля за состоянием отрасли ГА. В 1997 г. была разработана и принята отраслевая программа «Структурная перестройка и экономический рост в гражданской авиации в 1997–2000 гг.», предусматривавшая постепенное уменьшение количества авиакомпаний таким образом, чтобы к концу планового периода осталось около десяти компаний федерального уровня и около двух десятков региональных. При этом в отрасли наблюдалось постоянное снижение всех производственных и финансовых показателей. Финансовое состояние большинства авиакомпаний существенно ухудшил кризис 17 августа 1998 года. В течение 1998 г. с рынка исчезло около 50 авиакомпаний, 11 из которых были объединены в 5 более крупных [Филева 2000: 14].

³ См.: http://www.aviastar-sp.ru/aviastar_ru/,
<http://www.vaso.ru/catalog.php?PHPSESSID=fb473c091ea7b6126e118aefa9e9d87c>.

В 1999 г. общеотраслевые объемы производства составили всего 81,7% от уровня 1997 г. К концу 1999 г. неблагоприятные экономические условия в сочетании с политикой государства привели к укрупнению состава действующих авиаперевозчиков и формированию олигополистического облика российского рынка гражданской авиации. Освободившиеся рыночные ниши заняли выжившие в конкурентной борьбе перевозчики, которые сумели оптимизировать свои взаимодействия с другими участниками авиационного рынка. Конкурентная борьба приобрела более цивилизованный характер, возросла доля финансовых средств, направляемых авиакомпаниями на восстановление и расширение производственных ресурсов, в частности на поддержание летной годности парка ВС, составляющего в среднем 98% от общей стоимости основных средств.

С 2000 г. на рынке гражданской авиации России начинается этап подъема, который продолжается по настоящее время. <...>

Любые изменения в области авиационной власти обходились отрасли дорого. Постоянное реформирование государственного административного регулирования свидетельствовало об отсутствии четкой государственной политики в области ГА [Синицкий 2006]. Тем не менее в 2000 г. впервые за долгие годы количество перевезенных воздушным транспортом пассажиров возросло, хоть и менее чем на 1%. <...>

К 2001 г. авиационная промышленность продолжала оставаться в критическом состоянии, однако Правительство Российской Федерации начало предпринимать шаги, направленные на исправление сложившейся ситуации. <...>

На протяжении 2000–2004 гг. объемы перевозок российских авиакомпаний неуклонно возрастали. Отмена квотирования на внутренних линиях дала серьезный стимул к развитию внутрироссийских перевозок, что выразилось во всплеске пассажиропотока в 2003–2004 гг. Среднегодовой рост в этот период составил около 10%. Начиная с 2002 г. постоянно увеличивались и сами темпы роста: в 2002 г. объемы перевозок возросли на 5,8%, в 2003 г. – на 10,9%, в 2004 г. – на 14,9% [Сапожников, Синицкий, 2006].

На российском рынке гражданской авиации появлялись новые формы взаимодействия акторов. Например, в 2004 г. впервые на российском авиационном рынке был создан альянс – AirUnion, в который вошли пять авиакомпаний: «Красноярские авиалинии», «Домодедовские авиалинии», «Омскавиа», «Самара», «Сибавиатранс». Оставаясь юридически независимыми, авиакомпании объединили свои ресурсы и начали сотрудничество на взаимовыгодной основе. Отметим, что взаимодействия такого рода поддерживаются государством и являются тенденцией мирового масштаба. <...>

Становление рынка гражданской авиации России показало, что неформальные связи на разных этапах выполняют разные функции, однако всегда способны трансформироваться и маскировать недостатки формального законодательства.

2.4. Современные тенденции развития рынка ГА России

В настоящее время на рынке ГА России наблюдаются противоречивые тенденции. С одной стороны, производственные и финансовые показатели отрасли демонстрируют устойчивый рост уже на протяжении шести лет. С другой стороны, за этот период накопился ряд проблем: рост производственных издержек, старение парка ВС, дефицит профессиональных кадров и т.д. <...>

В 2006 г. на рынке гражданской авиации нарастающими темпами происходили структурные преобразования. Главным образом они коснулись коммерческого взаимодействия между авиакомпаниями на основе взаимного признания перевозочной документации, введения сквозных тарифов, попыток согласования расписания полетов, совместной эксплуатации линий и парков ВС и т.д. Многие из этих взаимодействий сформировались за счет

институционализации ранее существовавших неформальных взаимодействий, при этом неформальные отношения не потеряли своей привлекательности для акторов авиационного рынка. <...>

Конкуренция вынуждает компании внедрять современные технологии и процессы. Для всех членов IATA (Международная ассоциация воздушного транспорта) стало обязательным прохождение аудита эксплуатационной безопасности. <...> Практика неформальных взаимодействий акторов на рынке ГА России затрудняет возможность совмещения отечественных и зарубежных авиационных норм, поскольку авиационные власти России способны изменить только формальные правила, что вовсе не обязательно повлечет за собой изменение и неформальных правил.

Развитие российского рынка ГА в русле мировых тенденций приводит к усложнению структуры взаимодействий между его участниками. Некоторые неформальные связи, уже ставшие нормой для акторов авиационного рынка России, не всегда возможно применять с зарубежными партнерами: среди иностранцев меньше вероятность встретить бывшего однокурсника или коллегу; четкость западных авиационных требований и норм не позволяет трактовать правила по-разному. <...> И несмотря ни на что некоторые участники рынка ГА России встраивают элементы неформальности и во взаимодействия с западными партнерами. Именно благодаря этому, например, возможно сертифицировать по западным нормам персонал, не знающий английского на должном уровне. <...>

Еще одна тенденция на рынке гражданской авиации России – дефицит профессиональных авиационных специалистов. В связи с появлением современных ВС зарубежного производства требуются пилоты и инженеры принципиально иного качества обучения, обладающие достаточным опытом и при этом относительно молодые. <...> Благодаря этому появился новый тип неформальных взаимодействий. Если раньше связи использовались для того, чтобы устроиться на работу, то теперь, напротив, работодатели вынуждены использовать свои связи, чтобы к ним на работу пришли специалисты определенного профиля. Впервые за много лет в гражданской авиации началась «охота за головами». <...>

Помимо конкуренции между российскими авиаперевозчиками, в 2007 г. заметно возрастает конкуренция с иностранными авиакомпаниями, многие из которых в связи с ростом российского рынка авиаперевозок повысили статус российского направления от «потенциально возможного» до «перспективного». Дальнейшее усиление конкуренции на российских международных маршрутах неизбежно, однако пока она еще сдерживается существующей системой регулирования полетов между Россией и другими странами.

Анализируя тенденции на современном рынке ГА России, можно предположить, что формы взаимодействия его акторов в ближайшие годы еще не раз трансформируются.

Глава 3. Формальные взаимодействия акторов участников рынка ГА России

3.1. Основные типы участников рынка гражданской авиации России

Теперь кратко охарактеризуем основные типы участников авиационного рынка и их функции. <...>

Авиакомпания. Авиакомпания – «юридическое лицо, имеющие ВС на правах собственности, на условиях аренды или на ином законном основании, использующие указанное воздушное судно для полетов и имеющие сертификат (свидетельство) эксплуатанта»⁴. Требования к эксплуатанту определяются федеральными авиационными правилами. Эксплуатантом может

⁴ Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 г.

быть не только юридическое лицо, но и физическое. Авиакомпании оказывают услуги по перевозке пассажиров и грузов. На качество этих услуг и привлекательность для потребителей главным образом влияют: парк ВС авиакомпании, расписание полетов, а также уровень обслуживания клиентов. <...>

По результатам 2006 г. по объему пассажирских перевозок лидерами среди авиакомпаний являются: «Аэрофлот-Российские авиалинии», «Сибирь», ГТК «Россия» (после слияния с «Пулково»), «Utair», «Трансаэро». А по объемам перевозок грузов и почты – «Волга-Днепр», «Аэрофлот-Российские авиалинии», «Сибирь». Стратегии и тактики именно этих авиакомпаний во многом влияют на остальных участников рынка. <...>

Нельзя не выделить реализованный в 2006 г. пока единственный в России проект слияния двух государственных компаний. В октябре 2006 г. завершено слияние ФГУАП «Пулково» (базируется в аэропорту «Пулково» в Санкт-Петербурге) и ГТК «Россия» (базируется в аэропорту «Внуково» в Москве и известна благодаря статусу перевозчика президента и высших должностных лиц страны). На данный момент единственным результатом слияния стала либерализация петербургского рынка перевозок. Пока аэропорт и авиакомпания «Пулково» были объединены в ФГУАП, это предприятие являлось практически монополистом на региональном рынке и препятствовало приходу новых перевозчиков. Теперь аэропорт заинтересован в налаживании связей с новыми партнерами. В 2006 г. авиакомпания «Аэрофлот» создала в Санкт-Петербурге свой филиал, активность в освоении нового рынка проявили также «Трансаэро» и «Utair».

Другие авиакомпании, работающие на рынке гражданской авиации России, стараются следовать стратегиям лидеров.

Аэродромы и аэропорты. «Аэродром – участок земли или поверхности воды с расположенными на нем зданиями, сооружениями и оборудованием, предназначенный для взлета, посадки, руления и стоянки ВС»; «аэропорт – комплекс сооружений, включающий в себя аэродром, аэровокзал, другие сооружения, предназначенный для приема и отправки ВС, обслуживания воздушных перевозок и имеющий для этих целей необходимые оборудование и авиационный персонал»; «авиационное предприятие – юридическое лицо независимо от его организационно-правовой формы и формы собственности, имеющее основными целями своей деятельности осуществление за плату воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов, почты и (или) выполнение авиационных работ»⁵.

В настоящее время крупные аэропорты, расположенные в московском авиационном узле (МАУ) и нескольких региональных центрах, находятся в самых выигрышных условиях. «Домодедово» и «Шереметьево» в последние несколько лет стабильно увеличивают пассажиропоток, даже несмотря на дефицит площадей и производственных мощностей. Активно вступил с ними в борьбу аэропорт «Внуково» после того, как в 2003 г. 67,8% его акций было передано правительству Москвы. Поскольку никто никогда не разрабатывал стратегию развития московского авиаузла как единого целого, ни у одного из его участников нет специализации. Однако «Внуково», например, имеет все возможности занять лидирующие позиции в сегменте деловых перевозок, и уже позиционируется на этом рынке. В «Шереметьево» при активном участии «Аэрофлота» строится третий терминал, который позволит авиакомпании стыковать собственные внутренние и международные маршруты с рейсами перевозчиков альянса SkyTeam. «Домодедово» собственными силами создает стыковочный узел, пытаясь стимулировать авиакомпании к более тесным партнерским взаимодействиям и в результате их сотрудничества получить больше трансферных пассажиров. При этом ни «Шереметьево», ни «Домодедово» не хотят отказываться от клиентов из сегмента деловой авиации. <...>

⁵ Там же.

Сейчас в России активизировался процесс по выведению аэропортов из объединенных авиапредприятий. На данный момент уже отделен от одноименной авиакомпании аэропорт «Пулково». В 2007 г. ожидается разделение аэропорта и авиакомпании «КрасЭйр» в Красноярске, авиакомпании «Пермские авиалинии» и аэропорта Перми «Большое Савино», разделение ФГУП «Кавминводьявиа» и т.д.

С 1992 г. число аэропортов в России за 14 лет сократилось с 1302 до 383. В самом сложном положении сейчас находятся аэропорты в небольших населенных пунктах, которыми не интересуются крупные федеральные перевозчики. <...>

Опытные конструкторские бюро и НИИ. Конструкторские бюро выполняют важную функцию на рынке гражданской авиации – проектируют воздушные суда, а также регламентируют любую деятельность по их техническим доработкам. <...>

Согласно принятой в России системе, при разработке ВС нового типа в техническом задании определяется проектный ресурс по количеству летных часов, числу полетов и календарному сроку. После начала производства ВС по итогам испытаний назначается первичный ресурс, а в ходе эксплуатации проводятся поэтапные работы по продлению ресурса. При этом по истечении очередного межремонтного ресурса воздушное судно проходит обязательный капитально-восстановительный ремонт. На Западе используется другая система эксплуатации ВС – по состоянию [Синицкий 2007б: 97]. Российская система обеспечивает безопасность полетов на уровне международных требований, поэтому пока ее не меняют, тем самым оставляя важную роль на авиационном рынке КБ и НИИ. Среди них наиболее известны КБ им. А.Н.Туполева, ОКБ им. С.В. Ильюшина, КБ Сухого (ЗАО «Гражданские самолеты Сухого»), КБ О.К. Антонова; единую базу о состоянии ВС ведет Государственный научно-исследовательский институт гражданской авиации. <...>

Авиастроительные заводы. Авиастроительный завод – участник рынка гражданской авиации России, также как и КБ задействованный в производстве воздушных судов. <...> В настоящее время можно выделить всего несколько авиастроительных заводов, которые производят гражданские магистральные самолеты: Казанское авиационное производственное объединение им. С.П. Горбунова (КАПО), завод «Авиакор» (г. Самара), завод «ВАСО» (г. Воронеж), завод «Авиастар» (г. Ульяновск). <...>

Лизинговые компании. Создание авиализинговых компаний было обусловлено необходимостью вывода из глубокого кризиса гражданского авиастроения России. Суть лизинговой схемы на рынке гражданской авиации такова: лизинговая компания, используя ресурсы банковской системы, покупает ВС у завода-изготовителя, а потом передает эти самолеты в эксплуатацию авиакомпаниям. Таким образом, авиакомпании получают новую авиатехнику с рассрочкой платежа на несколько лет (как правило, 7–15 лет). Лизинговая схема выгодна многим участникам авиационного рынка: заводы получают заказы на поставку новой техники и деньги на поддержание производства, авиакомпании обновляют свой парк, а банки выгодно размещают свои средства в долгосрочные программы. <...>

В 2001 г. на конкурсной основе были определены две компании, которым с того момента обеспечивается необходимая государственная поддержка. Это лизинговая компания «Ильюшин Финанс Ко.» (ИФК) и «Финансовая лизинговая компания» (ФЛК), именно их работа в настоящий момент во многом определяет положение дел в авиапромышленности России. <...>

Объединенная авиастроительная корпорация (ОАК). Для решения проблем в отечественной авиационной промышленности в 2006 г. была создана Объединенная авиастроительная корпорация. По замыслу правительства, консолидация авиастроительных активов должна способствовать повышению эффективности работы отрасли, выработке единой политики ее развития, а также более эффективному распределению средств, выделяемых из государственного бюджета. <...>

Создание ОАК усиливает государственный контроль над авиастроительной отраслью, хотя изначально инициатором реализуемой модели являлась группа менеджеров из частной компании «Иркут». Согласно указу президента, на первом этапе доля государства в ОАК должна составлять не менее 75%. В ходе проведенной оценки авиастроительных компаний, вошедших в ОАК, стоимость государственных активов была завышена за счет учета вложений в перспективные проекты. В результате менеджмент НПК «Иркут» получил только 9,9% акций холдинга, но ему все же удалось занять ключевые посты в руководстве ОАК [Пядушкин 2007: 123]. В течение 2007 г. должно состояться акционирование и вхождение в ОАК компаний РСК «МиГ» и КАПО. Одновременно будет идти процесс вхождения в корпорацию частных инвесторов. В будущем запланировано привлечение иностранных инвесторов в гражданские подразделения ОАК.

При перераспределении финансовых потоков и реструктуризации производства под приоритетные программы, руководству ОАК придется искать компромиссы между интересами компаний-участников. Вероятнее всего противоречия могут возникнуть между доминирующими центрами: холдингом «Сухой» (именно его активы составили основу корпорации) и неформальным альянсом НПК «Иркут» и РСК «МиГ» (эти компании официально руководят процессом слияния). <...>

Авиаремонтные заводы и компании, предоставляющие услуги по техническому обслуживанию и ремонту (ТОиР). Еще во времена СССР была построена система авиаремонтных заводов, которые были распределены по территории страны и специализировались на различных видах ремонта тех или иных семейств самолетов отечественного производства. В настоящее время можно выделить наиболее активно функционирующие: ОАО «Внуковский АРЗ №400», ОАО «Быковский АРЗ», ОАО «СПАРК», ОАО «Новосибирский АРЗ». <...>

Для авиакомпаний актуальным стал вопрос выбора оптимальной модели организации техобслуживания иностранных ВС. Возможно как использование собственной АТБ, так и полный аутсорсинг данного вида работ независимым компаниям, а также различные комбинации этих моделей. Создание собственной ремонтной базы обычно выбирают крупные авиакомпании («Аэрофлот», «Сибирь») с большой численностью однотипного парка самолетов, готовые осуществлять значительные инвестиции в переоборудование и сертификацию АТБ и переучивание инженерно-технического состава. Аутсорсинг выбирают относительно небольшие и недавно появившиеся на рынке авиакомпании – например, «ВИМ-Авиа» (создана в 2002 г.) и «Скай Экспресс» (создана в конце 2006 г.). <...>

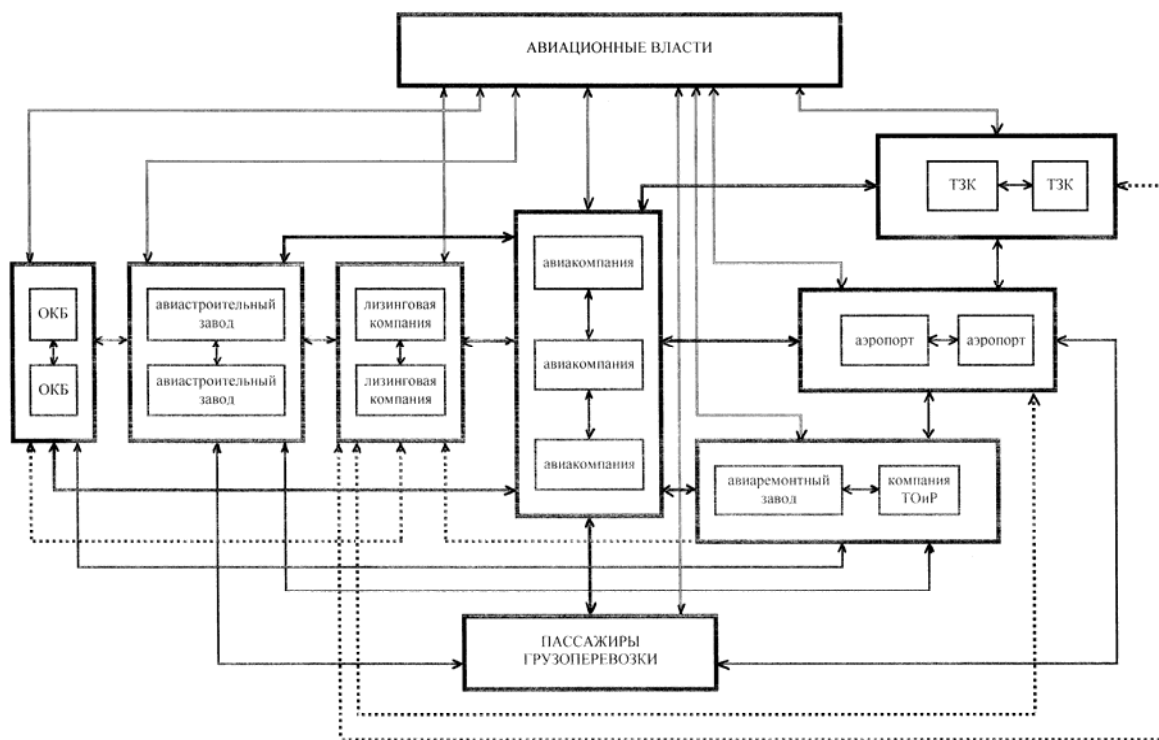
В ближайшие годы будет стремительно развиваться рынок услуг ТОиР западных ВС. В связи с этим авиакомпании будут вынуждены взаимодействовать с западными поставщиками услуг ТОиР либо стимулировать отечественные авиаремонтные заводы сертифицироваться по западным нормам и предоставлять спектр необходимых услуг.

Топливозаправочный комплекс. Компании, входящие в сегмент топливозаправочного комплекса (ТЗК) предоставляют авиакомпаниям авиационные горюче-смазочные материалы (авиаГСМ) для воздушных судов в аэропортах Российской Федерации и за ее пределами. <...> В настоящее время на рынке гражданской авиации России можно выделить трех крупнейших поставщика топлива и ГСМ: ТЗК «Аэрофьюэлз», ООО «Лукойл-Аэро» и ТД «Топливное обеспечение аэропортов».

3.2. Формальные взаимодействия участников авиационного рынка

<...> В ходе интервью всем респондентам задавался вопрос: «С какими типами организаций сотрудничает Ваша компания? Почему?». Проанализировав ответы, мы выстроили сетевую схему взаимодействий акторов на рынке гражданской авиации России (см. рис. 2).

Рисунок 2. Сеть формальных взаимодействий акторов рынка ГА России



Авиационные власти (законодательные, исполнительные), представляя интересы государства и общества, взаимодействуют со всеми субъектами рынка ГА. При этом один из респондентов отметил: «Сегодня лицензирующие госорганы имеют большую роль, нежели чем вчера. Федеральная служба по надзору в сфере транспорта каждые пол года проводит проверку и продлевает сертификат» [интервью 1].

Авиакомпании также взаимодействуют с представителями всех основных типов участников рынка гражданской авиации. Сотрудничают с аэропортами (базируются и летают из/в них), техническими службами (техническое обслуживание ВС), ремонтными организациями (ремонт самолетов), КБ и НИИ (совместные доработки, согласование документов), лизинговыми компаниями (берут в лизинг самолеты, дорогостоящее оборудование), авиастроительными заводами (согласование материалов для ВС и т.д.), ТЭК (заправка самолета топливом и другими ГСМ), пассажирами и другими потребителями своих услуг, а также с другими авиакомпаниями (выполнение совместных рейсов, взаимопомощь запчастями и т.д.).

Ремонтные организации взаимодействуют с авиакомпаниями, с аэропортами (снимают площади на территории аэропорта, оформляют право на въезд с необходимым оборудованием и т.д.), КБ и авиастроительными заводами (согласование технической документации по ремонту и обслуживанию), лизинговыми компаниями (берут в лизинг оборудование), другими ремонтными организациями (обмен информацией, инструментами, заказами, которые не могут выполнить самостоятельно).

Авиastroительные заводы сотрудничают с КБ (согласование конструкторской документации), авиакомпаниями, ремонтными организациями, лизинговыми компаниями (получают от них заказы, берут в лизинг оборудование), другими авиастроительными заводами (обмен опытом и т.д.), пассажирами (некоторые пассажиры заказывают для

личного пользования различные элементы ВС, например, установку авиационного кресла в машину и т.д.).

ОКБ взаимодействуют с авиакомпаниями, ремонтными организациями, авиастроительными заводами, лизинговыми компаниями (согласование технической документации), а также с другими КБ (обмен опытом, промышленный шпионаж и т.д.)

Аэропорты сотрудничают с авиакомпаниями, ремонтными организациями, лизинговыми компаниями (берут оборудование в лизинг), с ТЗК (топливозаправочные компании арендуют площадь на территории аэропорта или оформляют себе право на въезд), пассажирами и другими потребителями услуг авиакомпаний.

Лизинговые компании взаимодействуют со многими участниками рынка гражданской авиации, предоставляя им в лизинг дорогостоящее оборудование или заказывая у них продукцию, которая в последующем предоставляется в лизинг другим акторам. <...>

Потребители услуг авиационного рынка смогут воспользоваться ими только в том случае, когда последовательно будет реализована целая цепочка взаимодействий между акторами рынка ГА. Если хотя бы на одном из звеньев цепи случится сбой, то рынок не сможет функционировать эффективно. Например, авиакомпания не договорилась с ТЗК о цене на топливо, самолет не взлетел, КБ выпустило документ, запрещающий полеты данного типа ВС, аэропорт не хочет сотрудничать с авиакомпанией, в результате чего авиакомпания не может летать в этот город и т.д.

Таким образом, оптимизация взаимодействий между акторами авиационного рынка может сделать его работу более эффективной. Однако государство как основной регулятор авиационного сектора не всегда справляется с этой задачей, хотя периодически предпринимает попытки. Например, создание ОАК – пример попытки оптимизации взаимодействий КБ, авиастроительных заводов и лизинговых компаний. Объединив их в одну корпорацию, государство истребляет ранее существовавшие формальные связи между независимыми участниками авиационного рынка. Теперь взаимодействия должны происходить в рамках единой корпорации, что позволяет рассчитывать на их большую эффективность. Однако авиационные власти предпринимают меры по разделению ФГУПов, в состав которых входят и авиакомпании, и аэропорты. Отделение аэропортов от авиакомпаний приведет к росту конкуренции среди авиаперевозчиков. После отмены в 2002 г. квотирования на ВВЛ некоторые аэропорты, входящие в состав ФГУП, отказывались сотрудничать с другими авиакомпаниями, и их базовая авиакомпания получала практически монопольные права на перевозку пассажиров и грузов по данному направлению. <...>

Свои взаимодействия пытаются оптимизировать и участники авиационного рынка. Так, некачественное обслуживание пассажиров в аэропортовом комплексе приводит к тому, что авиакомпания теряет клиентов. Если авиакомпания и аэропорт независимы друг от друга, то у авиаперевозчик очень мало возможностей улучшить свой наземный сервис. Поэтому, например, авиакомпания «Аэрофлот» начала строительство своего собственного терминала Шереметьево-3. Это избавит ее от необходимости взаимодействовать с терминалом аэропорта.

Анализируя свой опыт, участники рынка ГА России пытаются построить систему взаимодействия друг с другом, которая позволит им работать эффективно. Для этого они готовы как увеличивать количество независимых звеньев в цепочке взаимодействий, так и объединять какие-то из звеньев в более крупные узлы.

Формальные правила можно подразделить по степени охвата на общие и особые. «Общие формальные правила фиксируются в законах и других регулятивных правовых актах, а особые формальные правила – в письменных контрактах, определяющих права и обязанности подписавших их сторон» [Радаев 2003: 90]. На авиационном рынке действуют следующие общие формальные правила: получать сертификаты и лицензии, запрашивать

определенный тип ВС определенной маркой топлива и т.д. Особые формальные правила рассмотрим на примере взаимодействий между авиакомпаниями в рамках альянсов.

«Альянсы – некие объединения авиакомпаний, как финансово зависимых друг от друга, так и сохраняющих полную самостоятельность, с целью повышения их конкурентоспособности и увеличения их доли на авиатранспортном рынке» [Костромина 2003: 324]. Альянсы позволяют быстро нарастить производственные мощности, получить коммерческие права, принадлежащие другой авиакомпании, пополнить парк ВС. Однако при создании альянсов существует ряд проблем: например, различные стратегии развития авиакомпаний, неодинаковый уровень сервиса, несогласованные расписания полетов, разные системы тарифов. Их решение требует значительных усилий со стороны компаний, вступающих в альянс.

«Про то, как обстоит дело с получением лицензии для такой мелкой авиакомпании, даже рассказывать страшно. Ведь требования-то одинаковые, что к авиакомпании, имеющей огромный парк, большой штат, специальный отдел, занимающийся лицензированием, а тут я один. Вот приходится идти под крыло альянса, чтобы была какая-то поддержка» [интервью 9].

На рынке гражданской авиации различают следующие виды альянсов: стратегические, глобальные, маркетинговые.

«*Стратегические альянсы* определяются как деловые коалиции, или пулы, основанные на соглашении о совместной деятельности между разными компаниями, сохраняющими при этом свою формальную и реальную самостоятельность» [Радаев 2003: 70]. В отличие от коммерческого партнерства они имеют более постоянный и долгосрочный характер, который не исключает дальнейшего сближения партнеров вплоть до слияния. В 2001 г. впервые на рынке гражданской авиации России был создан «Альянс четырех», позднее переименованный в «Открытое небо», но он достаточно быстро распался из-за конфликтов интересов входящих в него авиакомпаний. В 2004 г. появился стратегический альянс AirUnion, эффективно функционирующий и в настоящее время. Такие виды взаимодействий между авиакомпаниями поддерживаются государством и отражают мировые тенденции.

Стратегические международные альянсы в гражданской авиации называют *глобальными*. Обычно от авиакомпаний, желающих вступить в глобальный альянс, требуется наличие собственного терминала в аэропорту базирования, в котором авиаперевозчик сможет обеспечить требуемый в рамках глобального альянса уровень сервиса для пассажиров и грузополучателей, рейсов авиакомпаний – участников альянсов. Наиболее известными глобальными альянсами на авиационном рынке являются⁶:

- «Star Alliance» (в него входят такие авиакомпании, как: «Air Canada», «Lufthansa», «Air New Zealand», «Spanair», «Singapore Airlines», «ANA» и др. Всего 17 крупных международных авиакомпаний, а также региональные);
- «One World» («JAL», «British Airways», «American Airlines», «Iberia», «Cathay Pacific», «Finnair», «QANTAS» и др. Всего 10 крупных международных авиакомпаний);
- «Sky Team» («Аэрофлот-Российские авиалинии», «Air France», «KLM», «Delta», «Korean Air», «Alitalia» и р. Всего 10 крупных международных авиакомпаний).

«Аэрофлот-Российские авиалинии» – первая и пока единственная российская авиакомпания, вступившая в глобальный альянс (в апреле 2006 г.). Уровень сервиса других российских авиакомпаний пока не удовлетворяет международным требованиям и не позволяет им вступить в глобальные альянсы.

⁶ <http://www.staralliance.com/en/meta/airlines/NH.html>, <http://www.skyteam.com/skyteam>, <http://www.oneworld.com>.

Маркетинговые альянсы представляют собой форму временного краткосрочного сотрудничества авиакомпаний для решения текущих проблем, стоящих перед ними на рынке авиаперевозок. Наиболее часто маркетинговые альянсы реализуются в виде соглашений между авиакомпаниями по продаже их коммерческих прав. Например, заключив соглашение о «код-шеринге» или «о флаге» («Code Sharing Agreement» – совместное использование кодов авиакомпаний) авиакомпании устанавливают между собой такое коммерческое партнерство, при котором их продукт (воздушная перевозка) считается единым продуктом, рекламируемым и продаваемым на авиационном рынке. <...>

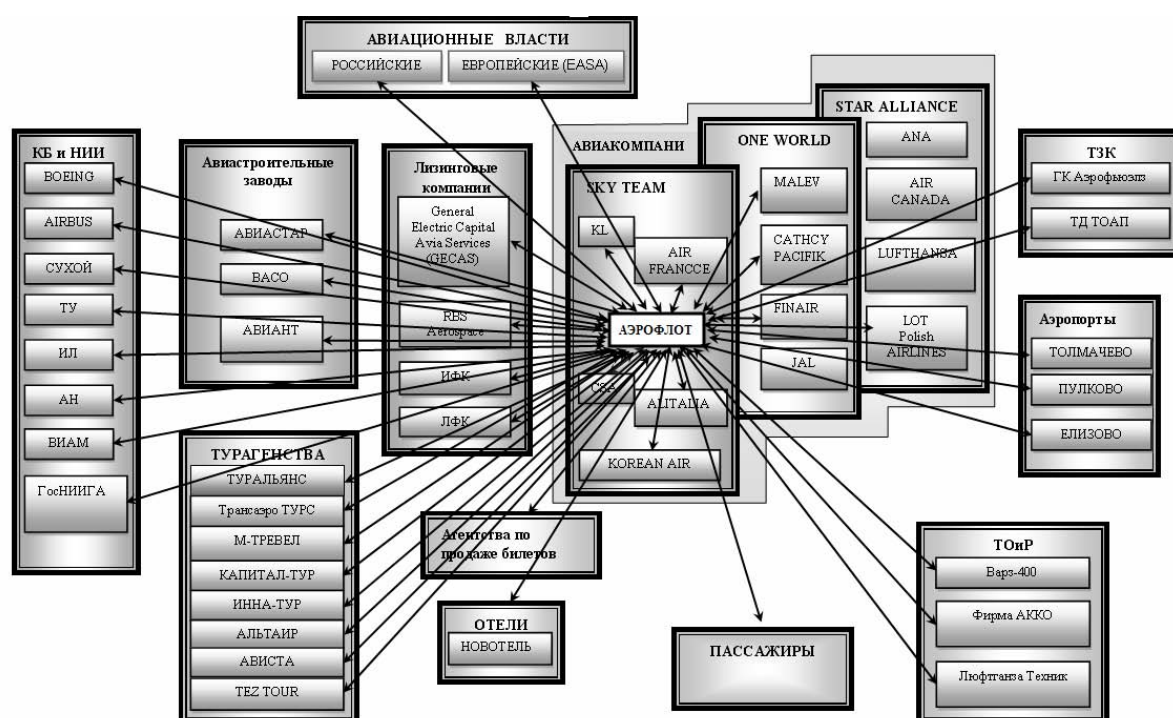
Нередко авиакомпании – участники одного стратегического альянса тесно сотрудничают с авиакомпаниями другого, заключив с ними соглашения о «код-шеринге». Например, авиакомпания «Аэрофлот-Российские авиалинии» является участником глобального альянса «Sky Team» и при этом имеет соглашение о «код-шеринге» с авиакомпаниями «Malev», входящей в глобальный альянс «One World», и авиакомпанией «LOT Polish Airlines», участвующей в «Star Alliance».

Существуют также связи между участниками авиационного рынка и компаниями, работающими на других рынках. <...> Например, для распространения билетов авиакомпании сотрудничают с агентами по продаже, для увеличения уровня обслуживания пассажиров – с гостиницами, санаториями, таксопарками, а также с другими не специализированными компаниями: банками, туристическими фирмами и т.д.

Деятельность участников рынка ГА обычно диверсифицирована. Основных причин две: стремление крупных компаний получить дополнительную прибыль, вкладывая капитал в смежный бизнес, и стремление средних и мелких компаний выжить в условиях обострившейся конкурентной борьбы. <...>

Для более наглядного представления сетей взаимодействий, в которые вовлечены участники авиационного рынка, представим фрагмент сети взаимодействий авиакомпании «Аэрофлот-Российские авиалинии» (схема составлена на основе данных из открытых источников и мнений респондентов, работающих в авиакомпании «Аэрофлот»).

Рисунок 3. Фрагмент сети взаимодействий авиакомпании «Аэрофлот»



<...> Существующие сети формальных взаимодействий на рынке ГА настолько масштабны и разнообразны, что без неформальных отношений функционирование этого рынка, скорее всего, было бы затруднено⁷.

Глава 4. Неформальные взаимодействия участников рынка ГА России

Неформальные связи существуют как между различными участниками рынка ГА, так и внутри них. В первую очередь обратимся к межорганизационным взаимодействиям акторов, которые в свою очередь целесообразно разделить на неформальные взаимодействия:

- с авиационными властями;
- между участниками авиационного рынка;
- с участниками других рынков.

<...>

4.1. Неформальные взаимодействия участников рынка ГА с авиационными властями

Практически все респонденты сошлись во мнении, что неформальные взаимодействия с авиационными властями широко распространены.

«Здесь вообще редко что решается официальным путем. Различные продления по дефектам, сертификаты летной годности и т.д. – все решается в коридорах власти через конверты и бутылки» [интервью 2].

«Лицензирующие госорганы – эта та сфера, в которой лично я не представляю какой-либо деятельности без наличия неформальных взаимодействий. Если кто-то считает, что все можно сделать, основываясь только на формальных взаимоотношениях, значит, он никогда там не был. Несовершенство законов приводит к тому, что различные приказы, распоряжения, уточнения появляются чуть ли не каждый день, будучи порой взаимоисключающими. Может, и было бы проще прийти на прием к председателю комиссии по лицензированию и сертификации, передать ему пакет документов, подготовленных по шаблону, и получить их подписанными на следующий день. Но вот только на прием без предварительной договоренности вы никогда не попадете, а шаблона для подготовки документов просто не существует. Я, конечно, утрирую, но, как правило, все именно так. Это просто несовершенство самой системы, с которой работать иначе как полупоформально – невозможно [интервью 4].

«Покушать в дорогом ресторане и презентовать выдержанный коньяк? Это нормальные человеческие отношения. Тебе делают добро, тебя лицензируют, так и ты отплати государству в лице его служащего. Ведь если инспектор из контролирующего органа найдет что-то, серьезно нарушающее безопасность, никакие взятки и связи не помогут. Безопасность превыше всего, и все это понимают. Если же к мелочи какой-то привязываются и это можно преодолеть неформально – значит законы плохие, не работают» [интервью 11].

«С государством лучше дружить и уж тем более – с проверяющими и выдающими лицензии» [интервью 16].

«Бутылка коньяка – это неформальные отношения или правило хорошего тона? Я думаю, второе. Неформально-ненормальные отношения бывают там, где формальные не совсем логичны» [интервью 17].

Получается, что неформальные взаимодействия с авиационными властями возникают по причине несовершенства и нелогичности существующих формальных законов, которые к тому же постоянно меняются. Структура формальных правил и способы, которыми они вводятся в хозяйственную систему, способствуют развитию неформальных отношений. Акторам проще найти друзей или знакомых, через которых можно неформально взаимодействовать с авиационными властями, нежели разбираться в сложной, меняющейся системе формальных правил. Неформальные отношения существуют в виде: взятки, подарков (бутылки), попыток завязать дружеские отношения с представителями

⁷ «Лично я не могу представить свою работу без неформальных отношений» [интервью 11].

авиационных властей, совместное времяпрепровождение в ресторане и т.д. Можно сказать, что произошла институционализация этого вида неформальных взаимодействий.

«Как говаривал мой хороший знакомый: все зависит от отношения – кто-то принесет тысячу баксов, а кто-то бутылку водки, и вопрос решится одинаково и там, и там» [форум 1].

С помощью неформальных отношений участники авиационного рынка также стимулируют появление выгодных для себя формальных правил (которые могут мешать работе других участников рынка ГА).

«А вот еще интересный случай, когда распоряжением министерства нас обязали произвести обработку внутренних поверхностей емкостей хранилищ топлива. Эту обработку выполняла одна единственная компания, что вызвало определенные трудности с возможностью использования хранилищ. ...И цена этой обработки была специфическая, конкурентов у этой компании, имеющей поддержку в правительстве, не было. Но это не главное. Через какое-то время произошел отказ двигателя на самолете Ту-154, и в результате расследования было выявлено, что виной стало вещество, которым обрабатывались хранилища. Последовало распоряжение удалить это вещество. И история повторилась. Угадайте, кто производил повторную обработку?!» [интервью 10].

С одной стороны, неформальные отношения с авиационными властями позволяют участникам рынка более оперативно решать задачи, сокращая при этом суммарные издержки на их решение, а также лоббировать принятие новых законов, способствующих развитию их бизнеса⁸. С другой стороны, они снижают уровень безопасности полетов, что уже является проблемой общества в целом⁹.

4.2. Неформальные взаимодействия между участниками рынка ГА России

<...> Спектр неформальных взаимодействий настолько разнообразен, что описать их все не представляется возможным. Мы приведем лишь некоторые примеры, указывающие на существование неформальных отношений между участниками рынка ГА России.

Неформальные взаимодействия *авиакомпаний со своими поставщиками* (КБ, авиационными заводами, ТЗК, ремонтными организациями, аэропортом) принимают следующие формы:

- устные договоренности¹⁰;
- откаты, взятки¹¹.

⁸ «Неформально все быстрее решается да и затрат в итоге меньше, чем если официально все делать» [интервью 2].

⁹ «Лицензируют различные “помойки”, а потом самолеты падают, люди погибают. И все потому что лицензия получена непонятными путями» [интервью 2]; «Такое положение дел вредит бизнесу, влияет на безопасность полетов. Самолеты постоянно летают с 50%-ной исправностью [интервью 8].

¹⁰ «...устные договоренности с бывшими коллегами, друзьями от уровня линейного инженерного состава до уровня руководства авиакомпании. Каждый на своем уровне осуществляет переговоры для обхода написания официальных заявок, претензий и разногласий. Официальный путь для решения проблемы обычно очень длительный по времени, это выражается в обмене официальными претензиями, составлении огромного количества различных форм. На уровне личных неофициальных договоров все решается быстрее» [интервью 2].

¹¹ «Поставщики платят сотрудникам компании вознаграждение за заключение контрактов» [интервью 16].

Наличие неформальных взаимодействий с поставщиками позволяет авиакомпаниям:

1) сокращать производственные издержки;

«Например, можно заправиться на более выгодных условиях, если есть связи» [интервью 8].

«Можно вспомнить то время, когда существовало огромное количество мелких авиакомпаний, имеющих один-два самолета. Они расплачивались за обслуживание наличными, и возникали предпосылки для неформальных взаимоотношений. Владелец мог вступить в сговор с заправщиком и залить в баки самолета часть керосина без его официального оформления, при этом платил за эту часть гораздо меньше. А этот керосин либо своровывался наглым образом при заправке других самолетов (на старой советской технике было немало способов это сделать), либо изменялась плотность топлива в документах (за счет разницы: мы выдаем керосин в литрах, а авиакомпания получает в килограммах)» [интервью 10].

2) более оперативно решать возникающие проблемы;

«Я лично попадал в ситуации, когда неформальные связи помогали решить какие-то проблемы. Например, личное знакомство начальника авиационной базы моей авиакомпании и начальника авиационной базы аэропорта, где произошел отказ агрегата самолета, помогло найти запчасти, отремонтировать и улететь с минимальной задержкой вылета. В противном случае, в связи с ликвидацией Взаимообменного фонда, задержка вылета была бы очень длительной» [интервью 4].

«Используя определенные неформальные возможности, наша компания смогла оформить разрешение на выполнение работ по отгону трапа от воздушного судна для своих работников, обслуживающих самолет. Это привело к сокращению количества задержек, стало меньше нервотрепки при выпуске самолета в рейс» [интервью 5].

3) лоббировать принятие новых формальных норм;

«Например, обращается авиакомпания с предложением внести изменения в руководство по летной эксплуатации. Мы можем это сделать, но для этого нам нужны обширные статистические данные по опыту эксплуатации. Но сегодня, в условиях обособленности авиакомпаний, довольно трудно получить такую информацию, для ее анализа требуются дополнительные затраты. Поэтому мы неофициально предложили авиакомпании самой провести эту работу, а нам предоставить отчеты, на основании которых мы сможем внести изменения в руководство по летной эксплуатации. Авиакомпания отказалась, и никакие работы в этой области проводиться не стали» [интервью 13].

4) упрощать заключение формальных контрактов.

«...все договоры заключаются по предварительной договоренности, т.е. начинаем с неофициального, потом все оформляем официально на случай инспекторских проверок» [интервью 9].

Неформальные отношения *авиакомпаний с другими авиакомпаниями* чаще всего имеют характер взаимовыручки и позволяют авиакомпаниям находить компромиссные решения во взаимодействиях друг с другом.

«Ведь у разных наших конкурентов работает много бывших однокурсников и коллег специалистов нашей авиакомпании. Взаимовыручка нужна. Например, мы же не можем держать на складах все необходимые запчасти. Частенько берем у других авиакомпаний нужные нам запчасти, причем иногда просто под честное слово, что отдадим» [интервью 2].

«Когда у нашей компании появился слабый развивающийся конкурент, который, предлагая более выгодные условия работы, стал переманивать работников нашей компании к себе, наши руководители забеспокоились и начали проявлять заботу о своих работниках. Увеличили зарплату, взялись за организацию полетов, отдых экипажей. Потом руководители между собой заключили неформальный договор, т.е. просто вступили в сговор, что одни не будут переманивать людей, другие сделают какие-то уступки по клиентам. В результате все хорошие начинания остановились» [интервью 4].

Неформальные взаимодействия *авиакомпаний с потребителями их услуг* (пассажирами, грузоотправителями/ грузополучателями) реализуются в следующих формах:

- неофициальная оплата за перевозку грузов и пассажиров;
- влияние на работу экипажа авиакомпании (пассажиры вмешиваются в работу экипажа);
- перевоз грузов, запрещенных для транспортировки на данном типе ВС без специального оборудования;
- принуждение увеличивать официальные тарифы за перевоз грузов.

«Перевозка грузов по-дружески или за плату в конверте. Или, например, благодаря связям с пилотами техника могут вписать в задание, и он полетит бесплатно как член экипажа, а не по пассажирскому билету» [интервью 2].

«Например, осуществляется давление на экипаж... На моей памяти был случай, когда мы не могли вылететь из-за тумана в аэропорту назначения. Через какое-то время командиру поступил звонок на мобильный телефон от руководства авиакомпании с требованием объяснить, что за самостоятельность он устроил, задерживая вылет. Как впоследствии оказалось, один из высокопоставленных пассажиров позвонил в авиакомпанию и заявил, что экипаж саботирует вылет. Насчет погоды он сказал, что звонил своему другу, который живет неподалеку от аэропорта, в который мы летели, в каких-то ста километрах, и там погода хорошая. Конечно, мы все объяснили, во всем разобрались, но представьте, с какими чувствами и в каком состоянии экипаж выполнял полет, а впоследствии пришлось еще не раз объясняться с каждым начальником по этому случаю» [интервью 5].

Неформальные взаимодействия *между ремонтными организациями и их поставщиками* (авиастроительные заводы, КБ, аэропорты и т.д.) позволяют уменьшать сроки поставок, а также оперативно находить дефицитные запчасти и материалы.

«Благодаря дружеским связям удается уменьшить сроки поставок различных деталей, при этом есть возможность оттянуть сроки предоплаты, что в условиях наших финансовых проблем очень значимо» [интервью 7].

«По дружбе можно ускорить поставки, а сроки – это вечная проблема. Или, если очень захотеть, то можно найти любые запчасти, были бы необходимые знакомые» [интервью 11].

Существуют неформальные взаимодействия и *между ремонтными организациями*. Как и в случае взаимодействий авиакомпаний между собой, неформальные отношения между ремонтными организациями часто имеют характер взаимопомощи, а разные сговоры позволяют увеличивать прибыль. Например, для решения общих проблем создаются временные неофициальные коалиции.

«Иногда помогаем друг другу с клиентами, если в этой сфере деятельности не являемся соперниками... или если товар/услуга одного не подходит, то он может выступить в качестве посредника и вывести на своего конкурента... Ведь компании, работающие в одном сегменте, лучше знают возможности друг друга, нежели чем компании из другого сегмента» [интервью 1].

«Бывает, договариваемся между собой, чтобы по возможности получить большую прибыль» [интервью 12].

«Совместно с одним из конкурентов ведем проект с научно-исследовательским центром. Другой конкурент от имени своей лаборатории нам недавно прислал рекомендации на нашу продукцию. Еще иногда пара конкурентов может неофициально объединиться, чтобы выжить с рынка третьего наиболее ненавистного... И клиента можем друг другу подкинуть, и проблему организовать. Кстати, временами нужные законы лоббируем совместно – а что делать? Просто, когда действительно необходимо, мы готовы к переговорам и совместным решениям, если они будут содействовать бизнесу каждого. В итоге у всех одна цель – чтобы бизнес был успешным» [интервью 11].

Отметим, что есть и не совсем приятные для ремонтных организаций неформальные взаимодействия друг с другом – например, промышленный шпионаж или переманивание квалифицированного персонала.

«Промышленный шпионаж не запрещен» [интервью 19].

«Есть еще одна компания, наш конкурент, туда за последние полгода от нас ушло около 20 человек, причем среди них много ценных специалистов, проработавших в нашей компании более 10 лет, – начальники отделов, ведущие специалисты и т.д. Хотя и мы у конкурентов специалистов переманиваем» [интервью 3].

Неформальные отношения встроены и в формальные взаимодействия КБ с другими акторами авиационного рынка, а также между конкурирующими КБ.

«Что у нас официально, а что неофициально – сказать трудно, все вроде начинается с неофициального. Появляется, например, у авиакомпании или завода необходимость каких-то доработок, изменений, начинаются неофициальные консультации. Если все проходит успешно и стороны довольны, дело принимает официальную оборот. Нужны ли неофициальные отношения? Наверное, да. Совместные, пусть даже неофициальные разработки и исследования приводят к развитию отрасли уже на официальном уровне» [интервью 13].

«Немного есть, в части переманивания персонала. “Умные головы” уезжают за границу, уровень подготовки в институтах заметно снизился» [интервью 13].

«Если с поставщиком вся проблема заключается в ускорении сроков отгрузки и «выбивания» желаемых объемов, то с транспортировкой возникает куча проблем, которые чаще решаются не совсем формальными способами. ...главная наша проблема – это российские железные дороги. Можно ждать месяц, когда появится возможность прицепить наши бочки к попутному составу, а можно сделать так, чтоб бочки сразу после заполнения двинулись в нашем направлении. Это уже задача специалистов в этом деле и взаимоотношения руководства компаний – нашей и той, которая формирует состав» [интервью 10].

Неформальные взаимодействия между *лизинговыми компаниями и другими типами участников авиационного рынка* осуществляются на уровне руководства компаний.

«Есть, но на очень высоком уровне. Об этом я вряд ли смогу что-то интересное рассказать» [интервью 2].

«Да. Поздравляем их с праздниками, на охоту наше руководство с ними вместе ездит, дачи им строит» [интервью 3].

Существуют также неформальные отношения *акторов авиационного рынка с компаниями, работающими на рынках других товаров и услуг*. Например, некоторые авиационные специалисты слышали про неформальные взаимодействия компаний, в которых они работают с банками. А владелец небольшой авиакомпания, работающей в секторе сельхозавиации, пожаловался, что неформальные отношения приводят к тому, что колхозы платят за работу зерном, в результате чего ему приходится еще искать потребителей зерна, осваивать новый рынок.

«У нас только 20% зарплаты белые. При работе с одной из зарубежных почтовых компаний основная масса денег остается за границей. В Россию приходят только обязательные платежи, оговоренные при заключении контракта. Например, в контракте оговорен 1 рейс в неделю, а реально выполняется несколько рейсов, официально деньги в Россию приходят только за один» [интервью 8].

«Надо развивать авиацию, давать возможность развиваться сельскохозяйственным предприятиям, чтоб в колхозах были деньги, а мы не занимались несвойственной нам работой, торговлей зерном» [интервью 9].

Таким образом, неформальные отношения могут стимулировать компанию для выхода на новые, непрофильные для нее рынки. Соответственно еще больше расширяется и сеть взаимодействий компании.

4.3. Внутриорганизационные неформальные взаимодействия на рынке ГА

Неформальные взаимодействия на рынке ГА России существуют не только между различными компаниями, но и внутри них. Насколько будут развиты неформальные отношения внутри компании, по мнению респондентов, зависит от политики и размеров компании, а также личных взглядов руководства на такие формы отношений.

«Все зависит от личности генерального директора. Например, один гендиректор предпочитает неформальные отношения и берет на работу людей “по звонку”, тем самым подразумевая, что потом это поможет ему в бизнесе. Другой же гендиректор наоборот считает, что продуктивнее работать с людьми, которые пришли не ‘от кого-то’... Поэтому кто-то изживает, а кто-то развивает!» [интервью 1].

«Отбор и продвижение работников в нашей компании происходит только по деловым качествам конкретного работника, что заслуга лично директора авиакомпании» [интервью 8].

«У нас все строго формально было. Скорее всего, связано с тем, что компания ориентировалась на западный менеджмент. Все четко расписано, у кого какие обязанности и права. Электронные пропуска, видеорекамеры и т.д.» [интервью 15].

Неформальные взаимодействия помогают устраиваться на работу, получать хорошие рабочие места и более высокий уровень оплаты труда, продвигаться по службе, а также избегать наказания за ошибки, допущенные во время работы. Респонденты рассказали о следующих видах и функциях неформальных взаимодействий на рынке гражданской авиации в сфере труда и трудовой карьеры:

1) устройство на работу «по блату»;

«Как обычно в авиации, если долго искать, то обязательно найдешь, от кого пришел человек. Со стороны мало кто приходит. Все устраиваются через родственников, друзей, бывших однокурсников, коллег. Я в эту авиакомпанию перешел по приглашению моего бывшего однокурсника из МГТУГА. ...А я в свою очередь еще человека с предыдущего места работы привел» [интервью 2].

«1/3 специалистов приходит устраиваться на работу от руководства. Соответственно уровень их знаний, опыт и другие, важные для работы характеристики не проверяются вообще» [интервью 3].

«Думаю, что случайных людей в авиации вообще мало. Если долго вычислять, то обязательно найдешь, кто от кого пришел. Все еще с институтской скамьи начинается и продолжается всю жизнь. Семейственность и преемственность поколений для авиации многое значит» [интервью 11].

2) нелегальная работа;

«Персонал чаще по связям приходит, а не со стороны. Работают официально неоформленные люди» [интервью 1].

3) неформальные платежи (зарплата в конвертах, уклонение от налогов);

«А вообще в компаниях, работающих на авиационном рынке, часто бывают зарплаты в конвертах, так как от налогов уходят...» [интервью 1].

4) продвижение по службе не по заслугам, а «по блату»;

«Повышают по должности чаще “своих”. На нашем предприятии работает много семей, я бы даже сказала кланов» [интервью 3].

«Продвигают чаще “своих”. Если человек со стороны пришел, то ему будет сложно двигаться по карьерной лестнице. ...часто работают целыми семьями, и, несомненно, свой свояка двигает» [интервью 1].

5) получение хорошего места работы и высокого уровня оплаты труда не по эффективности работы, а по отношениям с руководством;

«Мотивируют людей премиями, но премии не объективны – кто в хороших отношениях с руководством, тем и платят. Независимо от того, как люди работают» [интервью 3].

«Всегда, кто ближе к руководству, получает больше, и место имеет лучшее» [интервью 11].

«Смотря, на какие должности отбор. Есть более блатные должности, там забот меньше, а денег больше, тогда берут чаще “своих”, для “своего” всегда «теплое местечко» найдется» [интервью 17].

6) избежание наказания за ошибки, допущенные во время работы;

«Как-то мы самолет на стоянку ставили. В кабине оказался совсем молоденький техник, сын влиятельного папы. Холодно, зима, а при транспортировке самолета по аэродрому один из техников должен быть в кабине, выполнять там определенные операции. Так вот, он забыл создать давление в тормозной системе... просто уснул в кабине. Притащили самолет, поставили, отпускаем толкач и видим, что наш самолет с горки начал медленно катиться в сторону другого самолета по направлению к автомобильной стоянке аэропорта. Пришлось нам бегом бежать и цеплять самолет снова к толкачу, который благо недалеко уехал. А у нас же рации и все переговоры пишутся. Влетело нам потом. Думали, что поувольняют нас, но все замяли, так как у парня, который в кабине был, папа оказался очень влиятельный» [интервью 2].

7) разрешение конфликтных ситуаций в пользу более влиятельных работников.

«Если что-то серьезное, то увольняют, особенно если за спиной нет “волосатой лапы”... А если есть кому заступиться, то победит в конфликте та сторона, у которой блат могущественнее» [интервью 1].

«Никто особо не разбирается, кто виноват, а кто прав. Уволят того, кто менее блатной» [интервью 3].

Вышеперечисленные неформальные взаимодействия и их последствия не исчерпывают всего спектра неформальных отношений внутри компаний – участников рынка ГА России, однако наглядно демонстрируют их наличие и разнообразие.

Негативные последствия неформальных отношений в сфере труда и трудовой карьеры, по оценкам респондентов, следующие:

- понижается уровень безопасности полетов, так как не всегда работают специалисты с необходимым уровнем профессиональной подготовки;
- у людей «без связей» отсутствует мотивация для работы;

- приходится выполнять дополнительную работу за «блатного» коллегу;
- растет степень неопределенности сотрудников в завтрашнем дне.

Есть и *позитивные* последствия неформальных взаимодействий, которые, по мнению респондентов, позволяют:

- повысить эффективность работы;
- избежать конфликтных ситуаций;
- быстрее найти необходимый персонал;
- повысить качество работы, поскольку «каждый несет определенную ответственность за своего протеже» [интервью 19].

<...>

4.4. Факторы, способствующие развитию неформальных взаимодействий акторов рынка гражданской авиации России

Элементы неформальных отношений могут быть встроены во все виды взаимодействий между акторами на рынке гражданской авиации России. Мы убедились в том, что «неформальные правила могут возникать как дополнение к формальным предписаниям, так и быть их альтернативой» [Радаев 2003: 93].

Формированию неформальных взаимодействий на рынке ГА России способствует ряд факторов. Структура существующих формальных правил приводит к тому, что какие-то действия участников авиационного рынка слишком зарегулированы, а какие-то наоборот нуждаются в появлении дополнительных формальных правил. При этом «мир людей авиации довольно тесен» [интервью 4], сильно развита династичность. Все опрошенные респонденты это подтвердили. <...>

Семейственность и преемственность поколений является очень важным фактором для авиационного бизнеса. Например, основатель и председатель совета директоров авиакомпания «Трансаэро» А. Плешаков – сын бывшего министра авиационной промышленности СССР П. Плешакова и Т. Анодиной, занимающей с 2001 г. пост председателя Межгосударственного авиационного комитета. Авиакомпанией «Сибирь» управляет семейная пара: муж – В. Филев является генеральным директором, а его жена – Н. Филева владеет контрольным пакетом акций и занимает должность первого заместителя гендиректора по экономике и финансам. <...>

Другой важный фактор заключается в том, что в России совсем не много учебных заведений, выпускающих авиационных специалистов для гражданской авиации (порядка 15). <...> Все респонденты, закончившие специализированные учебные заведения, рассказывали о том, что поддерживают связи со своими бывшими однокурсниками. <...>

Таким образом, некоторые авиационные специалисты начинают накапливать социальный капитал еще с детских лет, родившись в семье авиатора. <...> Именно накопленный социальный капитал во многом является залогом успешной работы в области гражданской авиации. <...>

Получается следующая картина: для осуществления своей деятельности участники авиационного рынка должны налаживать широкий спектр формальных взаимодействий, а система взаимосвязей между авиационными специалистами такова, что при желании они могут найти возможность для встраивания элементов неформальных отношений в любые существующие взаимодействия. <...>

Но при работе российских фирм с зарубежными компаниями неформальные взаимодействия возникают значительно реже. При этом респонденты отмечают четкость зарубежного авиационного законодательства.

«В Штатах, например, всегда есть документ, который четко расписывает, что делать в том или ином случае» [интервью 11].

«На замечания отечественные поставщики не реагируют, западные реагируют всегда, у них так положено, прописано в руководствах по деятельности» [интервью 17].

Таким образом, можно предположить, что нечеткая формулировка формальных правил на рынке ГА России приводит к тому, что не все акторы истолковывают их однозначно, а это способствует развитию неформальных взаимодействий.

С нашей точки зрения, целесообразно обратить внимание и на то, что люди, работающие в авиации, часто идеализируют свою профессию.

«Мы же не на базаре торгуем, мы – конструкторы ВС. Опыт свой передать хочется кому-то толковому. Вы знаете, у нас основная масса сотрудников старше 50 лет. Раньше было престижно работать в КБ, а теперь престижно и прибыльно заниматься торговлей» [интервью 13].

«Мотивируют зарплатой и продвижением по службе. Вроде как, если долго и упорно будешь работать, то денег больше и в офисе сидеть. А вот я лично не могу без самолетов, всю жизнь с ними, и мне не нужен никакой офис, мне аэропорт дороже!» [интервью 17].

И в личных интервью, и на форумах была замечена интересная тенденция: авиаторы четко разделяют людей на «своих» (тех, кто учился в авиационных вузах, давно работает в авиации) и «чужих». При этом «свои» тоже сегментированы: пилоты, технический персонал, коммерческий персонал и т.д. «Свои» не могут сделать плохо, а «чужих» в авиационных кругах принимают неохотно.

«Если организацию работы выполняет директор, который сам летчик, то никаких неформальных отношений и конфликтов возникнуть не может. Все конфликты возникают, когда директор либо бизнес-воротила, либо выходец из технического персонала» [интервью 8].

«Мы же инженеры, авиаторы, а не барыги-бизнесмены. Помогать друг другу надо!» [интервью 17].

«Неформальные отношения: дедовщина, кумовщина, блат... Проехал "зайцем" на самолете, "смылся" из такси, не заплатив, слил бочку керосина под видом проверки на примеси, загрузил лишнюю тонну груза сверх документально указанного, и т.д. ...Это к теме диплома для студента МВД. А тему можно сформулировать так: "Кидалово и кукловоды в авиации". А для студента-авиаспециалиста полезнее тема формальных отношений – чему и должны студентов учить. В неформальные отношения сама судьба вовлечет. Работаешь, работаешь, а зарплату не платят, например» [форум 1].

Описанное положение дел укрепляет неформальные отношения. «Свой» помогает «своему», и при этом, если необходимо, формальные законы пренебрегаются, а возникающие неформальные взаимодействия считаются нормой.

Таким образом, можно говорить об особой социальной структуре рынка гражданской авиации России. Его функционирование базируется на тесных личных неформальных связях между участниками. В рамках этих связей существует неформальная иерархия, положение в которой определяется имеющимся у человека социальным капиталом, включающим профессиональную репутацию, «династийные» связи и т.д. Продвижение по карьерной лестнице зависит, в том числе и от места человека в этой неформальной иерархии. Добиться высокого формального поста без высокого положения в системе неформальной иерархии практически невозможно. При этом могут «работать» связи не только в «авиационном мире». Рынок гражданской авиации является социально закрытым. Вхождение на него акторов, не имеющих неформальных связей, затруднено и связано с большими издержками. Например, некоторые предприниматели, работающие на рынке ГА, имеют также бизнесы в других сферах, однако у большинства из них изначально бизнес был связан именно с авиацией.

Все эти особенности связаны со спецификой рынка гражданской авиации. Авиационная деятельность требует очень высокого уровня квалификации и профессионализма, который, прежде всего, могут оценить профессионалы. Поэтому роль профессионального сообщества

крайне велика в данной сфере. Кроме того, авиационная деятельность сопряжена с повышенным риском и опасностью для больших групп людей, цена ошибки и непрофессиональных действий здесь крайне велика.

Проведенный анализ позволяет выявить ряд факторов, способствующих возникновению и поддержанию неформальных взаимодействий акторов на рынке гражданской авиации России, а именно:

- дефекты структуры формальных правил;
- династийность, семейственность;
- ограниченное количество профессиональных учебных заведений, поддержание связей между бывшими однокурсниками и коллегами по работе;
- четкая самоидентификация как члена группы авиаторов;
- соблюдение неформальных правил, существующих внутри данной профессиональной группы.

Помимо указанных выше специфических факторов, отражающих особенности отрасли гражданской авиации, на формирование неформальных взаимодействий акторов влияют и глобальные факторы, общие для всех отраслей экономики России. К числу таких факторов, важных и для ГА, прежде всего, следует отнести характер прошедшей в России приватизации [см., например: Blasi, Kroumova, Kruse 1997], которая носила во многом неформальный характер и привела к формированию «скрытых» и полуформальных собственников. В свою очередь эти собственники реализовывали свое право собственности через систему неформальных договоренностей с властью, вступали в неформальные отношения с другими участниками рынка. В сфере ГА это, например, проявилось в том, что практически все предприятия сельхозавиации были приватизированы, обанкрочены и распроданы по смехотворным ценам в частные руки. В большинстве случаев покупателями являлись бывшие руководители этих предприятий или их доверенные лица.

Другой важный фактор – это слияние власти и собственности, которое выражается в формировании сетей неформальных взаимозависимостей чиновников и бизнесменов. Чиновники оказывают покровительство «близким» к ним фирмам, содействуют получению ими различных привилегий и господдержки («чиновничья крыша»). Деловые люди оказывают финансовую поддержку «своим» чиновникам, которые иногда являются неформальными совладельцами компаний [см. Hellman et al. 2000; Косалс 2006; Нуреев]. Скрытое, неформальное слияние власти и собственности встречается и в ГА. Например, генеральный директор авиакомпании «Кавминводьявиа» В. Бабаскин какое-то время являлся депутатом краевой думы, а семейные связи руководства авиакомпаний «Аэрофлот» и «Трансаэро» с государственными чиновниками, скорее всего, помогли этим авиаперевозчикам в середине 1990-х полностью освободиться от уплаты пошлин, налогов и сборов на ввозимые иностранные ВС.

Определенную роль в том, что в России в целом (и в ГА, в частности) сформировалась система, в которой особое значение имеют неформальные отношения, сыграли и исторические традиции, возникшие в советское и даже до-советское время. Неформальные отношения, «блат», особая роль неформального покровительства со стороны чиновников – все это было частью советской экономической культуры, которая во многом дожила до нашего времени [см. Афанасьев 2000; Леденева 1997а, б].

В результате, сформировался такой экономический механизм, в котором те или иные решения принимаются и реализуются не только, а часто – не столько через рынок и

рациональные экономические действия, сколько через неформальные взаимодействия различных «групп интересов»¹². Поэтому и решения часто принимаются совсем не те, которые были бы полезны для решения проблем отрасли или шли на пользу развития эффективно работающих компаний.

4.5. О политике регулирования неформальных взаимодействий акторов на рынке гражданской авиации России

Политика регулирования неформальных взаимодействий акторов на рынке гражданской авиации должна основываться на анализе их положительного и отрицательного влияния. Как быть с неформальными взаимодействиями акторов на рынке ГА? Стоит ли развивать их, или наоборот нужно принимать меры по их «истреблению»? А может быть, все следует оставить так, как есть? Попробуем ответить на эти вопросы, проанализировав мнения авиационных специалистов.

Прежде всего отметим, что при описании неформальных взаимодействий на рынке гражданской авиации России, респонденты употребляли своеобразный сленг – такие слова и выражение, как: *блат, откаты, взятки, завяки, связи, связи в верхах, проставиться, продвигать «своих», через магазин, кидалово, кумовщина, доносы, занес бутылку, пьянки, решается через конверты и бутылки, распитие спиртных напитков, протекция, все куплено, берут на работу людей по звонку, личные договоры, у кого папа или мама круче, влиятельный папа, папенькины сынки, теплое местечко, папиковы отношения, семейные связи, сплетни, дружеские отношения, кормим чиновников, правила игры, подсудное дело, по доброте душевной, лицензируют «помойки», замяли, разряд неприкасаемых, задушить проверками* и т.д. Фоносемантическая оценка совокупности данных слов, проведенная в программе «ВААЛ-мини» дала следующие результаты: «данный текст производит впечатление плохого, шероховатого, угловатого, тихого, хилого, маленького». Это значит, что неформальные отношения воспринимаются респондентами как что-то не очень правильное, но при этом имеющее право на существование при условии, что никто «чужой» не узнает об этом. Для этого масштабы неформальных взаимодействий должны быть небольшими, а вступающие в них стороны обязаны сохранять это в тайне. С нашей точки зрения, неформальные взаимодействия на рынке гражданской авиации России действительно имеют изъяны, часто осуждаются обществом и не предполагают всеобщей огласки. Сленг в данном случае выражает эмоциональные переживания людей, рассказывающих о неформальных отношениях, с которыми им приходится сталкиваться. К тому же использование сленга говорит о просвещенности человека в вопросах неформальных отношений, т.е. подтверждает его принадлежность к группе «своих». <...>

Многие респонденты считают, что неформальные взаимодействия с авиационными властями необходимо изживать, при этом часть из них полагает, что это невозможно сделать¹³. <...>

В существующие формальные взаимодействия между участниками авиационного рынка с авиационными властями встроено множество элементов неформальных отношений. При этом респонденты выражают желание работать по формальным правилам, но признают, что в современных условиях это невозможно. <...> Многие формальные законы и правила неадекватны реальной рыночной ситуации, как следствие они могут существовать только в симбиозе с неформальными элементами. <...>

¹² Описание этого механизма в см. работе: [Яковлев 2004].

¹³ «Изживать, конечно, а как – не знаю. Все это идет сверху, не будут же они сами себя изживать» [интервью 10].

Неформальные отношения специалисты авиационной отрасли, как правило, предлагают развивать только в том случае, если они не влияют на уровень авиационной безопасности и могут помочь бизнесу. <...> При этом многие респонденты предлагают некоторые неформальные взаимодействия узаконить, а какие-то из существующих формальных – отменить. <...>

Неформальные взаимодействия стали привычными для большинства участников авиационного рынка. Специалисты признают их зачастую отрицательное влияние на уровень безопасности полетов и высказываются на их устранение. Однако не отказываются от применения неформальных взаимодействий в практической деятельности.

«Если б все было так просто в смысле формального, я был бы рад. А на сегодняшний день нам без неформальных никак» [интервью 9].

«Я за честный бизнес, однако есть определенные правила. И если все наши конкуренты пользуются связями, а мы не будем, то разоримся. А формальные они или не очень – не нам разбираться, мы взаимодействуем со всеми в рамках закона» [интервью 11].

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов.

1. Наше первоначальное предположение о том, что в гражданской авиации масштаб неформальных отношений минимален, не подтвердилось. <...> Несмотря на то что государство разработало ряд программ развития ГА и приняло множество новых законов, а все большее количество участников авиационного рынка сертифицируется по западным нормам, в рамках которых работа по неформальным правилам затруднена, масштабы неформальных взаимодействий акторов на рынке ГА остаются большими.

2. Существует большое разнообразие видов неформальных взаимодействий между участниками авиационного рынка. В рамках нашего исследования были выявлены: взятки, откаты, подарки (бутылки и т.д.), устные договоренности, безвозмездная взаимопомощь, сговоры, неофициальные коалиции, промышленный шпионаж, неофициальные платежи за перевозку грузов и пассажиров, зарплаты в конвертах и т.д. Иногда неформальные взаимодействия реализуются в виде чрезмерного применения формальных правил (постоянные проверки, зачеты, поручение сложных и низкооплачиваемых видов работ и т.д.) Можно говорить об институционализации на рынке гражданской авиации такого неформального действия, как подарок в виде бутылки со спиртным напитком. А также о том, что, несмотря на наличие неформальных отношений, авиационные специалисты стараются придерживаться правила: «безопасность превыше всего». <...>

3. Типологизировать неформальные взаимодействия можно исходя из степени их влияния на уровень безопасности полетов. Соответственно можно выделить следующие типы неформальных взаимодействий: увеличивающие уровень безопасности полетов, не снижающие уровень безопасности полетов, снижающие уровень безопасности полетов. Различные виды неформальных взаимодействий в зависимости от ситуации могут быть отнесены к любому из этих типов. Например, если отец помогает сыну устроиться на работу, а сын при этом старается качественно работать для того, чтобы не опозорить отца, – это увеличивает уровень безопасности полетов; а если отец помогает сыну устроиться на работу, после того как тот получил образование авиационного специалиста, при этом сын получает должность, соответствующую своим знаниям и навыкам, – это скорее никак не снизит уровень безопасности полетов; если же отец помогает получить сыну должность, которой сын не соответствует, – это снижает уровень безопасности полетов. К сожалению, по мнению проинтервьюированных респондентов, на рынке ГА России неформальные взаимодействия чаще понижают уровень безопасности полетов.

4. Неформальные взаимодействия акторов выполняют множество функций: преодоление административных барьеров, более оперативное решение задач, уменьшение суммарных издержек предприятия, лоббирование появления необходимых для развития бизнеса формальных правил, заключение формальных контрактов с помощью первоначально неформальных договоренностей, трудоустройство на лучшие рабочие места, продвижение по службе и получение более высокой оплаты труда, обеспечение возможности работать нелегально, избежание наказаний за ошибки, допущенные во время работы, разрешение конфликтных ситуаций в свою пользу и т.д. Существование неформальных взаимодействий также может способствовать выходу авиапредприятий на новые, непрофильные для них рынки.

5. Возникновению неформальных взаимодействий между акторами на рынке гражданской авиации способствуют несколько факторов: структурные проблемы формальных правил, династичность, семейственность, ограниченное количество профессиональных учебных заведений, укорененная практика поддержания связей между бывшими однокурсниками и коллегами по работе, идентификация своей принадлежности к группе авиаторов. Причины существования неформальных взаимодействий акторов на рынке гражданской авиации надо искать не только на уровне авиационной отрасли, но и во всей социально-экономической системе России. <...>

6. Давать какие-либо рекомендации сложно. Неформальные взаимодействия стали привычными для большинства участников авиационного рынка. Признавая их порою отрицательное воздействие на уровень безопасности полетов, авиаспециалисты не отказываются от применения неформальных взаимодействий в практической деятельности. Можно говорить о том, что система стабильна, поэтому вряд ли следует ставить задачу резкого сокращения неформальных отношений в кратчайший период. Вероятнее всего принятие резких мер по борьбе с неформальными отношениями на государственном уровне повлечет за собой рождение новых видов неформальных взаимодействий, а также увеличение их масштабов.

С нашей точки зрения, необходимо не бороться с неформальными взаимодействиями, а стимулировать акторов рынка гражданской авиации не вступать в них. Представляется, что следует идти в трех направлениях. Прежде всего – постепенно все более глубоко «вписывать» российский рынок ГА в международный рынок авиаперевозок, добиваясь повышения конкурентоспособности отрасли. Другое направление – постепенное совершенствование законодательства с учетом мнения участников авиационного рынка и жесткой регламентации вмешательства государства в их отношения. И наконец, стимулирование разумной внутренней политики компаний, направленной на разработку профессиональных кодексов и рекомендаций. Это можно делать в рамках профессиональных ассоциаций и объединений. В конечном счете, уменьшения неформальных отношений можно ожидать только в том случае, когда будут созданы социально-экономические условия, при которых участие в неформальных взаимодействиях не будет обеспечивать участникам авиационного рынка конкурентных преимуществ (или, что то же самое, – неучастие не будет создавать проблем). Только тогда субъекты рынка осознают, что им это не надо и начнут менять свое поведение. <...>

Эффективность взаимодействий акторов на рынке гражданской авиации России в целом определяет успешность его функционирования. И наряду с очевидными негативными последствиями, неформальные взаимодействия позволяют преодолеть структурные проблемы формальных правил и оптимизировать деятельность участников не только авиационного рынка, но и всей социально-экономической системы России.

Литература

- Абрамочкина Н.А.* Совершенствование методов формирования сети маршрутов авиакомпании в современных условиях авиатранспортного рынка: на примере ОАО «Аэрофлот». Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. М., 2005.
- Алашеев С.Ю.* Неформальные отношения в процессе производства: «взгляд изнутри» // Социологические исследования. 1995. №2. С. 12–19. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Алмаев М.Х., Калугин Е.И.* Законодательное обеспечение лизинга гражданской авиации России <http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/2006/vestniksf290-2/vestniksf290-2030.htm>
- Антипова Н.В.* Государственное регулирование рынка авиатранспортных услуг: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 1996.
- Артамонов Б.В.* Конъюнктура мирового рынка воздушных перевозок: Учеб. пособие для вузов гражд. авиации. М.: МИИГА, 1982.
- Афанасьев М.Н.* Клиентизм и российская государственность. 2-е изд., доп. М: Московский общественный научный фонд, 2000. <http://ecsocman.edu.ru/monf>
- Барсукова С.Ю.* Неформальная экономика и сетевая организация пространства в России // Мир России. 2000. № 1. С. 52–68. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Барсукова С.Ю.* Неформальная экономика: структура и функциональная специфика сегментов. Дис. ... д-ра социол. наук. М., 2004.
- Барсукова С.Ю.* Неформальные способы реализации формальных намерений, или как реализуется национальный проект «Развитие АПК». 2007. http://ecsocman.edu.ru/images/pubs/2007/05/10/0000307570/barsukova_1505.pdf
- Барсукова С.Ю.* Солидарность участников неформальной экономики (на примере стратегий предпринимателей и мигрантов) // Социологические исследования, 2002а. № 4. С. 3–12. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Барсукова С.Ю.* Таможня и бизнес: от теневого тандема к легализации? // Мир России. 2002б. № 2. С. 70–92. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>
- Бурдые П.* Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–75. <http://www.ecsoc.msses.ru>
- Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 г. http://www.consultant.ru/popular/air/25_9.html#p530
- Грязнов В.С.* Коммерческие права в международных коммерческих сообщениях. http://www.aerohelp.ru/index_new.php?idr=6&letter=%C3&idn=748
- Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004.
- Зверева П.* Бессистемное развитие // Ежегодник АТО 2007: Авиатранспортное обозрение. М., 2007. С. 62–65.
- Казачкова Е.* Ремонтировать по-западному // Ежегодник АТО 2007: Авиатранспортное обозрение. М., 2007. С. 101–104.
- Карпов Д.* Перспективы российской гражданской авиации зависят от экономической модели, которую выберут власти // Авиатранспортное обозрение. 2006. № 74. Ноябрь. <http://www.ato.ru/rus/media/ato/archives/74-2006/ak/ak1/>
- Кастельс М., Киселева Э.* Россия и сетевое общество // Мир России, 2000. № 1. http://www.hse.ru/journals/wrldross/vol00_1/castels.htm
- Комаров А.* Лидеры решают все // Ежегодник АТО 2007: Авиатранспортное обозрение. М., 2007. С. 28–37.
- Конвенция о международной гражданской авиации (Чикагская конвенция) 1944 г. <http://www.transco.ru/index.php?id=377>
- Коротков С.А.* Мировой рынок гражданской авиатехники: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14. М., 2000.
- Косалс Л.Я.* Клановый капитализм в России // Неприкосновенный запас, 2006. № 6 (50). <http://magazines.russ.ru/nz/2006/50/ko17.html>
- Косалс Л.Я.* Между хаосом и социальным порядком // Pro et contra. 1999. Т. 4. № 1. <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/55719.htm>
- Косалс Л.Я., Рывкина Р.В.* Становление институтов теневой экономики в постсоветской России // Социологические исследования. 2002. № 4. <http://ecsocman.edu.ru/socis>
- Костромина Е.В.* Авиатранспортный маркетинг. М.: НОУ ВКШ «Авиабизнес», 2003.
- Костромина Е.В.* Экономика авиакомпании в условиях рынка. 5-е изд., стер. М.: Авиабизнес, 2005.
- Леденева А.В.* Личные связи и неформальные сообщества: трансформация блата в постсоветском обществе // Мир России, 1997а. № 2. С. 89–106. <http://ecsocman.edu.ru/mirros>

- Леденева А. Неформальная сфера и блат: гражданское общество или (пост)советская корпоративность? // Pro et contra. 1997б. Т. 2. № 4. <http://www.carnegie.ru/ru/print/55641-print.htm>
- Маслаков В., Корень А. Стратегическое планирование и эффективность управления авиапредприятиями // Авиатранспортное обозрение. 1998. № 15. Ноябрь – декабрь. http://www.ato.ru/rus/media/ato/archives/15-1998/right8/?sess_43ad01578921eb153d5e60ff7f77eef6
- Нуреев Р.М. Власть-собственность в постсоветской России (проблема зависимости от предшествующего развития). http://www.econ.pu.ru/files/5_1134066188.pdf
- Нуреев Р.М. Социальные субъекты в постсоветской России: история и современность. <http://www.viperson.ru/data/200607/nureev.doc>
- Осадчий А.О. Механизм формирования интегрированных структур на российском рынке авиаперевозок: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2003.
- Основы политики Российской Федерации в области авиационной деятельности на период до 2010 года. http://www.favt.ru/doc/host_doc/index.php?idmd=2
- Павленко С.Ю. Элемент демократии или закулисные сделки? // Pro et contra. 1999. Т. 4. № 1. <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/55725.htm>
- Полозов-Яблонский А.А. Определение синергетического эффекта участия авиакомпании в альянсах: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Моск. гос. техн. ун-т гражд. авиации. М., 2003.
- Пядушкин М. Качественный провал // Авиатранспортное обозрение. 2004. № 55. Ноябрь – декабрь. <http://www.ato.ru/rus/media/ato/archives/55-2004/right7/news1/>
- Пядушкин М. Неутешительная стабильность // Ежегодник АТО 2007: Авиатранспортное обозрение. М., 2007. С. 120–128.
- Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2003.
- Радаев В.В. Теневая экономика в России: изменение контуров // Pro et contra. 1999. Т. 4. № 1. <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/55713.htm>
- Радаев В.В. Что такое рынок: экономико-социологический подход. Препринт WP4/2006/07. М.: ГУ–ВШЭ, 2006. http://new.hse.ru/sites/ecsoclab/docs/WP4_2006_07.pdf
- Радаев В.В. Экономическая социология: Учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2005.
- Сапожников А., Сеницкий А. Итоги работы авиакомпаний 2005 году // Авиатранспортное обозрение. 2006. № 67. Март. <http://www.ato.ru/rus/media/ato/archives/67-2006/ak/ak1/>
- Сеницкий А. Дело техники // Ежегодник АТО 2007: Авиатранспортное обозрение. М., 2007а. С. 97–100.
- Сеницкий А. Мы находимся в новой экономической реальности // Авиатранспортное обозрение. 2006. № 67. Март. <http://www.ato.ru/rus/media/ato/archives/67-2006/10let/10let-paper/>
- Сеницкий А. Подъем или кризис? // Ежегодник АТО 2007: Авиатранспортное обозрение. М., 2007б. С. 7–13.
- Филева Н.В. Формирование системы оперативного управления экономической деятельностью авиакомпании в условиях реструктуризации рынка. Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2000.
- Флигстин Н. Государство, рынки и экономический рост // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 2. С. 41–60. <http://www.ecsoc.msses.ru>
- Яковлев А.А. Взаимодействие групп интересов и их влияние на экономические реформы в современной России. Препринт WP4/2004/01. М.: ГУ ВШЭ, 2004. <http://www.bukas-humboldt.ru/AYakovlev%20RU.pdf>
- Blasi J.R., Kroumova M., Kruse D. Kremlin capitalism. Privatizing the Russian Economy, Ithaca, London: Cornell University Pres, 1997.
- Hellman J. S., Jones G., Kaufmann D., Schankerman M. Measuring governance and state capture: the role of bureaucrats and firms in shaping the business environment. Results of a firm-level study across 20 transition economies // European Bank for Reconstruction and Development. 2000 (June). Working Paper No. 51. <http://www.ebrd.uz/pubs/econo/wp0051.htm>
- Вебсайты: http://www.aeroflot.ru/attach.asp?a_no=3884; http://www.aerofuels.ru/tzk_agit.php; <http://www.ato.ru/rus/media/ato/archives/31-2000/>; <http://www.aviacor.ru/content/view/15/57/>; <http://www.aviaport.ru/digest/2001/03/12/10189.html>; http://www.aviastar-sp.ru/aviastar_ru/; <http://www.favt.ru/schools/>; <http://www.financeleasing.ru/company/hostory/>; <http://www.ifc-leasing.com/about.php>; <http://www.kapo-gorbunov.ru/visiting.htm>; <http://www.oneworld.com/>; <http://www.skyteam.com/skyteam>; <http://www.staralliance.com/en/meta/airlines/NH.html>; <http://www.sukhoi.org/planes/projects/rri/>; <http://www.tupolev.ru/Russian/Show.asp?SectionID=143>; <http://www.vaso.ru/catalog.php?PHPSESSID=fb473c091ea7b6126e118aefa9e9d87c>.

Список респондентов

Интервью 1. Коммерческий директор авиаремонтного завода. Стаж работы 25 лет. Мужчина.

Интервью 2. Инженер центра координации технического обслуживания авиакомпании. Стаж работы 7 лет. Мужчина.

Интервью 3. Заместитель генерального директора по управлению персоналом авиастроительной и авиаремонтной компании. Стаж работы 3 года. Женщина.

Интервью 4. Бортинженер. Стаж работы 10 лет. Мужчина.

Интервью 5. Командир воздушного судна. Стаж работы 17 лет. Мужчина.

Интервью 6. Эксперт по сертификации воздушных судов в научно-производственном центре. Стаж работы 30 лет. Мужчина.

Интервью 7. Инженер испытательного комплекса на авиаремонтном заводе. Стаж работы 30 лет. Мужчина.

Интервью 8. Командир воздушного судна в частной авиакомпании. Стаж работы 20 лет. Мужчина.

Интервью 9. Владелец авиакомпании сельскохозяйственной авиации. Стаж работы 10 лет. Мужчина.

Интервью 10. Начальник лаборатории ТЗК. Стаж работы 20 лет. Мужчина.

Интервью 11. Директор по маркетингу авиаремонтной компании. Стаж работы 7 лет. Женщина.

Интервью 12. Авиатехник в авиаремонтной компании. Стаж работы 4 года. Мужчина.

Интервью 13. Старший сотрудник отдела в конструкторском бюро. Стаж работы 18 лет. Мужчина.

Интервью 14. Коммерческий директор авиакомпании сельскохозяйственной авиации. Стаж работы 27 лет. Мужчина.

Интервью 15. Экспертом в департаменте информационных технологий компании, управляющей аэропортовым комплексом. Стаж работы 3 года. Женщина.

Интервью 16. Инженер центра координации технического обслуживания ВС авиакомпании. Стаж работы 5 лет. Мужчина.

Интервью 17. Инженер авиакомпании. Стаж работы 30 лет. Мужчина.

Интервью 18. Начальник подразделения компании, управляющей аэропортовым комплексом. Стаж работы 5 лет. Женщина.

Интервью 19. Заместитель генерального директора авиаремонтной компании. Стаж работы 33 года. Мужчина.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

А.А. Куракин

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО РОССИИ ГЛАЗАМИ СОВРЕМЕННОКОВ (1996–2000 гг.)¹



КУРАКИН

Александр Александрович – научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ–ВШЭ.

Email: chto-delat@yandex.ru

Введение

В этой части обзора рассматривается период затухания, а затем и сведения на нет реформаторского задора и начинаний 1990-х гг. Как мы показали в предыдущей части обзора, многие, если не большинство, представителей аграрной науки подвергли реформы критике (в более или менее жесткой форме). И это понятно – объективных причин критиковать было более чем достаточно, так как сельское хозяйство находилось в жесточайшем кризисе. Критика продолжается и сегодня, но становится более структурированной и, можно даже сказать, единодушной. Фактически общим местом стали три положения.

1. *Разочарование в фермерском движении.* Первоначальные ожидания, что фермер Россию накормит, не оправдались. По доле в валовой продукции сельскохозяйственного производства фермерство занимает более чем скромное место. Более того, рост числа фермеров прекратился и даже немного снизился. Эти тенденции уже проявились в рассматриваемый нами период. Все это дало ученым повод усомниться в эффективности фермерских хозяйств в российских условиях.
2. *Повышенное внимание к сельскохозяйственной интеграции и кооперации.* Возникает ощущение deja-vu. Как можно видеть из первых частей обзора, посвященных советскому периоду, такие заголовки были характерны для многих аграрных работ того времени. «Будущее за крупным» – вот лозунг времен «застоя» и начала перестройки. Затем лозунги повернулись на 180 градусов: «Долой гигантоманию» и «Будущее за хозяином земли». В этот период темы интеграции и кооперации опять стали популярными.
3. *Признание необходимости активного вмешательства государства.* О важной роли государства в аграрной сфере специалисты говорили уже с самого начала реформ (см. предыдущую часть обзора). Они были в курсе интервенционистской аграрной политики в развитых

¹ См. также обзоры за предыдущие годы: 1980–1984 гг. [2006. Т. 7. № 2. С. 86–118], 1985–1991 гг. [2006. Т. 7. № 4. С. 97–126], 1992–1995 гг. [2007. Т. 8. № 3. С. 93–119].

рыночных экономиках стран Запада. Но эти голоса тогда потонули на фоне ожиданий чудес от свободного рынка и фермеризации сельского хозяйства. Теперь же только ленивый не вставлял главу о роли государства в возрождении отечественного АПК.

Чем еще характерен рассматриваемый период? Во-первых, повышенным вниманием к региональной специфике. В значительной доле публикаций этого периода либо выбирался в качестве объекта какой-нибудь регион, либо какой-либо феномен рассматривался на региональном уровне без привязки к конкретному региону (например, региональное ценообразование, региональная аграрная политика, формирование региональных рынков и т.п.). Во-вторых, внимание от особенностей рыночной экономики вообще и ее сущности стало переключаться на формирование и особенности отдельных рынков АПК: продовольственного рынка, рынка труда, сельхозтехники и т.п. Наконец, в-третьих, начало появляться новое поколение учебников.

Учебники

Рассматриваемый период характерен ростом числа учебников по аграрным вопросам. Это свидетельствует об институционализации нового (рыночного) подхода к аграрным проблемам. Иными словами, начав с политики и хозяйства, реформы дошли до вузов. Более того, до самого консервативного элемента образования – учебников. В категорию учебников мы отбирали те, которые сами себя позиционировали как учебники, т.е. имели подзаголовок «учебное пособие».

Экономика и организация АПК. Пожалуй, лучшим учебником общего плана тогда являлся (да и, пожалуй, является до сих пор) учебник Е.В. Серовой «Аграрная экономика» [Серова 1999]. В нем освещены теоретические вопросы аграрной экономики, зарубежный опыт и дан анализ российских аграрных реформ. Помимо общих понятий о спросе-предложении в духе неоклассики дано представление о типах сельскохозяйственного производства, кооперации и интеграции, маркетинге, кредите, земельных отношениях, агропродовольственной политике в разных странах. Существенная часть учебника посвящена российским реформам, к которым автор была сама причастна (в 1991–1994 гг. она была советником министра сельского хозяйства по экономическим вопросам). Из учебников общего плана, посвященных организации АПК на рыночных принципах, см. также [Экономика... 1996а, 1996б; Злобин и др. 1999б; Казиханов 1999].

Аграрные реформы. Как это ни покажется странным, но выходили учебные пособия даже по опыту реформирования сельского хозяйства в России. Например, в пособии «Организация аграрных и земельных преобразований» представлены промежуточные итоги аграрной реформы и изложены направления дальнейших преобразований. Рассматриваются вопросы государственного регулирования, формирования многоукладной экономики, земельной реформы, социальной и кадровой политики и т.п. Излагается опыт реформирования в Тульской и Нижегородской областях. Практически половину учебника занимают приложения, в которых представлены нормативные документы по реформированию сельскохозяйственных предприятий [Организация... 1996]. Рассматривались дальнейшие перспективы аграрной реформы в отдельных регионах [Экономическая... 1997].

Рынки. В учебные пособия по сельскохозяйственным рынкам стала неуклонно проникать экономическая неоклассика. Для них стал все более характерен классический набор тем и классическое их изложение: спрос, предложение, ценообразование, плюс более специфические вопросы сбыта и государственного регулирования [Шайкин, Ахметов 1999]. Могут добавляться разделы по отдельным рынкам (сельскохозяйственной продукции и факторов производства) [Ризгаев 1998]. Отдельно может рассматриваться рыночный механизм ценообразования [Ризгаев 1996].

Финансовое обеспечение, инвестиции. О финансовых отношениях в АПК в целом см. [Основы... 1999], вопросы финансирования и инвестиционной деятельности в АПК рассматриваются в [Финансирование... 1999]. Роли финансового обеспечения в стабилизации аграрной сферы посвящено пособие В.А. Иванова [Иванов 1996]. Финансовое обеспечение здесь рассматривается в более широком контексте государственного регулирования. Приводится опыт США.

Агрофирмы. Учебники по экономике предприятий АПК в условиях рынка тоже (как и учебники по аграрным рынкам) все более начинают напоминать стандартные учебники по economics – как стилем изложения, так и темами [Барбашин 1997]. Несколько отличается учебник, написанный практиками – руководителями агропромышленных структур Орловской области [Злобин и др. 1999а]. Авторы выступают последовательными сторонниками интеграции в сельскохозяйственном производстве. Первоначальный курс реформ на фермерство они считают ошибочным и полагают, что будущее за крупным, специализированным производством. Деятельность именно таких крупных агрофирм и рассматривается в учебнике. Естественно, приводятся примеры работы родных для авторов предприятий Орловской области. Рассматривались и более специальные вопросы – такие, как финансовый анализ деятельности предприятий АПК [Чеглакова 2000], организация работы машинно-технологических станций [Левченко 1999].

Менеджмент. Общие вопросы управления в АПК представлены в ряде учебных пособий [Люкшинов 1999; Пиличев 2000; Менеджмент... 2000]. Представлены и более специфические вопросы. Например, антикризисное управление предприятиями [Гуськов, Давыдов 1999]. По сути, это учебник о процедуре банкротства предприятия. Поднимаются вопросы методики оценки финансового состояния предприятия, учета неплатежеспособных предприятий, делопроизводства о банкротстве, внешнего управления имуществом должника и т.п. Привязки к АПК здесь фактически нет, да и придумать такую очень сложно.

Маркетинг. Учебники по маркетингу в АПК (иногда вводится термин «агромаркетинг») мало чем отличаются от учебников по просто маркетингу [Цыпкин, Люкшинов 1998]. См. также [Кокорев 1998; Маркетинг... 1997].

Бухгалтерский учет. Особенности бухучета в сфере АПК отражены в соответствующих учебных пособиях [Бухгалтерский... 1996; Чехонадских 1996].

Предпринимательство. Что касается темы аграрного предпринимательства, то, пожалуй, наиболее полным по рассматриваемым вопросам является учебник «Предпринимательство в АПК» [Предпринимательство... 1997]. В нем представлены следующие вопросы: сущность и значение предпринимательства, правовое и экономическое регулирование предпринимательской деятельности, ее организационно-правовые формы, составление бизнес-планов, инвестиционная, коммерческая и финансовая деятельность, информационное обеспечение, риск и выбор стратегии, оценка предпринимательской деятельности, социальная ответственность, психология и этика. Издавались учебные пособия по составлению бизнес-планов [Грядов, Удалов 1997; Гальчак 1996].

Прогнозирование и планирование. Учебником по прогнозированию и планированию является пособие К.П. Личко [Личко 1999]. В нем кратко даются теоретические представления о прогнозировании и планировании: основные методы, опыт России и зарубежных стран. Более обстоятельно представлена методология прогнозирования и планирования агропромышленных формирований (производственных и перерабатывающих): закупки, материально-техническое обеспечение, инвестиции и т.п. Вопросы прогнозирования и планирования регионального АПК см. в [Прогнозирование... 1998].

Математическое моделирование. В работе В.И. Свиридова и Н.Н. Петренко на основе адаптивного подхода к использованию естественных и антропогенных факторов строится эколого-экономико-математическая модель агропроизводственной системы [Свиридов,

Петренко 1997]. Рассматривалось и моделирование социально-экономических процессов в АПК [Математические... 1998].

Фермерское хозяйство. Есть учебные пособия, в которых освещаются вопросы фермерского хозяйства [Ионов, Смирненко 1998]. В приведенном учебнике рассматривается не только и не столько оптимальная стратегия фермерского хозяйства (хотя и это есть), сколько вопросы включенности фермеров в систему сельскохозяйственной кооперации, которой уделяется немало внимания. Отдельно рассматриваются региональные особенности становления фермерских хозяйств (предпосылки, развитие, результаты).

Политематические монографии, сборники и конференции

Конференции. Здесь прежде всего стоит выделить сборники, выходящие по итогам Никоновских чтений. Эти чтения проводятся регулярно и названы в честь известного советского и российского аграрного экономиста А.А. Никонова, ушедшего из жизни в 1995 г.

Началось все с конференции 1996 г., посвященной памяти А.А. Никонова «Аграрная экономика и политика: история и современность» [Аграрная... 1996б]. Выступления были поделены на следующие тематические блоки: 1) теория аграрных отношений, научные основы продовольственной и аграрной политики; 2) земельная реформа и экономическое регулирование земельных отношений; 3) приватизация и индустриальные преобразования в сельском хозяйстве; 4) развитие сельскохозяйственной кооперации, социальные проблемы сельского общества; 5) государственное регулирование АПК; 6) системный анализ и математическое моделирование социально-экономических процессов в АПК.

Позднее такие конференции приняли регулярный характер, а на сборниках стал указываться подзаголовок «Никоновские чтения». Каждый сборник имеет оригинальное название, задающее общее направление конференции, хотя набор обсуждаемых тем остается неизменно широким. В 1998 г. сборник вышел под названием «Аграрные доктрины двадцатого столетия: уроки на будущее» [Аграрные... 1998]. Сборник поделен на пять разделов: 1) роль сельского хозяйства в экономике и альтернативы аграрной, земельной и продовольственной политики; 2) развитие аграрных технологий и экологические проблемы сельского хозяйства; 3) типы сельскохозяйственных организаций и формы их рыночной интеграции; 4) урбанизация и социальные проблемы сельских сообществ; 5) история аграрно-экономических учений.

В 1999 г. сборник получил название «Аграрная экономическая наука на рубеже веков: методология, традиции, перспективы развития» [Аграрная... 1999]. Он состоит из четырех разделов: 1) методология, методика и организация современных аграрно-экономических исследований; 2) рыночные преобразования в аграрном секторе России: результаты социально-экономического анализа; 3) структурные изменения в агропродовольственном секторе зарубежных стран; 4) история аграрной экономики и аграрно-экономических исследований.

А в 2000 г. чтения были посвящены итогам рыночных реформ на селе и дальнейшим путям развития. Соответственно сборник получил название «Рыночная трансформация сельского хозяйства: десятилетний опыт и перспективы» [Рыночная... 2000].

Проходили и другие конференции общего плана. Например, в 1996 г. в Оренбурге состоялась конференция по проблемам рыночной экономики в АПК [Проблемы... 1996б]. 26–27 ноября 1996 г. в Пензе прошла конференция, посвященная проблемам села [Проблемы... 1996в]. Конференция имела общий характер и представленные в сборнике тезисы докладов покрывают самые разные темы: итоги реформ в целом, состояние сельскохозяйственных предприятий и фермерских хозяйств, инвестиции, правовое и информационное обеспечение, финансы, бухгалтер, кадры на селе и т.д.

В 1997 г. можно выделить три конференции. Одна прошла в Казани, по ее итогам был опубликован сборник «Актуальные проблемы развития аграрного сектора в условиях становления рыночных отношений» [Актуальные... 1997б]. Другая была организована в Ростове-на-Дону и посвящена развитию рыночных отношений в АПК [Развитие... 1997]. Она включала две секции: 1) проблемы ценообразования, налогообложения, использования земель; 2) организационно-экономические аспекты эффективной работы предприятий в рыночных условиях. Через год там же состоялась еще одна конференция по проблемам развития АПК [Проблемы... 1999б]. Третья конференция прошла в Курске. По ее итогам был издан двухтомник «Эффективность и конкурентоспособность аграрной экономики» [Эффективность... 1997]. В следующем году в Курске была организована конференция по проблемам экономического роста в АПК в условиях переходной экономики [Проблемы... 1998г], а в 2000 г. – опять конференция, посвященная повышению эффективности АПК [Проблемы... 2000г]. Можно также указать на сборники по итогам конференций 1998 г. в Йошкар-Оле, посвященной проблеме устойчивого развития АПК [Проблемы... 1998б], и Владикавказе [Рыночные... 1998]. См. также [Повышение... 1999; Рациональные... 1997].

Сборники и монографии. Политематические сборники и монографии обычно посвящены анализу состояния АПК в целом (экономические показатели, проблемы формирования рыночных отношений и т.п.). Из-за такой общей рамки их содержание, как правило, охватывает весьма обширный и разнообразный круг вопросов.

В брошюре «Агропромышленный комплекс России. Состояние и проблемы реформирования» кратко рассматриваются основные темы, характерные для работ о состоянии современного АПК России: состояние бюджетной сферы, платежный кризис, диспаритет цен, инвестиции, кредитование, кризис производства (продовольственная безопасность, уровень сельскохозяйственного производства и потребление сельскохозяйственной продукции), состояние сельскохозяйственного машиностроения, земельные ресурсы и т.п. [Агропромышленный... 1997].

В 1999 г. вышел красочный номер информационно-аналитического альманаха из серии «XX век. Элита бизнеса» «Агропромышленный комплекс России» [Агропромышленный... 1999]. В нем рассказывается о ведущих предприятиях и организациях АПК России: о производителях сельскохозяйственной продукции, о перерабатывающих, транспортных и др. предприятиях, о научных, учебных, финансовых и инвестиционных учреждениях.

Нельзя не упомянуть книгу А.Г. Вишневого «Серп и рубль». Хотя она и не посвящена собственно сельскому хозяйству и селу, аграрная проблематика занимает в ней существенное место.

В публицистическо-мемуарном стиле написана книга Б.А. Рунова «Вспоминая прошлое, думаю о будущем» [Рунов 1996]. Автор имеет как академический (академик Россельхозакадемии), так и административный (в свое время он был заместителем министра сельского хозяйства СССР) опыт. Относящаяся к нашей теме часть книги посвящена организации сельского хозяйства в развитых странах (США, Канада, Япония) с прицелом на его использование в России. Автор неоднократно выезжал в эти страны, а в Канаде одно время был советником при посольстве СССР.

Из других политематических монографий и сборников можно указать следующие [АПК... 1996; Кузнецов 1996; Кузнецов 1997; Проблемы 2000а; Экономические... 2000а; Агропромышленный... 2000; Алтухов, Шамин 1996; Состояние... 1999; Четвертакова 1998а; Зволинский 1996].

Реформирование АПК

Выделение работ в этот раздел достаточно условно, так как они могут сильно пересекаться с работами, вошедшими в другие разделы. Действительно, на аграрную реформу можно посмотреть с самых разных сторон. Однако большинство включенных в данный раздел работ отличаются тем, что основной упор в них делается на описание и оценку реформ российского села.

Различные вопросы аграрных реформ рассмотрены в сборнике 1997 г. [Совершенствование... 1997а]. Сборник состоит из двух частей. Первая посвящена вопросам стабилизации и развития аграрных формирований (ценовая политика, управление, отношения собственности, формирование рынков и т.п.). Во второй части рассматриваются вопросы аудита и финансов в аграрном секторе.

Продолжает публиковать книги по вопросу реформ в АПК А.В. Рущкой [Рущкой 1997]. Реформы, по его мнению, были неизбежными, поскольку советское сельское хозяйство находилось в глубоком кризисе. Однако реформы были проведены так, что породили еще более жестокий кризис. Выделяется много причин плачевного положения сельского хозяйства, которые многократно повторялись различными учеными. Среди них можно выделить следующие: 1) отсутствие научно обоснованной концепции развития АПК; 2) неэффективные и часто неравноправные отношения между сельскохозяйственными производителями, промышленностью, торговлей, потребителями; 3) отрыв науки от практики; 4) деградация социальной сферы села, ее инфраструктуры; 5) ограбление сельскохозяйственных производителей через налоговую, кредитную политику; 6) диспаритет цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию; 7) отсутствие государственной поддержки; 8) низкий уровень механизации; 9) монополия переработчиков. В качестве предложения по выходу из кризиса автор выдвигает идею интеграции. По его мнению, нужно создавать новые формы организации производства – территориально-отраслевые объединения, в которых были бы объединены заготовка, хранение, переработка и другие промежуточные звенья от производителя к потребителю. Предполагается, что в начале контрольный пакет акций этих предприятий будет принадлежать местной администрации (области, края, республики).

О парадоксах аграрной реформы в России пишет З.И. Калугина. Результаты ее исследований (помимо статей, которые мы не рассматриваем) были опубликованы сначала в виде доклада для XIV Всемирного конгресса социологов [Kalugina 1998], а затем и в виде монографии [Калугина 2000]. Фактически это первая попытка комплексной социологической рефлексии по поводу итогов реформирования села. Автор выделяет четыре парадокса реформы, т.е. ее последствий, прямо противоречащих изначальным ожиданиям реформаторов: 1) распространение малых и полунатуральных форм сельскохозяйственного производства в виде ЛПХ и «липовых» фермеров, тогда как ожидалось возникновение полновесного товарного фермерского сектора; 2) на месте неэффективного планового сельского хозяйства возникло неэффективное частное сельское хозяйство, тогда как именно с переходом производства в частные руки связывались главные надежды; 3) разрушение трудовой мотивации у значительной части сельского населения, тогда как ожидалось, что обретение земель своего «хозяина» даст мощный толчок к росту АПК; 4) деградация социальной сферы села и обнищание сельского населения, тогда как реформы были нацелены на то, чтобы сделать это самое население настоящим владельцем того, что раньше принадлежало государству. Конечно, монография не ограничивается только этими вопросами. В качестве одной из наиболее интересных тем книги можно выделить тему адаптации сельского населения и сельскохозяйственных предприятий к новым условиям.

В публицистическом ключе осмысливается ход и итоги реформ в работе известного аграрного деятеля и политика Ю.Д. Черниченко под характерным названием «Дело было в России» [Черниченко 1997].

Тема государственного регулирования АПК очень часто звучала в различных работах этого периода. Некоторые из них были целиком посвящены этому вопросу [Государственное... 1999а, 1999б; Свечников 1999; Аларин и др. 2000]. В ряде работ тема вмешательства государства была сужена до вопроса монополизации и развития конкуренции [Барабанова и др. 1998; Дороговцев, Щепелин 2000]. Практически весь спектр вопросов управления представлен в сборнике «Пути совершенствования управления отраслями АПК» [Пути... 1999]. Это вопросы теории управления, использование рыночного механизма в управлении АПК, информационное обеспечение управления, математические методы в управлении, бухгалтерский учет и статистика. По теме управления см. также [Совершенствование... 1996б, 2000; Горин 2000; Управление... 1999; Жилетежев 1999; Белоусов 1998; Управление... 1996; Проблемы... 1998в; Инновационно... 1999].

По проблемам реформирования АПК проходили конференции и совещания [Направления... 1999; О состоянии... 2000; Обеспечение... 1997], писались монографии и сборники как общего плана [Аграрная... 2000; Проблемы... 1997в; Мозохин, Мозохин 1997; Дадалко 1997; Каспар 1997; Шебеда 1996; Экономические... 1998; Экономические... 2000в; Дамм 1998б; Нурлыгаянов 1997; Корольский 2000; Белхороев 2000; Егерова 2000], так и по более узким темам, таким как социально-экономические последствия реформ [Социально-экономические... 1997], реформирование сельскохозяйственных предприятий [Реформирование... 1996; Прауст 1998; Руцкой 1996; Безаев 1998], аграрная политика, стратегические планы развития и программы реформ [Жоголева 1996; Программа... 1999а; Программа... 2000; Основные... 1997; Колесников, Татуев 2000], преобразования собственности [Половенко, Айгазиев 1997], оптимизация производства в условиях многоукладности [Гасиев 1997], инновационные процессы в АПК [Минниханов 2000], ресурсное обеспечение и развитие инфраструктуры [Опыт... 1997б].

Отдельно стоит указать на работы, касающиеся не столько реформирования АПК, сколько функционирования его отдельных подсистем: производственных подкомплексов [Сабетова, Попова 1998; Коваленко 2000], инженерно-технологического обеспечения [Афанасьев 2000], производственного обслуживания сельского хозяйства [Кочанов 1998], технопарковых формирований [Андреев и др. 1996].

Наконец, издавались сборники нормативных актов [Сборник... 1997; Агропромышленный... 1998], анализировались проблемы применения права в АПК современной России [Проблемы... 1997а].

Земельная реформа и земельный вопрос

В отдельный раздел мы поместили работы о земельном вопросе, так как испокон веков он является одним из центральных в России. К тому же это позволяет сделать и количество написанного по этой теме.

Интерес представляет объемная коллективная монография «Земельный вопрос» [Земельный... 1999]. В ней рассматривается как история земельных отношений в России (обзор заканчивается нэпом и не охватывает СССР), так и эколого-экономические факторы земельных отношений в постсоветской России. Отдельный раздел посвящен правовым аспектам земельных отношений. Изюминку сборника составляет обширный раздел (едва ли не половина всей книги), посвященный зарубежным моделям решения земельного вопроса. Рассмотрен опыт европейских, североамериканских, латиноамериканских, азиатских и африканских стран.

Ход земельной реформы в Волгоградской области за 5 лет представлен в книге А.В. Воробьева [Воробьев 1996]. Автор в то время был председателем комитета по

земельным ресурсам и землеустройству Волгоградской области, так что на земельную реформу можно взглянуть изнутри и с позиций власти.

Специальный сборник статей посвящен обсуждению Земельного кодекса 1997 г. [Выбор... 1998]. В нем рассматриваются не столько юридические тонкости, сколько его влияние на эффективность землепользования и формирование земельного рынка.

Две обзорные работы о формировании российского земельного рынка опубликовала Т.В. Андрианова [Андрианова 1996; Андрианова 1997].

По вопросам реформирования земельных отношений и использования земельных ресурсов см. также [Приватизация... 1998; Управление... 1997; Земельная... 1996, 1997; Актуальные... 1997а; Земля... 1997; Совершенствование... 1996а; Воробьев, Скачков 1996; Проблемы... 1996а; Рыженков 1997; Романенко и др. 1996].

Региональное развитие

Как отмечалось выше, в рассматриваемый период нельзя не заметить всплеск региональных исследований. В СССР писали про советское сельское хозяйство в целом, подразумевая его региональное единообразие в главных чертах, а в начале 1990-х также говорили о переходе к рынку в целом. Конечно, и в советское время, и в начале 1990-х гг. были работы по региональным особенностям (можно вспомнить хотя бы проекты в рамках Новосибирской школы и работы эконом-географов), но не в таком количестве.

Для примера рассмотрим содержание книги коллектива СО РАСХН² «Экономический механизм рыночных отношений в АПК Сибири» [Экономический... 1996]. В книге делается акцент на государственном регулировании и поддержке. Но регулирование не директивное, а с помощью экономических рычагов. Рассматривается регулирование деятельности предприятий (ценовое регулирование, поддержка производителей, антимонопольное регулирование, страхование), земельных отношений. Поднимаются вопросы агропромышленной интеграции и внутриорганизационных отношений. Вроде бы вопросы не сугубо региональные, однако название книги четко обозначает регион.

На примере Сибири рассматриваются вопросы разработки программ развития АПК в отдельных регионах [Научные... 1998б]. Говорится о том, как поставить задачу, сформировать стратегию и конкретные меры, как учитывать региональные особенности при разработке программ развития. Помимо научно-методических основ представлены программы стабилизации и развития Сибири и Новосибирской области.

Разработке региональных продовольственных программ посвящена работа И.И. Дуданова. Предлагается методология и методика разработки целевых программ, приводится экскурс в историю российских аграрных реформ, поднимаются вопросы оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на региональных рынках и межрегиональной кооперации [Дуданов 1998].

В работе «Региональная экономика: проблемы, стратегия развития АПК» представлены результаты работы сотрудников ВНИИЭиН³ по широкому спектру тем (земельные отношения, аграрная политика, планирование, инвестиции, маркетинг, кооперация и т.п.), географически привязанных к югу России [Региональная... 1998].

Рассматривались вопросы формирования регионального продовольственного комплекса [Региональный... 1996]. Сами вопросы в общем-то типичные (фермеризация,

² Сибирское отделение Российской академии сельскохозяйственных наук.

³ Всероссийский научно-исследовательский институт экономики и нормативов.

продовольственная проблема, инвестиции, инфляция, транспорт, прогнозирование и планирование, занятость и т.п.), но они ставятся с учетом региональной специфики.

Вопросы управления локальными агропромышленными системами и его информационного обеспечения рассматриваются в работе Л.В. Перекрестовой [Перекрестова 1998]. Основная проблема, поставленная автором, – это проблема информационной достаточности в управлении агропромышленными системами. Соответственно, целью является теоретическое обоснование и практическая разработка системы учета, которая позволила бы принимать оптимальные управленческие решения. Центральное место в книге занимают информационные модели управления запасами, затратами, сбытом и т.п. Особенность этой работы заключается в сильной ориентации на западные экономические разработки и, прежде всего, на новую институциональную экономическую теорию. Автор сетует на то, что российские ученые почти не используют западные экономические теории, тогда как отечественная теория не дает ответа на вопрос о том, чем определяется эффективность управленческих структур. Сама локальная агропромышленная система определяется в духе неoinституционализма как пучок трансакций, которая к тому же организационно обособлена благодаря специфичности активов и управляется предпринимателем, который стремится к минимизации трансформационных и трансакционных издержек.

Традицию новосибирской школы продолжает А.Я. Троцкий в своей работе о социально-территориальной структуре региона [Троцкий 1997]. В работе представлены основные тенденции развития социально-территориальной структуры регионов Западной Сибири за 1976–1995 гг. В качестве основных элементов структуры региона выделяются два сектора: аграрный и индустриально-городской. Определяются их границы, дается оценка роли городов различных типов (многофункциональные, индустриальные, индустриально-аграрные, аграрные) в развитии села. Сами сельские районы делятся на урбанизированные, слабоурбанизированные и периферийные.

По вопросам развития отдельных регионов проводились конференции. Так, в 1995 г. в Орле прошла конференция «Центральная Россия на рубеже XXI века», по итогам которой впоследствии было опубликовано четыре тома (отдельный том по каждой секции) [Центральная... 1996]. Один из томов посвящен аграрной реформе и развитию села. В нем затрагиваются самые разнообразные темы аграрного развития. См. также другие конференции и совещания по теме [Реформирование... 1998; Научное... 1996, 1997, 1998; Научные... 1998а; Сибирская... 1998; Основные... 1998; Опыт... 1996].

Поскольку работ, исследующих село на региональном уровне, было очень много, то перечислим некоторое их количество. Общие вопросы и проблемы региональных АПК см. в [Проблемы... 1997б, 1999а, 1998д; Организационно-экономические... 1996; Литонина 1997; Система... 1996а, 1996б, 1996в, 1997а, 1997б, 1998, 1999; Дамм 1998а; Новикова, Кутепов 2000; Салтык 2000; Развитие... 1998; Якушкин и др. 1997; Теунаев 1998; Курцев 1996; Нестеренко 1996; Экономические... 1999]. Рассматривались и такие темы, как структурные характеристики и пропорции регионального АПК [Гимаев 1999; Бец и др. 1999; Организационно-экономический... 1999; Рысьмятов 1998], формирование региональных рынков [Алтухов, Макин 1997; Формирование... 1998; Новоселов 1996], программы развития региональных АПК [Программа... 1999б, 1999в; Концепция... 1997; Аграрная... 1996; Строев и др. 1998; Першукевич 1998б], прогнозирование регионального развития [Корниенко 1998], материально-техническое обеспечение [Ахохов, Кормаков 1998; Штарберг 1997], управление региональным АПК [Боготов 1998; Степанов 2000], логистика регионального АПК [Белых, Стаханов 2000], особенности развития сельскохозяйственных предприятий в регионах [Ахмадеев 1997], развитие фермерства в регионе [Елагин 1997], государственная политика [Купрессов 1996], кооперация и интеграция [Сельское... 1997; Фомин и др. 1998], научное обеспечение [АПК... 1998; Совершенствование... 1997б; Аграрно-экономическая... 1996].

Интеграция и кооперация

Эта тема, как упоминалось во введении, стала очень популярной и присутствует в сочинениях самой разной направленности. В данном разделе собраны работы, в которых центральной задачей было рассмотрение вопросов интеграции и кооперации в АПК.

Стоит выделить книгу «Сельскохозяйственная кооперация: теория, мировой опыт, проблемы возрождения» [Сельскохозяйственная... 1998]. Она написана коллективом таких известных авторов, как Л.А. Овчинцева, А.В. Петриков, Е.В. Серова, Г.И. Шмелев, И.Н. Буздалов и др. В книге рассматривается история сельскохозяйственной кооперации в мире и России, взгляды теоретиков кооперации. Говорится о необходимости возрождения кооперации в России, для чего крайне полезным является опыт стран ЦВЕ. Не менее важными для успеха являются вопросы государственной политики и законодательства.

Широкий круг вопросов кооперации и интеграции рассматривается в работе Е.И. Сизенко и В.И. Комарова [Сизенко, Комаров 1998]. В центре внимания авторов – отношения между сельскохозяйственными производителями и перерабатывающими предприятиями. Авторы критикуют реформаторов за упрощенное понимание рынка, за то, что приватизация разрушила создававшуюся в советское время интеграцию в АПК. В итоге наблюдается монополизм перерабатывающих предприятий, противопоставление интересов производителей и переработчиков и создана ситуация, при которой переработка и реализация становятся выгоднее производства.

Вопросам кооперации и интеграции в АПК посвящена работа сотрудников РАСХН [Кооперация... 1999]. Рассматриваются теоретические и методические основы кооперации и интеграции, организационно-правовые факторы и социально-экономические условия успешного развития кооперативных и интеграционных процессов, на конкретных примерах анализируется опыт российских хозяйств.

Кооперативным формам организации сельскохозяйственного производства посвящена работа Т.А. Степановой [Степанова 1997]. В ней затронуты общетеоретические вопросы: сущность кооперативной собственности, возникновение и развитие ее основных форм. Но основное внимание уделено месту кооперации в современной аграрной экономике. Акцент здесь делается на сравнении России и Франции. Представлена классификация кооперативных форм в современной России и осуществлено моделирование работы различных кооперативных форм с позиций теории фирмы. Отстаивается идея развития многоуровневых кооперативных систем. Автор заявляет о необходимости перестройки всего АПК на основе кооперативных финансово-промышленно-аграрных союзов.

В ряде работ анализируются интегрированные агропромышленные формирования. Например, в книге И.В. Щетининой внимание уделено управлению собственностью в таких формированиях [Щетинина 1999]. Автор подчеркивает их специфику, приводит российский и зарубежный опыт решения проблем управления собственностью, обосновывает необходимость государственной поддержки интеграционных процессов в АПК. О формировании вертикальных интегрированных структур см. также [Кустова, Шалунова 1999].

Одна из немногих работ, в названии которых есть слово «многоукладный», – это книга «Многоукладная экономика АПК России. Вопросы теории и практики» [Многоукладная... 1998]. Однако основная тема книги – кооперация и интеграция в сельском хозяйстве, которые рассматриваются как альтернативный путь неудавшейся фермеризации и способ преодолеть причины аграрного кризиса. Среди таких причин авторы выделяют «введение практически нерегулируемого рынка, неэквивалентный обмен сельскохозяйственной продукцией на промышленную, настойчивое проведение идей сплошной фермеризации и разрушение крупнотоварного производства; монополизм коммерческих банков, перерабатывающей промышленности и торговли; противопоставление различных форм

собственности и хозяйствования; разрыв экономических и научно-технических связей со странами СНГ; необоснованное стимулирование импорта продуктов питания, традиционно производимых в России» [Многоукладная... 1998: 4]. Показаны различные модели кооперирования и интегрирования на примерах работы хозяйств разных форм или укладов. Авторы разделяют понятия «уклад» и «форма хозяйствования». Под укладом имеется в виду форма собственности (такое понимание характерно еще для советского времени). Соответственно выделяется три основных уклада: государственный, коллективный и частный; и две формы хозяйствования: индивидуальная и коллективная. Пересечение укладов и форм хозяйствования дают четыре основных организационно-правовых формы предприятий: 1) государственная собственность и коллективное хозяйство, 2) частная собственность и коллективное хозяйство, 3) коллективная собственность и коллективное хозяйство, 4) частная собственность и индивидуальное хозяйство. В дальнейшем эти типы подразделяются уже на конкретные юридические формы предприятий.

Укажем еще ряд работ по теме [Гвоздев 2000; Фомин, Храмцов 2000; Хачемизова 2000; Проблемы... 2000в; Родионова 2000; Пособие... 2000; Минаков, Сабетова 1999; Алешин 1998; Практическое... 1997; Гридина 1999; Рекомендации... 1997б; Ханькин 1999].

Аграрные рынки

Значительно больше внимания в рассматриваемый период стало уделяться развитию отдельных сельскохозяйственных рынков.

Аграрный рынок в целом. Проблемам формирования аграрного рынка России в целом была посвящена первая конференция НАЭКОР⁴ [Проблемы... 1997г]. На конференции работали четыре секции: 1) аграрные отношения, аграрная политика и государственное регулирование; 2) проблемы аграрного рынка, институциональные и структурные преобразования; 3) организационно-экономические и социальные проблемы АПК: кооперация, интеграция, управление и информатика; 4) проблемы совершенствования агроэкономического образования. См. также [Организационно-экономические... 1997].

Рынок труда, занятость. Рынку труда на селе посвящено немного работ. Одной из них стала брошюра о формировании рынка труда в Республике Коми [Терентьев и др. 1996]. Основными вопросами стали сельская занятость/безработица, способы поиска работы, причины увольнений, деятельность служб занятости, стимулирование работников АПК, кадровая политика. Различным аспектам рынка труда на селе посвящены статьи в первом разделе пензенского сборника «Рынок труда и современные формы хозяйствования в системе АПК» [Рынок... 1997].

Продовольственный рынок. Теоретические аспекты рассматриваются в работе «Теория и практика продовольственного рынка» [Усенко 1998]. Лейтмотивом этой работы звучит необходимость государственного регулирования рынков. В книге представлены различные теоретические подходы к развитию продовольственного рынка. Причем упор делается на тех подходах, которые выводят на идею активного вмешательства государства. Например, приводятся воззрения Дж. Кейнса и Дж. Гэлбрейта, идеи немецкой социальной рыночной экономики. Много внимания уделяется опыту государственного регулирования экономики в целом и продовольственного рынка в частности. Приводятся примеры Франции, Японии, Китая, Евросоюза и США. Российские рыночные реформы на селе раскритикованы в пух и прах, подчеркивается важная роль интеграции в АПК и формирования ФПП.

⁴ Независимое аграрно-экономическое общество России.

Специальная работа посвящена формированию регионального продовольственного рынка [Головатюк 1999]. По мнению автора, основой существования региональных продовольственных рынков является разделение труда. На примере Западной Сибири обосновываются цели, условия и предпосылки формирования продовольственного рынка как системы продуктовых рынков. Отдельно рассматриваются рынки зернопродуктов, молокопродуктов и мясопродуктов. В каждом случае описывается место Западной Сибири в межрегиональном разделении труда, дается оценка состояния рынка и прогноз его развития. Затрагивается вопрос межрегиональных продовольственных связей. См. также [Алтухов 1998; Алтухов, Пролыгина 1998; Алтухов и др. 1999; Васютин 1997; Шмидт 1997; Курмашев 1997].

Рынок сельхозтехники. Информация о конъюнктуре рынка сельхозтехники представлена в работе А.П. Корольковой [Королькова 2000]. Автор отмечает слабую развитость в России системы информации о рынках АПК, особенно по сравнению с развитыми странами Запада, в которых работают специальные службы рыночных новостей. В работе рассматриваются показатели производства, объемы продаж, положение предприятий на внутреннем и мировом рынках сельхозтехники. Выделяются рынки тракторов, зерно- и кормоуборочной техники, посевной и почвообрабатывающей техники.

Рынок ресурсов. Стратегии развития рынка материальных ресурсов в АПК посвящена работа М.Х. Ахохова [Ахохов 1996].

Цены и ценообразование

Иногда работы о ценообразовании в АПК принимают вид вводного курса по еconomics, где, если убрать ссылки на АПК, содержание не сильно изменится. Основу этих книг составляет рассмотрение теории спроса, равновесия, эластичности. Добавляется тема государственного регулирования цен, иногда – опыт ценообразования в развитых странах [Кучуков 1996; Четвертакова 1998б].

Методически изощренную книгу по вопросам статистического исследования ценообразования на продукты АПК на региональном уровне опубликовала Е.В. Зарова [Зарова 1998]. Рассматриваются следующие вопросы: 1) теоретические основы исследования регионального ценообразования, 2) анализ факторов формирования региональных цен, 3) статистическое моделирование регионального ценообразования, 4) анализ причинно-следственных взаимосвязей ценообразования и производства. См. также [Лимарев 1998; Минаева 2000].

Финансово-экономическая среда

Одними из важнейших вопросов для сельскохозяйственного производства являются вопросы об инвестициях и кредитовании.

Взаимоотношения банковского и земельного капитала рассматриваются в работе В.В. Жабина «Земля и деньги» [Жабин 1998]. Показана история этого взаимодействия, современное состояние, зарубежный опыт. Автор – президент Союза земельных банков России и председатель правления Русского земельного банка.

Предлагается подход к инвестициям в АПК с позиций информатизации [Землянский 1998]. По вопросам инвестиций и кредита см. также [Коробейников 2000; Ананьев 1996; Проблемы... 1998а].

В данный раздел мы также включили работы по вопросам лизинга [Лизинг... 1998; Лимарев 1996], аудита [Методические... 1996], информационного обеспечения [Концепция... 1999], правовым проблемам банковского обслуживания [Ханнанова 1998].

Кадры, трудовые ресурсы, управление персоналом

Методические вопросы оценки управленческих кадров АПК рассматриваются в работе специалистов МСХА⁵ [Оценка... 1997]. Проводится анализ отечественных и зарубежных методов оценки руководящих кадров, а во главу угла ставится вопрос комплексной оценки руководителей и специалистов АПК. Выделяются следующие виды оценки: 1) экспертная, 2) по результатам производственной деятельности, 3) по социально-экономическому развитию коллектива, 4) по внедрению достижений НТП, 5) по самооценке, б) психодиагностика.

Рассматриваются проблемы системного управления персоналом на агропредприятиях, взаимоотношений руководитель-работники, управленческого стиля и лидерства [Маркелов, Фролов 1999]. В мае 2000 г. в Санкт-Петербурге прошла международная конференция, посвященная формированию кадрового потенциала АПК [АПК... 2000]. Вопросам мотивации труда в АПК посвящена работа П.М. Першукевича [Першукевич 1998а].

Сельскохозяйственные предприятия

Проблема адаптации предприятий АПК к рынку рассматривается в работе Р.К. Леньковой. Ставится оптимизационная задача, которая решается с помощью моделирования [Ленькова 1998].

Становлению новых организационных форм посвящена работа М.А. Брыткова [Брытков 1997]. В ней рассматриваются хозяйства, основанные как на коллективной, так и на частной форме собственности. Отдельный раздел отведен под вопросы кооперации и интеграции в АПК.

Рассматриваются вопросы преобразования внутривозрастных отношений на коллективных предприятиях [Крячков и др. 1997]. Доказывая, что существующая система организации предприятий в условиях рынка не эффективна, авторы предлагают способы ее совершенствования. Основной упор делается на выстраивании отношений с первичными внутривозрастными подразделениями на основе их относительной самостоятельности и хозрасчете. Прилагаются формы внутривозрастных договоров, хозрасчетного планирования и контроля деятельности в подразделениях коллективных хозяйств.

В работе «Культура управленческой деятельности в АПК» рассматриваются вопросы целеполагания и принятия управленческих решений, мотивационные аспекты управления, проблемы обеспечения экономической безопасности предприятия и поведение предпринимателя в условиях угрозы поглощения и другие вопросы управления [Культура... 1999].

Поднимаются вопросы культуры предпринимательской деятельности и критериев ее социальной надежности (оплата труда наемных работников, медицинское обслуживание, жилищные условия, безопасность, экология и т.п.) [Экономическая... 1996]. По темам предпринимательства и риска в АПК см. также [Предпринимательство... 1998; Предпринимательская... 1998; Задков 1998; Крылатых 1999].

По материалам совещания у Министра сельского хозяйства и продовольствия РФ (тогда – В.Н. Хлыстун) была опубликована брошюра «Опыт аграрных преобразований» [Опыт... 1997а]. В ней представлены выступления руководителей успешных сельскохозяйственных и

⁵ Московская сельскохозяйственная академия.

перерабатывающих предприятий и фермеров о своем опыте работы и наиболее насущных проблемах.

В книге А.Г. Незавитина «Реформы и жизнь села» на конкретных примерах показывается, как выживают бывшие крепкие сельскохозяйственные предприятия [Незавитин 1997]. Показаны управленческие практики директоров и специалистов ряда предприятий. Рассматриваются новые методы математического моделирования агропромышленных формирований [Кузубов 1996]. О трудовых отношениях на сельскохозяйственных предприятиях см. в [Трудовые... 1996]. Начал издаваться рейтинг наиболее крупных и эффективных сельхозпроизводителей России [Рейтинг... 2000].

См. также следующие работы по теме [Основные... 1998б; Рубаева 1996; Зарипов, Урман 1999; Семенов 1997; Функционирование... 1998; Методические... 1999; Экономические... 2000б; Экономика... 2000; Организационно-экономические... 2000; Проблемы... 2000б; Трубилин и др. 2000].

Фермерское движение

Несмотря на указанное во введении охлаждение к фермеризации российского АПК, работы о фермерах и фермерстве продолжали издаваться.

Фермерство как социально-экономическая категория. Выходили работы, в которых предпринималась попытка проанализировать сущность фермерства как явления. Например, фермеры рассматривались с точки зрения их деятельности в качестве предпринимателей на селе [Фермерское... 1998]. Соответственно, поднимаются и типичные для предпринимательства вопросы: управление риском, планирование, бухгалтерский учет, кредиты, налоги. Анализ фермерства как формы частного предпринимательства см. также в [Каранец 1997]. В этой работе рассматриваются теоретические дискуссии о сущности фермерства, о зарубежном опыте фермерского производства. Вопросы о сущности и необходимости фермерства вписываются в контекст кризиса советского сельского хозяйства и споров о реформировании АПК. На основе результатов деятельности фермеров Приморского края обозначаются основные проблемы развития, а также задачи и пределы государственного регулирования.

Р.Х. Казакбаев рассматривает фермерство как особый уклад внутри крестьянских хозяйств [Казакбаев 2000]. К этому выводу он приходит, рассматривая категорию фермеров в историко-социологическом ключе. На основе результатов собственных исследований в Республике Башкортостан автор предлагает типологизацию фермеров. Проводится анализ развития фермерства за 1991–1999 гг. и их положения в социально-экономической структуре современного российского села. Вопросы теории и практики российских фермеров рассматриваются в книге И.Б. Полубиной [Полубина 1999].

Практика фермерского производства. Сотрудники ВНИИТиН⁶ (С.Н. Сазонов и др.) продолжали изучать экономическую деятельность фермерских хозяйств [Сазонов, Сазонова 1996]⁷. Указанная работа состоит из двух частей. В первой части рассматривается производственно-экономическая деятельность фермерских хозяйств Тамбовской области (по материалам полевых обследований): оснащенность средствами производства, эффективность их использования, структура и динамика доходов и расходов, экономические результаты хозяйственной деятельности. Во второй части рассматриваются

⁶ Всероссийский научно-исследовательский и проектно-технологический институт по использованию техники и нефтепродуктов в сельском хозяйстве.

⁷ О ранних работах по этому направлению см. в предыдущей части обзора.

способы повышения эффективности деятельности фермерских хозяйств: рациональное использование внутренних ресурсов, кооперация и страхование, оптимизация налогообложения, государственная поддержка. Результаты обследования хозяйств приводят к неутешительным выводам: подавляющее большинство хозяйств имеет отрицательные итоги своей деятельности при устойчивом снижении рентабельности. Авторы считают, что в сложившихся объективных экономических условиях фермерские хозяйства являются не лучшим способом организации сельскохозяйственного производства, однако, раз они появились, то поддерживать их безусловно надо. Ключевым моментом здесь является снижение затрат производства, которое может быть достигнуто как посредством технологической рационализации, так и посредством институциональных изменений: прежде всего, межфермерской кооперации и «помогающей руки» государства. Авторы также высказываются по поводу стоявшего тогда на повестке дня вопроса о свободном рынке земли. Их мнение однозначно: свободная купля-продажа земли не сможет повысить эффективность фермерских хозяйств, а вполне возможно окажет негативное воздействие на них. Скептически относясь к перспективам фермеризации, авторы считают, что уж если ее проводить, то наиболее перспективным способом создания фермерских хозяйств является их формирование на базе успешных ЛПХ. При этом такие хозяйства будут основываться не на предпринимательском мотиве максимизации прибыли, а на мотиве удовлетворения потребностей своей семьи (мотивация работника на сельщине). От себя добавим, что такой (чаяновский) тип семейного хозяйства вряд ли можно назвать фермерским.

Сотрудники ВНИИТиН продолжали исследовать вопросы эффективного использования техники в фермерских хозяйствах [Теоретические... 1996]. В последующем они объединили усилия по работе над этой темой с сотрудниками СГАУ⁸ [Теоретические... 1997]. В этих изданиях авторы стараются показать, что индивидуальное использование техники крайне неэффективно. Одно из решений проблемы – межфермерская кооперация при использовании техники. Рассматриваются виды межфермерской кооперации: 1) совместное владение, 2) аренда и прокат, 3) товарищества. С помощью модельных расчетов авторы стараются доказать эффективность межфермерской кооперации, а затем и продемонстрировать ее эффект на результатах деятельности хозяйств Тамбовской области. См. также следующие работы этого коллектива [Теория... 1996; Методические... 1997].

Об опыте работы межфермерской кооперации и совместной производственно-финансовой деятельности фермеров Ставрополья см. в [Ориентир... 1997].

Сотрудниками ВНИИЭиН предлагаются наиболее рациональные параметры фермерских хозяйств и их кооперативов [Фермерские... 1996]. На основании модельных расчетов обосновываются их оптимальные размеры, пределы роста, рассматриваются вопросы организации и планирования.

Ассоциации и консультирование. Наиболее подробную историю АККОР⁹ можно почерпнуть из двухтомника В.В. Казарезова «Фермеры России: очерки становления» [Казарезов 1998]. Несмотря на название, книга в основном посвящена АККОР и всему, что связано с этой организацией. Сам автор также активно принимал участие в деятельности АККОР, так что читать данную работу надо с поправкой на этот факт. Фермеры представлены в форме рассказов о деятельности отдельных хозяйств. В такой же форме представлено реформирование коллективных хозяйств – рассказывается о людях, которые успешно их преобразовали. Также с позиций руководителей регионов представлена и аграрная реформа в региональном разрезе.

⁸ Саратовский государственный агроинженерный университет.

⁹ Ассоциация крестьянских, фермерских хозяйств и кооперативов России.

По вопросам создания и эффективного функционирования информационно-консультационной службы АПК России активно пишет В.М. Баутин. Например, в 2000 г. выходит пособие для полевого консультанта этой службы [Крестьянское... 2000]. Основная задача, которая ставится в этом пособии, – вовлечь крестьянское подворье (ЛПХ) в товарное производство. Рассматривается крестьянское подворье как объект воздействия, а также методы реализации поставленной задачи. В 1999 г. в Москве состоялась конференция «Опыт и проблемы функционирования информационно-консультационной службы АПК России» [Опыт... 2000]. См. также следующие работы В.М. Баутина об истории сельскохозяйственного консультирования в России [Баутин 1999] и информационно-консультационной службе [Баутин, Лазовский 1996].

Информационные, справочные, методические и учебные материалы. Несомненную ценность представляет статистический сборник Госкомстата «Сельскохозяйственная деятельность крестьянских (фермерских) хозяйств в России» [Сельскохозяйственная... 2000]. Такого подробного анализа характеристик фермерских хозяйств до этой поры отечественной статистикой не проводилось.

Пособия фермерам, столь широко распространенные в первой половине 1990-х, продолжают довольно активно издаваться и в этот период.

Издавались пособия общего плана под названиями вроде «Передовой опыт ведения фермерского хозяйства» или «Деловые советы семье фермера» [Передовой... 1996; Деловые... 1996; Библиотечка... 1996, 1998; Рекомендации... 1997а; Справочная... 1996].

В пособиях рассматриваются также вопросы оплаты труда фермеров и наемных работников в фермерских хозяйствах [Лубков, Лубков 1996]. В указанной брошюре затрагиваются вопросы цены рабочей силы, распределения дохода, нормирования труда, построения тарифной сетки. Приводятся различные типы оплаты труда: традиционная (повременная, сдельная, аккордная), натуральная, по контракту. Об охране труда в фермерском хозяйстве см. [Охрана... 1996].

Выходили пособия по финансовой деятельности фермерских хозяйств: учету труда и его оплате, учету доходов, расходов и финансовых результатов, составлению отчетностей, исчислению налоговых платежей, отражению деятельности в бухгалтерской документации [Фермеру... 1996а]. См. также следующие издания по бухгалтерскому учету и аудиту в фермерских хозяйствах [Алборов, Концевая 1996; Булавина 1997].

Издавались руководства по отдельным специализациям фермерских хозяйств [Молочное... 1997; Животноводство... 1996], затрагивались вопросы использования техники в фермерских хозяйствах [Малобагаритная... 1996; Рекомендации... 1999а, 1999б], научными коллективами разрабатывались для фермерских хозяйств нормативы потребности в различных ресурсах [Нормативы... 1997].

Также освещались вопросы кредитования [Кредитование... 1996], маркетинга [Организация... 1999], лизинга [Анализ... 1998] и даже использования нефтепродуктов [Фермеру... 1996б].

Крестьянство в России

В рассматриваемый период Интерцентром при МВШСЭН¹⁰ начал издаваться ежегодник «Крестьяноведение». Всего за 1996–2000 гг. вышло три номера [Крестьяноведение... 1996, 1997, 1999]. В дальнейшем вышел еще один номер, так что рассматривать

¹⁰ Московская высшая школа социальных и экономических наук.

«Крестьяноведение» лучше не как периодическое издание, а как самостоятельные сборники статей. Тем не менее во всех выпусках выдержана единая структура, состоящая из четырех разделов: теория, история, современность, научная жизнь. Редкость выхода компенсируется качеством подбираемого материала. Так, например, в разделе «теория» были впервые переведены фрагменты работы Дж. Скотта «Оружие слабых» и реанимированы полузабытые имена советских исследователей села, таких, как А.И. Хрящева.

В 1996 г. выходит единственная в своем роде на тот момент книга, в которой собраны истории крестьянских семей от первого лица. Книга получила название «Голоса крестьян» [Голоса... 1996]. Всего в нее вошло восемь семейных историй, покрывающих промежутки от столыпинских реформ до реформ современных. Для некоторых событий и понятий, упоминающихся в рассказах и могущих вызвать затруднения у современного читателя, даны комментарии. Сами истории были записаны в ходе проекта «Социальная структура русского села» под руководством Т. Шанина.

В том же году были опубликованы материалы международной конференции «Менталитет и аграрное развитие России», прошедшей в Москве еще в 1994 г. [Менталитет... 1996]. В сборнике представлены статьи, отражающие различные стороны крестьянского сознания и факторы, влияющие на него. Для примера можно привести такие темы: собственность в представлении крестьян, понимание права на землю, голод в крестьянском сознании, бунт и смирение, рыночные свободы и сельский менталитет, вера в обрядность, коллективизм и индивидуализм и т.п.

Изучением крестьянства довольно активно занимались сотрудники Саратовского государственного университета (СГУ). Причем их работы носили не экономический, а скорее социологический и культурологический характер. Так, в работе А.А. Вилкова исследуется менталитет русского крестьянства и его эволюция [Вилков 1997]. А в работе Л.И. Руденко «Социальное содержание современной эволюции русского крестьянства» крестьяне рассматриваются не как класс, страта, специфические производители сельскохозяйственной продукции и т.п., а как жизненный тип [Руденко 1997]. В работе используются материалы социологических обследований за 1991–1995 гг. Автор отмечает такое типологическое качество крестьянства, как жизнестойкость к реформам и рыночным отношениям. Постулируется крестьянская общинность, устойчивая во времени и пространстве.

История крестьянского вопроса в России рассматривается В.В. Милосердовым [Милосердов 1999]. Книга И.Е. Козновой посвящена социальной памяти русского крестьянства, т.е. представлений о земле, труде, справедливости и других категориях, с помощью которых крестьяне мыслят и направляют свои действия, а также о тех событиях, которые оставили свой след в этой памяти [Кознова 2000]. Соотношению коллективизма и индивидуализма в крестьянском сознании посвящена книга «Личное и коллективное в современной деревне» [Личное... 1997]. Предпринимаются попытки осмысления такого загадочного (и пресловутого) феномена, как духовность русского крестьянства [Михайлова 1997].

Прогнозирование и планирование

Теоретическим вопросам социально-экономического планирования и прогнозирования посвящена работа сотрудников ВНИИЭиН [Социально-экономическое... 1999]. В частности, рассматривается история системы планирования в России, приводится опыт зарубежных стран. Отдельно анализируется планирование на уровне товаропроизводителей и на уровне аграрной сферы.

Можно указать на работы, посвященные составлению прогнозов структурных изменений в АПК [Здоров 1997], индикативному планированию [Научные... 2000], прогнозированию и планированию финансово-хозяйственной деятельности [Прогнозирование... 2000], прогнозированию развития пищевой и перерабатывающей промышленности [Методические... 1998], планированию НИОКР [Основные... 1998].

Продовольственная безопасность и импортозамещение

В рассматриваемый период по сути впервые сразу в нескольких работах поднимается вопрос продовольственной безопасности. Очевидно, что причиной этому стала неспособность отечественного сельского хозяйства обеспечить потребности населения и зависимость России от импорта сельскохозяйственной продукции (нельзя не вспомнить и западную гуманитарную помощь в виде продуктов питания).

Комплексный подход к проблеме продовольственной безопасности представляет собой книга В.В. Маслакова [Маслаков 1996]. Определяется сущность продовольственной безопасности и ее современные концепции, рассматриваются методические подходы к оценке уровня продовольственной безопасности, а также предлагаются направления по укреплению системы продовольственной безопасности в России. Подход к разработке программы продовольственной безопасности России представлен в работе Е.Н. Борисенко [Борисенко 1997].

Вопросы импортозамещения рассматриваются белорусскими учеными [Научные... 1999]. Приводится концепция импортозамещения, пути ее реализации, механизмы регулирования внешнеторговой деятельности, опыт такого регулирования в Евросоюзе и Беларуси. См. также [Маслаков 1998; Назаренко 1996; Гордеев 1999; Папело 2000].

Литература

- Аграрная реформа в Нижегородской области. Стратегия и результаты. Н. Новгород, 1996а.
- Аграрная реформа в России: концепции, опыт, перспективы. М.: ВИАПИ, 2000.
- Аграрная экономика и политика: история и современность. Матер. конф. Октябрь 1996 / Отв. ред. А.В. Петриков. М.: Энциклопедия российских деревень, 1996б.
- Аграрная экономическая наука на рубеже веков: методология, традиции, перспективы развития. Никоновские чтения / Отв. ред. А.В. Петриков. М.: Энциклопедия российских деревень, 1999.
- Аграрно-экономическая наука Сибири в решении проблем агропромышленного производства. Тез. докл. регион. науч.-практ. конф. Новосибирск, сентябрь 1996 г. Новосибирск, 1996.
- Аграрные доктрины двадцатого столетия: уроки на будущее. Никоновские чтения / Отв. ред. А.В. Петриков. М., 1998.
- Агропромышленный комплекс России. М.: АСМО-пресс, 1999.
- Агропромышленный комплекс России. М.: Информагротех, 2000.
- Агропромышленный комплекс России. Сборник нормативных актов и документов. Новосибирск: ЮКЭА, 1998.
- Агропромышленный комплекс России. Состояние и проблемы реформирования / Сост. Д.М. Хомяков и Р.А. Искандарян. М.: Диалог-МГУ, 1997.
- Актуальные вопросы земельной реформы. М., 1997а.
- Актуальные проблемы развития аграрного сектора в условиях становления рыночных отношений. Матер. науч. конф. / Гл. ред. Д.И. Файзрахманов. Казань: Абак, 1997б.
- Аларин И.В., Кундиус В.А., Лобова С.В. Организационно-экономический механизм государственного регулирования АПК региона в условиях многоукладной экономики. Барнаул: АлтГАУ, 2000.
- Алборов Р.А., Концевая С.М. Бухгалтерский учет в крестьянских (фермерских) хозяйствах и сельхозкооперативах. М.: ДИС, 1996.
- Алешин А.Н. Кооперация в рыночном хозяйстве АПК. Орел: Просторы России, 1998.

- Алтухов А.И. Проблемы формирования и развития зернового рынка в России. М.: ЭКО, 1998.
- Алтухов А.И., Макин Г.И. Региональный продовольственный рынок: проблемы формирования и развития. М.: Агропромиздат, 1997.
- Алтухов А.И., Макин Г.И., Бабков М.А. Развитие продовольственного рынка России. М., 1999.
- Алтухов А.И., Пролыгина Н.А. Зерновое хозяйство России в 90-е годы. М.: Агри-Пресс, 1998.
- Алтухов И.А., Шамин А.Е. Новый аграрный строй России. Н. Новгород: Нижполиграф, 1996.
- Анализ состояния и развития лизинга сельскохозяйственной техники. М.: Информагротех, 1998.
- Ананьев М.А. Совершенствование механизма хозяйствования в инвестиционной сфере АПК. Саранск: МорГУ, 1996.
- Андреев П.А., Костин В.Д., Рудник Ф.Я. Опыт функционирования технопарковых формирований в инженерно-технической сфере АПК. М.: Информагротех, 1996.
- Андрианова Т.В. Перспективы формирования земельного рынка в России. Аналит. обзор. М.: ИНИОН, 1996.
- Андрианова Т.В. Становление земельного рынка в современной России. Науч.-аналит. обзор. М.: ИНИОН, 1997.
- АПК и аграрная политика в России и странах Восточной Европы на рубеже XXI века. Формирование кадрового потенциала АПК. Матер. междунар. науч.-произв. конф. Санкт-Петербург, 23–25 мая 2000 г. СПб.: АМА НЗ РФ, 2000.
- АПК Сибири и его научное обеспечение. Информ.-стат. справка / Сост. П.Л. Гончаров и др. Новосибирск: СО РАСХН, 1998.
- АПК: проблемы, поиски, решения / Отв. ред. В.И. Макаров. Йошкар-Ола: МарГУ, 1996.
- Афанасьев Б.Ф. Инженерно-технологическое обеспечение АПК в рыночных условиях. СПб.: СЗ НИИМЭСХ, 2000.
- Ахмадеев М.Г. Региональные особенности развития сельскохозяйственных предприятий в условиях рынка и рыночных отношений. На материалах Республики Татарстан. Казань: Фэн, 1997.
- Ахохов М.Х. Формирование рынка материальных ресурсов аграрной сферы. Ростов-на-Дону: РГУ, 1996.
- Ахохов М.Х., Кормаков Л.Ф. Система материально-технического обеспечения регионального АПК: стратегия экономического развития. М.: ВНИЭТУСХ, 1998.
- Барбанова О.В., Нелюбов В.М., Рыбаков Ф.Ф. Шаги рыночных реформ / Под ред. Ф.Ф. Рыбакова. СПб.: Гидрометеиздат, 1998.
- Барбашин А.И. Экономика предприятий АПК в рыночных условиях. Курс лекций. Курск: КГСХА, 1997.
- Баутин В.М. Сельскохозяйственное консультирование в России в XX веке. От общественной агрономии до информационно-консультационной службы АПК. М.: Колос, 1999.
- Баутин В.М., Лазовский В.В. Информационно-консультационная служба агропромышленного комплекса России. Методология, организация, практика. М.: Колос, 1996.
- Баутин В.М., Лазовский В.В. Крестьянское подворье – резерв товарного производства. М.: Росинформагротех, 2000.
- Безаев И.И. Исторические аспекты формирования и региональные особенности развития хозяйств в системе многоукладного сельского хозяйства. Н. Новгород: НГСХА, 1998.
- Белюсов А.И. Анализ средозащитных процессов в АПК в системе управления затратами. М.: Диалог-МГУ, 1998.
- Белхороев Я.К. Проблемы развития агропромышленного комплекса. М., 2000.
- Белых С.А., Стаханов Д.В. Логистика АПК региона. Ростов-на-Дону: РГСУ, 2000.
- Бец А.В., Борисенко А.Н., Самофалов В.И. Структурно-организационные решения в АПК региона. Ростов-на-Дону: РГЭА, 1999.
- Библиотека фермера. Вып. 2. М.: Информагротех, 1996.
- Библиотека фермера. Вып. 3. М.: Информагротех, 1998.
- Боготов Х.Л. Проблемы реформы системы управления АПК Кабардино-Балкарской Республики. Нальчик: Эльбрус, 1998.
- Борисенко Е.Н. Продовольственная безопасность России. Проблемы и перспективы. М.: Экономика, 1997.
- Брытков М.А. Новые формы хозяйствования при рыночных отношениях в аграрном секторе экономики. Киров, 1997.
- Булавина Л.Н. Руководство по проведению аудита крестьянских (фермерских) хозяйств и сельхозкооперативов. Ставрополь: Фонд «Евразия», 1997.

- Бухгалтерский учет в агропромышленном комплексе. Учеб. пособие. М.: ТОО ИКК «ДеКА», 1996.
- Васютин А.С.* Формирование и развитие межрегионального рынка зерна. М.: Прогресс, 1997.
- Вилков А.А.* Менталитет крестьянства и российский политический процесс / Науч. ред. В.М. Долгов. Саратов: СГУ, 1997.
- Вишневецкий А.Г.* Серп и рубль. Консервативная модернизация в СССР. М.: ОГИ, 1998.
- Воробьев А.В.* Передел. Земельная реформа 1990–1995 гг. в Волгоградской области. Волгоград: Станица, 1996.
- Воробьев А.В., Скачков В.Н.* Земля моя, боль моя. Волгоград: Станица, 1996.
- Выбор пути: дискуссии на полях Земельного кодекса России. М.: Наука, 1998.
- Гальчак Н.А.* Бизнес-план для сельскохозяйственного производства. Учеб. пособие. Омск, 1996.
- Гасиев П.Е.* Оптимизация сельскохозяйственного производства в условиях многоукладной экономики. Владикавказ: Ир, 1997.
- Гвоздев А.В.* Ассоциация в зерновом подкомплексе АПК: проблемы и решения. Новосибирск: СибНИИЭСХ, 2000.
- Гимаев И.Р.* Экономические связи и пропорции территориального АПК. Уфа, 1999.
- Головатюк М.З.* Научные основы формирования регионального продовольственного рынка. Новосибирск: СибНИИЭСХ, 1999.
- Голоса крестьян. Сельская Россия XX века в крестьянских мемуарах. М.: Аспект-пресс, 1996.
- Гордеев А.В.* Продовольственное обеспечение России. Вопросы теории и практики. М., 1999.
- Горин В.Я.* Управление агропромышленным производством. Теория и практика. Белгород: Крестьянское дело, 2000.
- Государственное регулирование агропромышленного комплекса. Тез. докл. всерос. науч.-практ. конф. Рязань, 23–24 февраля 1999 г. Рязань, 1999а.
- Государственное регулирование АПК. Матер. науч.-практ. конф. Йошкар-Ола: МарГУ, 1999б.
- Гридина Е.И.* Экономические проблемы интеграции в молочно-продуктовом подкомплексе регионального АПК. Курск: КГСХА, 1999.
- Грядов С.И., Удалов В.А.* Бизнес-план предпринимателя. Учеб. пособие. М.: МСХА, 1997.
- Гуськов И.Б., Давыдов В.М.* Практика антикризисного управления предприятиями АПК. Учеб. пособие. М.: Колос, 1999.
- Дадалко В.А.* Реформирование агропромышленного комплекса: теория и практика. Минск: Армита-Маркетинг, Менеджмент, 1997.
- Дамм А.И.* Организационно-экономические основы реформирования АПК. На примере Красноярского края. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 1998а.
- Дамм А.И.* Реформирование экономических отношений в АПК: опыт, проблемы и перспективы / Отв. ред. С.Е. Ильющонок. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 1998б.
- Деловые советы семье фермера. М.: Информагротех, 1996.
- Дороговцев А.П., Щепелин В.П.* Антимонопольное регулирование агропромышленного комплекса. Вологда: ВоГТУ, 2000.
- Дуданов И.И.* Разработка региональных продовольственных программ в условиях рынка. М.: Колос, 1998.
- Егерева О.А.* Формирование условий эффективного функционирования АПК России. М.: Агри-Пресс, 2000.
- Елагин В.И.* Фермерские хозяйства Чувашии. Проблемы организации и опыт практики. Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 1997.
- Жабин В.В.* Земля и деньги. Капитал банковский – капитал земельный: взаимосвязь и взаимодействие. М.: Молодая гвардия, 1998.
- Животноводство сибирского фермера. Учеб. пособие. Омск: ОмГАУ, 1996.
- Жилетежеев Н.С.* Об одном подходе к совершенствованию управления сельскохозяйственным производством в новых условиях. Нальчик: Эльбрус, 1999.
- Жоголева Е.Е.* Методология разработки приоритетов аграрной политики России. М.: Информагротех, 1996.
- Задков А.П.* Фактор риска в сельском хозяйстве. Новосибирск: СО РАСХН, 1998.
- Зарипов И.Ш., Урман И.Б.* Системный анализ и опыт деятельности агропромбизнесконцерна «Алина». Оренбург: ОГАУ, 1999.

- Зарова Е.В.* Региональное ценообразование в агропромышленной сфере экономики. Проблемы методологии статистических исследований. М.: РЭА, 1998.
- Зволинский В.П.* Правда всегда одна. Российская деревня на историческом изломе / Науч. ред. В.П. Коровкин. М.: МЦНТИ, 1996.
- Здоров А.Б.* Методология прогнозирования структурных изменений АПК. М.: Информагро-бизнес, 1997.
- Земельная реформа в России: негативные последствия и возможности для устойчивого развития. М.: Лаборатория экологического проектирования, 1996.
- Земельная реформа в сельском хозяйстве: правовые проблемы. М.: ИГПАН, 1997.
- Земельный вопрос / Под ред. Е.С. Строева. М.: Колос, 1999.
- Земля и право. Пособие для российских землевладельцев / Отв. ред. С.А. Боголюбов. М.: ИНФРА-М, 1997.
- Землянский А.А.* Агропромышленный комплекс: вложения, информатизация. М.: МСХА, 1998.
- Злобин Е.Ф., Михалев А.А., Воропаев А.И.* Агрофирмы в АПК. Учеб. пособие. Орел, 1999а.
- Злобин Е.Ф., Михалев А.А., Воропаев А.И.* Рыночная экономика АПК. Учеб. пособие. Орел, 1999б.
- Иванов В.А.* Финансовое обеспечение развития агропромышленного производства и сельской местности. Учеб. пособие. Сыктывкар: СыктГУ, 1996.
- Инновационно-инвестиционный менеджмент в агропромышленном комплексе. Учеб. пособие. М.: МСХА, 1999.
- Ионов Ч.Х., Смирненко О.В.* Экономика и организация фермерского хозяйства. Учеб. пособие. Ставрополь, 1998.
- Казакбаев Р.Х.* Развитие фермерского уклада в крестьянском хозяйстве современного села. Уфа, 2000.
- Казарезов В.В.* Фермеры России: очерки становления. М.: Колос, 1998 (1999). В 2-х т.
- Казиханов А.М.* Основы рыночной экономики в АПК. Учеб. пособие. Махачкала: ДГУ, 1999.
- Калугина З.И.* Парадоксы аграрной реформы в России. Социологический анализ трансформационных процессов. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 2000.
- Каранец С.М.* Фермерство в России: проблемы становления и развития. СПб.: НИИ химии СПбГУ, 1997.
- Каспар А.* Экономика в будущем. Выход из тупика. М.: Травант, 1997.
- Коваленко Г.Л.* Совершенствование экономических взаимовлияний в мясном подкомплексе АПК. Оренбург: ОГАУ, 2000.
- Кознова И.Е.* XX век в социальной памяти российского крестьянства. М.: Ин-т физики РАН, 2000.
- Кокорев М.И.* Маркетинг: комплексная система в АПК. Учеб. пособие. Оренбург: ОГАУ, 1998.
- Колесников А.П., Татуев А.А.* Функциональная стратегия развития АПК: исследования, проблемы, предложения. Ростов-на-Дону: Ростиздат, 2000.
- Коломейченко В.В.* Как нам накормить каждого человека. М.: Клуб «Реалисты», 1997.
- Концепция и методология совершенствования реформ в аграрном секторе Республики Татарстан. Казань: АБАК, 1997.
- Концепция развития информационного обеспечения инженерно-технической системы АПК России до 2005 г. М.: Информагротех, 1999.
- Кооперация и интеграция в АПК России. Матер. науч.-метод. совета по формам хозяйствования, кооперации и интеграции отд-ния экономики и земельных отношений РАСХН. Ростов-на-Дону: РАСХН, 1999.
- Корниенко Л.А.* Прогноз развития АПК Дальнего Востока. М.: ХГАЭП, 1998.
- Коробейников М.М.* Финансово-кредитный механизм агропромышленного комплекса. М.: МАКС-Пресс, 2000.
- Королькова А.П.* Конъюнктура рынка сельскохозяйственной техники. М.: Росинформ-агротех, 2000.
- Корольский В.Д.* Тенденции развития агропромышленного комплекса России в период проведения экономических преобразований. СПб.: СПбГУЭиФ, 2000.
- Кочанов М.А.* Экономические отношения в системе производственного обслуживания сельского хозяйства. М.: ВНИЭТУСХ, 1998.
- Кредитование фермерских хозяйств. М.: Информагротех, 1996.
- Крестьяноведение. Теория. История. Современность / Под ред. В.П. Данилова, Т. Шанина. М.: Аспект-пресс, 1996.
- Крестьяноведение. Теория. История. Современность / Под ред. В.П. Данилов, Т. Шанина. М., 1997.

- Крестьяноведение. Теория. История. Современность. Ученые записки / Под ред. В.П. Данилова, Т. Шанина. М., 1999.
- Крылатых Э.Н.* Проблема экономических рисков в агропромышленном комплексе. М., 1999.
- Крячков И.Т., Михилев А.В., Крячкова Л.И.* Организационные формы производства и экономический механизм хозяйствования в коллективных сельскохозяйственных предприятиях. Курск: КГСХА, 1997.
- Кузнецов А.А.* Экономика АПК. Мичуринск, 1996.
- Кузнецов В.В.* Рыночная экономика. Вопросы теории и практики. Ростов-на-Дону: ГИНГО, 1997.
- Кузубов Н.В.* Методология моделирования агропромышленных формирований. Киев, 1996.
- Культура управленческой деятельности в АПК / Под ред. А.Н. Попова. Челябинск, 1999.
- Купрессов В.Ф.* Государственная политика России и развитие агропромышленного комплекса Западной Сибири в канун третьего тысячелетия (1965–1995 гг.). Исторический обзор. Томск: ИНТЭК, 1996.
- Курмашев В.Ш.* Организационные основы создания системы продовольственных рынков в Кемеровской области / Отв. ред. В.М. Габов. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 1997.
- Курцев И.В.* Экономика агропромышленного комплекса Сибири в период перехода к рыночным отношениям. Новосибирск: СО РАСХН, 1996.
- Кустова Н.А., Шалунова Н.И.* Формирование вертикальных интегрированных структур в АПК. Орел: АгроМИР, 1999.
- Кучуков Р.А.* Цены и ценообразование в АПК в условиях рынка. Нальчик: Эльбрус, 1996.
- Левченко А.А.* Организация и функционирование машинно-технологических станций в агропромышленном комплексе. Учеб. пособие. Курск: КГСХА, 1999.
- Ленькова Р.К.* Модельная программа адаптации аграрных формирований районного АПК к рыночной системе хозяйствования. Горки, 1998.
- Лизинг аграрных машин в Сибири / Под ред. В.П. Кокорева, В.В. Титова. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 1998.
- Лимарев В.Я.* Лизинг в АПК – итоги, проблемы и перспективы. М.: Росагроснаб, 1996.
- Лимарев В.Я.* Проблемы совершенствования торговых наценок предприятий Агроснаба на материально-технические ресурсы. М.: РИАМА, 1998.
- Литонина В.И.* Агрокомплекс Вологодской области. Вологда, 1997.
- Личко К.П.* Прогнозирование и планирование аграрно-промышленного комплекса. Учеб. пособие. М.: Гардарики, 1999.
- Личное и коллективное в современной деревне. М.: Энциклопедия сел и деревень, 1997.
- Лубков А.Н., Лубков Д.А.* Оплата труда в фермерском хозяйстве. М.: Информагротех, 1996.
- Люкшинов А.Н.* Стратегический менеджмент на предприятиях АПК. Учеб. пособие. М.: Колос, 1999.
- Малогобаритная техника. М.: Информагротех, 1996.
- Маркелов В.Н., Фролов Е.А.* Системное управление персоналом агроперерабатывающих предприятий / Под ред. С.Н. Семенова. Саратов: СГТУ, 1999.
- Маркетинг в АПК. Учеб. пособие / Под ред. Г.П. Абрамовой. М.: Колос, 1997.
- Маслаков В.В.* Формирование и развитие системы продовольственной безопасности: концептуальные подходы. Екатеринбург: УГСХА, 1996.
- Маслаков В.В.* Концепция системы продовольственной безопасности индустриально-аграрного региона. Екатеринбург: УГСХА, 1998.
- Математические методы и моделирование социально-экономических процессов в АПК. Учеб. пособие. Барнаул, 1998.
- Менеджмент в АПК. Учеб. пособие / Под ред. Ю.Б. Королева. М.: Колос, 2000.
- Менталитет и аграрное развитие России (XIX–XX вв.). Матер. междунар. конф. Москва, 14–15 июня 1994 г. / Отв. ред. В.П. Данилов, Л.В. Милов. М.: РОССПЭН, 1996.
- Методические положения по прогнозированию развития пищевой и перерабатывающей промышленности АПК. М.: АгроНИИТЭиПП, 1998.
- Методические рекомендации по обоснованию структуры и состава машинно-тракторного парка в крестьянских хозяйствах. Тамбов: ВНИИТиН, 1997.
- Методические рекомендации по оказанию аудиторских услуг сельскохозяйственным и другим предприятиям АПК. М.: Информагробизнес, 1996.

- Методические рекомендации по организации агрофирмы в районе. Барнаул: АГАУ, 1999.
- Милосердов В.В.* Крестьянский вопрос в России: прошлое, настоящее, будущее. М., 1999.
- Минаева Е.В.* Систематизация методов, экономических механизмов и инструментариев регулирования ценообразования в АПК России. М.: Пищепромиздат, 2000.
- Минаков И.А., Сабетова Л.А.* Развитие агропромышленной интеграции в условиях формирования рыночных отношений. Мичуринск, 1999.
- Минниханов Р.Н.* Организационно-экономические основы развития инновационных процессов в АПК. М.: МСХА, 2000.
- Михайлова Р.В.* Духовность крестьянства России XX века. Социально-философский анализ. Чебоксары: Чуваш. кн. изд-во, 1997.
- Многоукладная экономика АПК России. Вопросы теории и практики / Под ред. А.А. Шутькова. М.: Колос, 1998.
- Мозохин И.С., Мозохин Д.С.* Реформы на селе. Кострома, 1997.
- Молочное животноводство: практическое руководство фермеру. М.: Информагротех, 1997.
- Назаренко В.И.* Проблемы продовольственной безопасности. М., 1996.
- Направления стабилизации развития и выхода из кризиса АПК в современных условиях. Тез. докл. междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов / Общ. ред. А.Ф. Шишкин. Воронеж, 1999.
- Научное обеспечение агропромышленного комплекса Западно-Сибирского нефтегазоносного района. Матер. общ. собр. и науч. сес. СО РАСХН. Томск, 22–23 июня 1997 г. Новосибирск: СО РАСХН, 1998.
- Научное обеспечение агропромышленного комплекса Республики Калмыкия. Элиста: Калм. гос. ун-т, 1996.
- Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сибири. Матер. годич. общ. собр. и науч. сес. СО РАСХН, 28–29 января 1997 г. Новосибирск: СО РАСХН, 1997.
- Научные основы импортозамещения: на примере импортозамещения продукции АПК. Минск: БГЭУ, 1999.
- Научные основы разработки и реализации региональных программ стабилизации и развития АПК, систем ведения агропромышленного производства и обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации. Тез. докл. всерос. науч. конф. Новосибирск, июль 1998 г. Новосибирск, 1998а.
- Научные основы разработки и реализации региональных программ стабилизации и развития агропромышленного производства. Новосибирск: СО РАСХН, 1998б.
- Научные основы формирования нормативной базы индикативного планирования АПК. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 2000.
- Незавитин А.Г.* Реформы и жизнь села. Новосибирск, 1997.
- Нестеренко А.Д.* Продовольственный потенциал Дальнего Востока. Владивосток: ДВГАЭУ, 1996.
- Новикова И.В., Кутелов Г.К.* Региональный аграрно-промышленный комплекс: социально-экономические проблемы. Теория и практика. Ставрополь: СтГУ, 2000.
- Новоселов А.С.* Рыночная инфраструктура региона (проблемы формирования и развития). Новосибирск: ЭКОР, 1996.
- Нормативы потребности в материально-технических и финансовых ресурсах для крестьянских (фермерских) хозяйств и кооперативов (ассоциаций) Ростовской области. Методическое пособие для фермеров. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 1997.
- Нурлыгаянов Р.Б.* Трудный путь реформ на селе. Уфа, 1998.
- О состоянии и неотложных мерах по стабилизации и развитию агропромышленного комплекса. Матер. всерос. совещ. Краснодар, 10–11 февраля 2000 г. М., 2000.
- Обеспечение стабилизации АПК в условиях рыночных форм хозяйствования. Тез. докл. межрегион. науч.-практ. конф. молодых ученых и спец. Воронеж: ВГАУ, 1997.
- Опыт аграрных преобразований. М.: Информагротех, 1997а.
- Опыт и проблемы ресурсного обеспечения и развития рыночной инфраструктуры агропромышленного комплекса. Рязань: ВНИИМС, 1997б.
- Опыт и проблемы функционирования информационно-консультационной службы АПК России. Матер. конф. Москва, 24–25 ноября 1999 г. М.: Росинформагротех, 2000.
- Опыт, проблемы, перспективы функционирования агропромышленного комплекса Волгоградской области. Матер. науч.-практ. конф. 21–22 марта 1996 г. Волгоград: Волгогр. ком. по печати, 1996.
- Организационно-экономические основы аграрного рынка. М.: Армита-маркетинг, менеджмент, 1997.

- Организационно-экономические основы системы ведения АПК Новосибирской области / Науч. ред. И.В. Курцев. Новосибирск: СО РАСХН, 1998.
- Организационно-экономические основы хозяйствования в предприятиях АПК / Науч. ред. А.П. Соколов. Ульяновск, 2000.
- Организационно-экономические факторы развития регионального АПК. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 1996.
- Организационно-экономический механизм функционирования АПК Сибири. Новосибирск: СО РАСХН, 1999.
- Организация аграрных и земельных преобразований. Учеб. пособие. М.: Колос, 1996.
- Организация маркетинга. М.: Информагротех, 1999.
- Организация, экономика и менеджмент в АПК / Науч. ред. В.И. Осинев. М.: МГАУ, 1997.
- Ориентир – фермерская кооперация. Опыт работы межфермерских объединений Ставрополя по кооперированию на основе совместной производственно-финансовой деятельности. Ставрополь: Кн. изд-во, 1997.
- Основные направления и методические документы по организации планирования и координации научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и отчетности в системе агропромышленного комплекса Российской Федерации. М.: РАСХН, 1998а.
- Основные направления концепции развития АПК в условиях рыночной экономики / Отв. ред. Н.С. Катков. Йошкар-Ола: МарГУ, 1997.
- Основные направления повышения эффективности и устойчивости предприятий АПК / Науч. ред. И.Т. Трубилин. Краснодар: КГАУ, 1998б.
- Основные направления развития АПК Западно-Сибирского нефтегазозонального района. Рекомендации общ. собр. СО РАСХН / Науч. ред. П.Л. Гончаров. Новосибирск: СО РАСХН, 1998в.
- Основы финансовых отношений в агропромышленном комплексе. Учеб. пособие. Майкоп, 1999.
- Охрана труда в фермерском хозяйстве. М.: Информагротех, 1996.
- Оценка кадров управления АПК / Под ред. Н.Г. Рака. М.: МСХА, 1997.
- Палело В.Н.* Продовольственная безопасность в России: современное состояние и механизмы обеспечения. Новосибирск: СибАГС, 2000.
- Передовой опыт ведения фермерского хозяйства. М.: Информагротех, 1996.
- Перекрестова Л.В.* Управление локальными агропромышленными системами рыночной ориентации на основе релевантной информации. М.: Гор. вести, 1998.
- Першукевич П.М.* Научные основы мотивации труда в сельском хозяйстве. Новосибирск: РПО СО РАСХН, 1998а.
- Першукевич П.М.* АПК Сибири: тактика и стратегия экономических реформ. Новосибирск: СибНИИЭСХ, 1998б.
- Пиличев Н.А.* Управление агропромышленным производством. Учеб. пособие. М.: Колос, 2000.
- Повышение социально-экономической эффективности агропромышленного производства. Тез. докл. науч.-практ. конф. / Отв. ред. Н.В. Рыскин. Саранск: Красный Октябрь, 1999.
- Половенко С.И., Айгазиев А.Т.* Преобразование собственности в условиях ее реализации в аграрном секторе. М.: ТЕИС, 1997.
- Полюбина И.Б.* Крестьянское хозяйство в России: теория и практика. Барнаул: АлтГТУ, 1999.
- Пособие по созданию и организационно-экономическому механизму функционирования агропромышленных формирований. М.: Росинформагротех, 2000.
- Практическое пособие по кооперированию сельских товаропроизводителей / Под общ. ред. Л.В. Потапова. Улан-Удэ: Республиканская типография, 1997.
- Прауст Р.Э.* Развитие различных форм хозяйствования в аграрном секторе. Материалы комплексного обследования сельхозпредприятий, крестьянских (фермерских) хозяйств и личных подсобных хозяйств Пыталовского района Псковской области за 1986-1996 гг. М.: Энциклопедия российских деревень, 1998.
- Предпринимательская деятельность в сельском хозяйстве России. Правовые вопросы / Отв. ред. З.С. Беляева, И.А. Иконицкая. М.: ИГПАН, 1998.
- Предпринимательство в АПК. Учеб. пособие / Под ред. С.И. Грядова. М.: Колос, 1997.
- Предпринимательство в сельском хозяйстве. Правовые и экономические вопросы / Под ред. С.И. Грядова, В.А. Удалова. М.: ДеКА, 1998.
- Приватизация земли и реорганизация сельскохозяйственных предприятий России. М.: ВИАПИ РАСХН, Росагрофонд, 1998.

- Проблемы агропромышленного комплекса и использования биологических ресурсов западного региона Республики Башкортостан. Уфа, 1999а.
- Проблемы агропромышленного комплекса России. М.: Информагротех, 2000а.
- Проблемы землеустройства и земельного кадастра при осуществлении земельной реформы / Отв. ред. Ю.М. Рогатнев. Омск: ОмГАУ, 1996а.
- Проблемы и перспективы развития предпринимательской деятельности предприятий АПК / Под ред. В.И. Гайдука. Краснодар, 2000б.
- Проблемы кооперации и интеграции в агропромышленном комплексе России. Тез. докл. всерос. науч.-практ. конф. Ростов-на-Дону, 15–16 июня 2000 г. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 2000в.
- Проблемы кредитования и инвестирования российского агробизнеса: организационно-экономические аспекты. Матер. засед. учен. совета ИМЭМО РАН 25 марта 1998 г. / Отв. ред. А.А. Дынкин. М.: ИМЭМО, 1998а.
- Проблемы обеспечения устойчивого развития АПК. Матер. науч.-практ. конф. / Науч. ред. Н.С. Катков. Йошкар-Ола: МарГУ, 1998б.
- Проблемы повышения экономической и социальной эффективности АПК. Матер. науч.-практ. конф. Курск, 22–25 февраля 2000 г. Курск: КГСХА, 2000г.
- Проблемы применения российского права в АПК / Науч. ред. А.Д. Кан. Краснодар: КГАУ, 1997а.
- Проблемы развития и научное обеспечение АПК Центрального Нечерноземья России. Сб. матер. науч. сес. Смоленск, 15–16 июля 1996 г. М.: РАСХН, 1997б.
- Проблемы рыночной экономики и особенности их проявления в аграрном секторе. Тез. докл. науч. конф. Оренбург, 29 февраля 1996 г. / Отв. ред. Г.М. Залозная. Оренбург: ОГАУ, 1996б.
- Проблемы рыночных отношений в АПК. Тез. докл. регион. науч.-практ. конф. 24 ноября 1998 г. / Отв. ред. С.Н. Тарамонов. Ростов-на-Дону: РГЭА, 1999б.
- Проблемы села сегодня и завтра. Сб. матер. науч.-практ. конф. 26–27 ноября 1996 г. / Под ред. П.А. Власова. Пенза, 1996в.
- Проблемы современного управления в АПК. Матер. юбил. науч.-практ. конф. Воронеж, 26–27 мая 1998 г. / Науч. ред. В.Е. Шевченко. Воронеж, 1998в.
- Проблемы стабилизации и развития АПК в условиях перехода к рынку. Курск: КГСХА, 1997в.
- Проблемы формирования аграрного рынка России. Матер. междунар. науч. конф. Москва, 18–19 марта 1997 г. / Под ред. А.М. Гатаулина. М.: МСХА, 1997г.
- Проблемы экономического роста аграрного производства региона в условиях переходной экономики. Матер. науч. конф. 17–19 марта 1998 г. Курск: КГСХА, 1998г.
- Проблемы экономического роста в аграрной экономике региона. Курск: КГСХА, 1998д.
- Прогнозирование и планирование регионального АПК. Учеб. пособие. М.: МСХА, 1998.
- Прогнозирование и планирование финансово-хозяйственной деятельности перерабатывающих и агросервисных предприятий АПК. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 2000.
- Программа восстановления и развития агропромышленного комплекса на 2000–2010 гг. М., 2000.
- Программа восстановления и развития экономики агропромышленного комплекса России. М.: ИТРК, 1999а.
- Программа основных направлений развития АПК Республики Башкортостан на период 2000–2005 гг. Уфа, 1999б.
- Программа развития агропромышленного комплекса Ростовской области на период до 2001 года. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 1999в.
- Пути совершенствования управления отраслями АПК / Науч. ред. Н.С. Катков. Йошкар-Ола: МарГУ, 1999.
- Развитие рыночных отношений в АПК. Тез. докл. регион. науч.-практ. конф. 28 ноября 1997 г. / Отв. ред. С.Н. Тарамонов. Ростов-на-Дону: РГЭА, 1997.
- Развитие экономических отношений в сельском хозяйстве Омской области в условиях перехода к рынку / Отв. ред. А.С. Макеев. Омск: ОмГАУ, 1998.
- Рациональные пути использования вторичных ресурсов агропромышленного комплекса. Междунар. науч. конф. Краснодар, 23–26 сент. 1997 г. Краснодар, 1997.
- Региональная экономика: проблемы, стратегия развития АПК / Под ред. В.В. Кузнецова. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 1998.
- Региональный продовольственный комплекс: проблемы формирования и функционирования / Отв. ред. Х.Н. Гизатуллин. Уфа: Гилем, 1996.

- Рекомендации по межфермерской кооперации и использованию сельскохозяйственной техники. М.: Информагротех, 1999а.
- Рейтинг наиболее крупных и эффективных производителей сельскохозяйственной продукции. М.: Росагрофонд, 2000.
- Рекомендации по определению парка машин и оборудования в крестьянских (фермерских) хозяйствах растениеводческого направления. М.: Информагротех, 1999б.
- Рекомендации по организации и функционированию крестьянских (фермерских) хозяйств, их кооперативов, союзов и ассоциаций при совершенствовании производственно-экономических взаимоотношений сельскохозяйственных предприятий Республики Башкортостан. Уфа, 1997а.
- Рекомендации по развитию кооперации и интеграции в АПК Российской Федерации. М.: РАСХН, 1997б.
- Реформирование АПК в регионах России: опыт и проблемы. Матер. междунар. науч.-практ. конф. 9–10 апреля 1998 г. Орел: ОГСХА, 1998.
- Реформирование сельскохозяйственных предприятий: правовые проблемы / Отв. ред. З.С. Беляева, М.И. Козырь. М.: ИГПАН, 1996.
- Ризгаев А.Л.* Рыночные отношения и рынки в АПК. Учеб. пособие. Краснодар: КГАУ, 1998.
- Ризгаев А.Л.* Цена и ценообразование в АПК. Учеб. пособие. Краснодар: КГАУ, 1996.
- Родионова О.А.* Интеграция в сфере агропромышленного производства: тенденции, механизмы, реализация. М.: ВНИЭТУСХ, 2000.
- Романенко Г.А., Комов Н.В., Тютюнников А.И.* Земельные ресурсы России: эффективность их использования. М.: РАСХН, 1996.
- Рубаева О.Д.* Управление эффективностью и надежностью работы агропредприятий. Челябинск: ЧГАУ, 1996.
- Руденко Л.И.* Социальное содержание современной эволюции российского крестьянства / Под ред. П.П. Великого. Саратов: СГУ, 1997.
- Рунов Б.А.* Вспоминая прошлое, думаю о будущем. М.: Знание, 1996.
- Руцкой А.В.* Аграрная реформа и организационно-экономический механизм хозяйствования в АПК в условиях перехода к рынку. Курск, 1997.
- Руцкой А.В.* Методическое пособие по созданию новых организационно-правовых форм и производственно-финансовых отношений в АПК Курской области. Курск, 1996.
- Рыженков А.В.* Проблема земельной ренты в российской экономике / Под ред. С.Е. Ильюшонка. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 1997.
- Рынок труда и современные формы хозяйствования в системе АПК / Отв. ред. В.Д. Коротнев. Пенза: Приволжский Дом знаний, 1997.
- Рыночная трансформация сельского хозяйства: десятилетний опыт и перспективы. Никоновские чтения / Отв. ред. А.В. Петриков. М.: Энциклопедия российских деревень, 2000.
- Рыночные отношения в агропромышленном производстве. Матер. студ. науч.-практ. конф. Владикавказ, 1998.
- Рысьмятов А.З.* Проблемы совершенствования структуры производства в региональных АПК в условиях перехода к рынку. Краснодар: КГАУ, 1998.
- Сабетова Л.А., Полова М.А.* Экономика свеклосахарного подкомплекса. Мичуринск: МичГСХА, 1998.
- Сазонов С.Н., Сазонова Д.Д.* Экономический анализ работы крестьянских хозяйств и предложения по совершенствованию их деятельности. Тамбов: ВНИИТиН, 1996.
- Салтык И.П.* Проблемы реформирования АПК. Опыт хозяйств Курской области. Курск: КГСХА, 2000.
- Сборник нормативных материалов по функционированию агропромышленного комплекса в 1997 году / Сост. А.П. Бондаренко, А.В. Пикулькин. М.: Информагробизнес, 1997.
- Свечников П.Г.* Научно-методологические и практические рекомендации по государственному регулированию агропродовольственного комплекса и земельным отношениям. Челябинск, 1999.
- Свиридов В.И., Петренко Н.Н.* Моделирование адаптивных агропроизводственных систем. Учеб. пособие. Курск: КГСХА, 1997.
- Сельское хозяйство в экономике юга России: кооперация и проблемы экономического развития. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 1997.
- Сельскохозяйственная деятельность крестьянских (фермерских) хозяйств в России. Стат. сборник. М.: Госкомстат РФ, 2000.
- Сельскохозяйственная кооперация: теория, мировой опыт, проблемы возрождения. М.: Армита, 1998.

- Семенов В.А. Организация производства и реализации продукции в агропромышленном акционерном обществе. М.: ВНИЭТУСХ, 1997.
- Серова Е.В. Аграрная экономика: Учеб. пособие. М.: ГУ–ВШЭ, 1999.
- Сибирская деревня: история, современное состояние, перспективы развития. Матер. всерос. науч.-практ. конф. 26–27 февраля 1998 г. / Отв. ред. Д.А. Алисов. Омск: ОмГАУ, 1998.
- Сизенко Е.И., Комаров В.И. Интеграция и кооперация – важнейшие факторы повышения эффективности производства в АПК: вопросы теории и практики. М.: АгроНИИТЭиПП, 1998.
- Система ведения агропромышленного производства в Республике Башкортостан. Уфа: Гилем, 1997а.
- Система ведения агропромышленного производства Волгоградской области на 1996–2010 гг. Волгоград: Волгогр. ком. по печати, 1997б.
- Система ведения агропромышленного производства Республики Бурятия на 1996–2000 гг. Улан-Удэ: Респ. тип., 1996а.
- Система ведения агропромышленного производства Республики Саха (Якутия) до 2005 г. Новосибирск: СО РАСХН, 1999.
- Система ведения агропромышленного производства Ростовской области. На период 1996–2000 гг. Ростов-на-Дону, 1996.
- Система ведения агропромышленного производства Саратовской области / Гл. ред. Н.И. Комаров. Саратов: Поволж. НИИЭиО АПК, 1998.
- Система ведения АПК Республики Калмыкия на 1996–2000 гг. Элиста: Джангар, 1996.
- Совершенствование земельных отношений и методов их экономического регулирования на основе данных социально-экономического мониторинга. М.: Энциклопедия российских деревень, 1996а.
- Совершенствование механизма хозяйствования АПК в условиях экономических реформ. В 2-х т. Ульяновск: УГСХА, 1997а.
- Совершенствование научного обеспечения агропромышленного комплекса Республики Саха (Якутия) в условиях рыночных отношений. Матер. науч.-практ. конф. 5 декабря 1997 г. Якутск: Северовед, 1997б.
- Совершенствование системы управления АПК в современных условиях / Науч. ред. П.М. Першукевич, М.П. Гриценко. Новосибирск: СибНИИЭСХ, 2000.
- Совершенствование управления отраслями АПК. Матер. науч.-практ. конф. / Отв. ред. Н.С. Катков, Е.И. Царегородцев. Йошкар-Ола: МарГУ, 1996б.
- Состояние и прогноз развития агропромышленного производства. Владикавказ: Гор. ГАУ, 1999.
- Социально-экономические последствия приватизации земли и реорганизации сельско-хозяйственных предприятий (1994–1996 гг.) / Науч. ред. В.Я. Узун. М.: Энциклопедия российских деревень, 1997.
- Социально-экономическое планирование и прогнозирование в АПК. Ростов-на-Дону: ВНИИЭиН, 1999
- Справочная книга фермера. Саратов: СГСХА, 1996.
- Степанов А.А. Реформирование социально-экономических отношений и системы управления в агропромышленном комплексе Новосибирской области. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 2000.
- Степанова Т.А. Кооперативные формы хозяйствования в рыночной экономике АПК: опыт России и Франции. Воронеж: ВГАУ, 1997.
- Строев Е.С., Злобин Е.Ф., Михалев А.А. Теория и практика аграрных преобразований в Орловской области. М.: Агри-пресс, 1998.
- Теоретические аспекты межфермерской кооперации при использовании техники. Тамбов: ВНИИТиН, 1996.
- Теоретические проблемы эффективного использования техники в крестьянских хозяйствах. Саратов, 1997.
- Теория и практика использования техники в крестьянских хозяйствах. Тамбов: ВНИИТиН, 1996.
- Терентьев В.В., Фаузер В.В., Парначев А.А. Формирование рынка труда и проблемы занятости сельского населения: социально-демографический аспект. Сыктывкар: ИЭСПС, 1996.
- Теунаев Д.М. Продовольственный комплекс Северного Кавказа в условиях перехода к рынку. М.: АгроНИИТЭиПП, 1998.
- Троцкий А.Я. Социально-территориальная структура региона: строение и основные тенденции трансформации / Отв. ред. Т.И. Заславская. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 1997.
- Трубилин А.И., Парамонов П.Ф., Середа А.А. Управление инвестициями на предприятиях регионального АПК. Краснодар: КубГАУ, 2000.
- Трудовые отношения в сельскохозяйственных предприятиях. М.: МСХА, 1996.

- Управление агропромышленным комплексом в условиях перехода к рыночной экономике / Отв. ред. А.Ф. Поляков. Саранск: МорГУ, 1996.
- Управление земельными ресурсами и регулирование земельных отношений в Волгоградской области. Матер. науч.-практ. конф. 30 мая 1997 г. / Отв. ред. В.М. Астанина. Волгоград: Волгогр. ком. по печати и инф., 1997.
- Управление предприятиями АПК в условиях формирования рынка. М.: Информагротех, 1999.
- Усенко Л.Н. Теория и практика продовольственного рынка. Ростов-на-Дону, 1998.
- Фермерские хозяйства, производственные и потребительские кооперативы: модели, проекты. Ростов-на-Дону: ВНИИЭИН, 1996.
- Фермерское предпринимательство в условиях преодоления кризиса. Воронеж: ВорГУ, 1998.
- Фермеру о доходах и расходах. М.: Информагротех, 1996а.
- Фермеру о нефтепродуктах. М.: Информагротех, 1996б.
- Финансирование и инвестиции на предприятиях АПК. Учеб. пособие. Омск, 1999.
- Фомин Д.А., Храмцов Н.С., Щетинина И.В. Развитие интеграции в АПК Сибири. Новосибирск: СО РАСХН, 1998.
- Фомин Д.А., Храмцов Н.С. Экономические основы развития агропромышленной интеграции. Новосибирск: СибНИИЭСХ, 2000.
- Формирование рынка продовольствия и средств производства в регионе. М., 1998.
- Функционирование и улучшение деятельности МТС. Практические рекомендации. М.: Информагротех, 1998.
- Ханнанова Т.Р. Банковское обслуживание предприятий АПК. Правовые проблемы. Уфа: Принт, 1998.
- Ханыкин В.А. Интеграция интересов субъектов агропромышленного и топливно-энергетического комплексов в процессе рыночных трансакций. М.: Пульс, 1999.
- Хачемизова Э.А. Кооперирование и интегрирование агропромышленных предприятий в условиях рыночных отношений. Майкоп: МГТИ, 2000.
- Центральная Россия на рубеже XXI века / Под общ. ред. Е.С. Строева. Орел: Информагротех, 1996. В 4-х т.
- Цыпкин Ю.А., Люшкинов А.Н. Агротаркетинг. Учеб. пособие. М.: Колос, 1998.
- Чеглакова С.Г. Финансовый анализ деятельности предприятий АПК. Учеб. пособие. Рязань: Узорожье, 2000.
- Черниченко Ю.Д. Дело было в России. М.: Московский рабочий, 1997.
- Четвертакова В.П. Аграрные отношения и экономика АПК. Воронеж: ВГЛТА, 1998а.
- Четвертакова В.П. Цены и ценообразование в АПК. Воронеж: ВГЛТА, 1998б.
- Чехонадских З.Г. Практикум по бухгалтерскому учету в сельскохозяйственных предприятиях. Учеб. пособие. Курск: КГСХА, 1996.
- Шайкин В.В., Ахметов Р.Г. Сельскохозяйственные рынки. Учеб. пособие. М., 1999.
- Шебеда В.И. Реформирование аграрного производства: стратегия и тактика. На материале Кустанайской области. Екатеринбург, 1996.
- Шмидт Ю.Д. Организационно-экономические основы формирования и развития дальневосточного продовольственного рынка. В 2-х т. Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, 1997.
- Штарберг И.Г. Проблемы восстановления и развития материально-технической базы Амурского аграрно-промышленного комплекса. Состояние, структурные сдвиги, предпосылки и тенденции развития. Благовещенск: АмурКНИИ, 1997.
- Щетинина И.В. Управление собственностью в интегрированных агропромышленных формированиях. Новосибирск: СО РАСХН, СибНИИЭСХ, 1999.
- Экономика и организация агробизнеса. Теоретический курс. М.: МЭГУ, 1996а.
- Экономика, менеджмент, маркетинг на предприятиях АПК / Науч. ред. А.Д. Владыка, А.С. Малахов. СПб.: АМА НЗ РФ, 2000.
- Экономика, организация АПК в современных условиях / Науч. ред. В.И. Осинев. М.: МГАУ, 1996б.
- Экономическая оценка социальной надежности и культуры предпринимательской деятельности. На примере АПК Челябинской области. Челябинск: МГУК, 1996.
- Экономическая реформа и перспективы ее развития в АПК Амурской области. Учеб. пособие. Благовещенск: ДальГАУ, 1997.

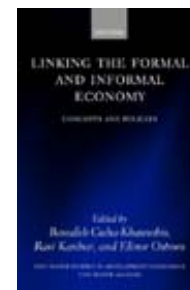
- Экономические аспекты рыночных преобразований в АПК / Отв. ред. В.В. Кузнецов. Ростов-на-Дону: Гефест, 1998.
- Экономические и социальные проблемы развития АПК на рубеже XXI века / Отв. ред. Р.К. Карамов. Уфа, 2000а.
- Экономические проблемы Приморского АПК в условиях рыночных отношений / Науч. ред. Т.С. Мажуга. Уссурийск, 1999.
- Экономические проблемы совершенствования деятельности предприятий АПК / Под ред. Ю.А. Конкина. М.: МГАУ, 2000б.
- Экономические проблемы функционирования АПК в условиях формирующихся рыночных отношений. Мичуринск: МГАУ, 2000в.
- Экономический механизм рыночных отношений в АПК Сибири / Под ред. И.В. Курцева. Новосибирск: СО РАСХН, 1996.
- Эффективность и конкурентоспособность аграрной экономики. Матер. науч. конф. 12–14 марта 1997 г. В 2-х т. Курск: КГСХА, 1997.
- Якушкин Н.М., Васильев В.П., Минниханов Р.Н.* Аграрный сектор Татарстана в условиях развития рыночной экономики. Казань: КГСХА, 1997.
- Kalugina Z.* Paradoxes of the Agrarian Reform in Russia. Preprint. Novosibirsk: IEIE SB RAS, 1998.

НОВЫЕ КНИГИ

С.Ю. Барсукова

РАЗВИТАЯ НЕФОРМАЛЬНОСТЬ В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ

Рецензия на книгу: *Linking the Formal and Informal Economy: Concepts and Policies* / Ed. by B. Guha-Khasnobis, R. Kanbur, E. Ostrom. Oxford: Oxford University Press, 2006.



БАРСУКОВА

Светлана Юрьевна – д.соц.н.,
профессор кафедры
экономической социологии
ГУ-ВШЭ.

Email: svbars@mail.ru

Авторы книги пытаются найти форму наиболее эффективной связи формальной и неформальной экономики для развивающихся стран. Дело в том, что поддержка неформального предпринимательства остается ключевой возможностью снижения бедности в этих странах. *Формальное правило* – это идея того, как должно жить общество в понимании бюрократии, это идея подчинения писаному правилу. *Неформальное право* – самостоятельно сформированное и закреплённое в нормах и обычаях представление людей о способах разрешения жизненных коллизий. Вопрос в том, можно ли создать эффективное партнерство *самоорганизации и бюрократии*.

Книга представляет собой сборник статей, посвященных неформальной экономике развивающихся стран. Это Индия, Лима, Вьетнам, Либерия, Индонезия, Южная Африка, Мозамбик, Боливия. Укрепление формального порядка проходило в одних странах через расширение сферы государственного вмешательства (интервенция вширь), в других – через усиление роли государства в уже регулируемых сферах (интервенция вглубь).

Главный вывод книги: *нет достаточного основания считать, что формализация однозначно улучшает или ухудшает социально-экономическое положение страны*. Иными словами, государственная интервенция на неформальную экономику может быть оценена в терминах «больше» или «меньше», но это не имеет однозначного соответствия в терминах «лучше» или «хуже».

Книга состоит из двух частей, посвященных теории и эмпирике соответственно. Моя задача – представить читателям те идеи, которые содержатся в книге, опираясь преимущественно на теоретическую часть.

От «неформального сектора» к «неформальной экономике»

Тезис 1: Ранняя концепция «неформального сектора» перешла в расширенный концепт «неформальной экономики», являющейся не периферийным элементом, а базовым компонентом экономики многих стран.

Об этом считают своим долгом написать практически все авторы сборника. Кратко эволюция термина и история его возникновения выглядит так.

Еще в 1940-е годы датский антрополог Юлиус Буке высказал идею о «дуальности» экономики развивающихся стран, лишь одной своей «частью» уподобленной «нормальной» рыночной экономике¹. В 1950-е годы Артур Льюис развил двух-секторальную модель развития, выделив сектор современных капиталистических фирм с ориентацией на максимизацию прибыли и сектор крестьянских хозяйств, где крайне неоднозначны и разнообразны способы хозяйственной мотивации и принципы распределения². Попытка использовать эту схему в эконометрике связана с работами Джона Харриса и Майкла Тодаро, которые довели идею дуальной экономики до уровня двух-секторальной системы уравнений экономического равновесия³.

По мнению К. Харта, наилучший термин в 1963 г. предложил Клиффорд Гирц, изучавший предпринимательство в Индонезии (р. 24). Гирц ввел понятие «экономики базара» (bazaar-type) в противовес «экономике фирмы» (firm-type) как экономике крупных западных корпораций, обеспечивающих работников защитой закона. Национальная бюрократия видела в этих фирмах средство защиты от «провалов» рынка, создавая возможности монопольного господства на рынке этих стран. Напротив, экономика базара была индивидуалистичной и конкурентной. Позднее в работах, посвященных Марокко, Гирц подчеркивал, что современная экономическая наука использует именно «базарную модель» при изучении принятия решений на конкурентных рынках, тогда как на практике бюрократия развивающихся стран активно защищает монополии. Но аналитическую терминологию Гирца экономисты не приняли.

В 1971 г. К. Харт делает доклад «Городская безработица в Африке». Основной посыл работы: бедные в Аккре не являются безработными. Это было новостью, поскольку крупные компании предоставляли очень ограниченное число рабочих мест, и соответственно экономисты оценивали безработицу в Африке на уровне 50% и выше. К. Харт шутит, что воображение рисовало картину Америки времен великой депрессии с понурыми нищими на улицах (р. 24). Но улицы Аккры (Гана) были полны жизни. Толпы уличных торговцев, носильщиков, таксистов были заняты делом. Неформальная экономика была самоорганизацией людей, исключенных из участия в пользовании благами, гарантированными государством, и создавшими свои собственные способы выживания.

Идеи К. Харта восприняли настолько быстро, что отчет Международной организации труда, использующий эту концепцию в Кении, вышел раньше (в 1972 г.), чем сам К. Харт опубликовал свою работу по Гане (в 1973 г.)⁴.

¹ Boeke J.H. The Structure of Netherlands Indian economy. N.Y.: Institute of Pacific Relations, 1942.

² Lewis A.W. Economic development with unlimited supplies of labour // Manchester School. 1953. No. 22 (May). P. 139–191.

³ Harris J.R., Todaro M.P. Migration, unemployment and development: A two-sector analysis // American Economic Review. 1970. Vol. 60. No. 1. P. 126–142.

⁴ Hart K. Informal Income opportunities and urban employment in Ghana // Journal of Modern African Studies. 1973. No. 11. P. 61–89.

Довольно интересный с точки зрения развития науки вопрос: почему идеи Гирца проигнорировали, а работу Харта оценили настолько высоко, что он стал фактически основателем целого направления исследований? Думается, тому есть несколько причин. Начнем с того, что К. Харт публицистически ярок⁵. Далее, по его собственному мнению, он смог вызвать интерес экономистов, потому что представил свою этнографию на их языке (р. 25). И самое, пожалуй, важное: К. Харт не просто описал явление, но дал ему принципиальную оценку. Он «оправдал» неформальный сектор. И сделал это в 1970-е годы, когда общепризнанным было суждение, что единственным институтом, способным мобилизовать экономические ресурсы, является государство. На этом настаивали и марксисты, и кейнсианцы. Либеральные экономисты тогда были не в моде. Именно поэтому идеи К. Харта были восприняты как руководство к действию, и дискуссия приняла практический характер, фокусируясь вокруг вариантов помощи неформальному сектору развивающихся стран.

В 1980-е годы происходит сдвиг в экономической доктрине. Растут сомнения в разумности государственного регулирования (политика Рейгана, Тэтчер). Начинается абсолютизация саморегулятивного потенциала рынка. Тема неформальной экономики получает второе рождение, но уже не как сектора, а как правил игры (!). Этому способствует интерес к структуре реального управления экономикой соцстран.

В 1990-е годы на авансцену вышла тема взаимоконвертации формальных и неформальных институтов в ходе так называемого транзитного периода, а также коллапс государственности во многих странах третьего мира. Почти вся экономика некоторых стран становится неформальной.

Таким образом, концепция «неформальной экономики / сектора», зародившись в дискуссии 1970-х годов о городской бедности стран третьего мира, перешла в статус универсальной темы. Стало ясно, что формальные правила с необходимостью абстрактны, и жизнь выходит за их рамки. Этот выход возможен как в форме существования «неформальной зоны» (пример тому – неформальный сектор), так и в форме неформальных практик внутри формальной сферы. Практики кажутся неформальными, поскольку со стороны не видны их регулятивные основы.

«Неформальная экономика ныне рассматривается как универсальное свойство индустриальных стран и включает от домашнего самообеспечения до криминализации экономики» (р. 27). Сам К. Харт, известный исследованием нерегистрируемой самозанятости, ныне пишет, что сосредоточился на изучении домашних организаций, дружеских сетей, добровольных ассоциаций, на коррупции и политических связях (р. 33). Независимость от государственного регулирования как главная черта неформальной экономики объединяет такие разные практики, как домашнее хозяйство, уличная торговля, криминал, политическая коррупция, сети взаимопомощи и пр.

Именно расширенное толкование неформальной экономики позволяет К. Харту говорить о движении мировой экономики в сторону все большей неформальности, примером чему служат международная торговля наркотиками, смешение финансов в политических играх, перевод денег в оффшоры, серые рынки контрафакта и пиратских копий (р. 27).

В книге сравниваются старый и новый взгляды на неформальную экономику (р. 81). Люблю таблицы настолько, что не удержусь от воспроизведения (в своей редакции).

⁵ Оцените, как К. Харт начинает свою главу: «Большинство читателей этой книги живут внутри формальной экономики. Это мир заплата, пенсий, медицинских страховок, кредитных договоров... и летнего отпуска у моря» (р. 21).

<i>Старый взгляд на НЭ</i>	<i>Новый взгляд на НЭ</i>
Отомрет по мере индустриализации	Расширяется по мере экономического роста
Маргинальное пространство	Основное место поиска работы, а также производства товаров и услуг для низкодоходных групп. Значительная доля в ВВП.
Существует отдельно от формальной экономики	Связана с неформальной экономикой, в том числе через субконтракты
Резервация для избыточного труда	Неформальная занятость растет не от избытка рабочей силы, а в результате сокращения формального найма через разнообразные способы его деформализации
Охватывает уличных торговцев и мельчайших производителей	Широкий спектр: от временных работников в агробизнесе до надомников, привлекаемых крупными фирмами
Неформальные предприниматели не регистрируют бизнес, чтобы избежать контроль и налогообложение	Большинство неформальных предпринимателей заинтересованы в легализации при условии снижения барьеров входа в легальное пространство и роста выгод от регистрации. Большинство наемных неформальных работников стремятся к легализации ради роста стабильности и гарантированности трудовых прав
Арена выживания бедных	Включает широкий спектр предприятий, в том числе стабильных и быстро растущих.

Две исследовательские перспективы: секторальная и институциональная

Тезис 2: Существуют конкурирующие исследовательские перспективы изучения формального и неформального порядка: секторальная и институциональная.

Тему неформальной экономики характеризует отсутствие ясных определений, сквозных для корпуса теоретических и эмпирических исследований. Противопоставление «формальное – неформальное» зачастую используется как метафора. Однако море различных трактовок неформальности сводится к двум принципиально различным подходам (р. 4).

1. Неформальное – это то, что находится вне государственного контроля, учета и налогообложения, т.е. это нерегулируемая властью деятельность. В этой традиции неформальность является ответом на давление аппарата административного и фискального принуждения со стороны государства. Отсюда вытекает дискуссия об уровне допустимого регулирования. Главный проверочный тест – правильно ли осуществлена формализация – это то, приходят ли люди в «зону», регулируемую государством, или бегут из нее. Иными словами хотят оказаться «внутри» или «вне» регулируемой государством системы.
2. Неформальное – это характеристика правил игры, которым подчиняется организация при отсутствии прописанной (формализованной) системы правил. Отсюда частое отождествление неформального с неструктурированным, внутренне нерегулируемым, неустойчивым, что в политическом смысле оправдывает интервенцию на неформальное. Отождествление неформального с хаотичным оправдывает решимость государства нести «порядок» туда, где его, дескать, нет. Это ошибка, поскольку неформальное регулирование может быть крайне устойчиво, жестко структурировано и высоко детализировано.

Исследований неформальной экономики множество, но все они тяготеют к одному из этих базовых суждений. Соответственно экономическую активность можно охарактеризовать по двум направлениям (р. 5):

- степень взаимодействия с государственными органами на национальном и местном уровнях, т.е. насколько формализованы отношения с властью (например, зарегистрирована ли предпринимательская деятельность);
- степень структурированности действий в соответствии с предписанными требованиями, т.е. насколько формализованы отношения внутри организации и с партнерами (например, оформлены ли контрактные обязательства, подчиняется ли разделение труда должностным инструкциям). При этом неформальное регулирование может породить жестко структурированное взаимодействие. Так, Д. Гамбетта отмечал крайнюю упорядоченность (т.е. структурированность) отношений внутри криминальных групп, что было ответом на риски нелегальной деятельности.

Жесткого взаимного соответствия этих характеристик нет. Уклоняющийся от налогов предприниматель может быть крайне педантичен в заключении договоров с партнерами. И наоборот. Другими словами, неверно думать, что неформальность в одном измерении порождает неформальность в другом.

Авторы книги явно делают акцент на изучении степени подчинения государству, степени контроля «извне», отодвигая на второй план вопрос о природе и качестве неформального регулирования «внутри» как регулятивной основы не прописанных ролей и структурных позиций. Нужно сказать, что большая часть авторов не рефлексирует по поводу различия исследовательских перспектив, воспринимая секторальный вариант как единственно возможный. Пожалуй, только одна глава выдержана в явно институциональном духе (гл. 4).

Если «отцом» секторального подхода был К. Харт, то концепция неформальности как институциональной исследовательской перспективы связана с работами Д. Норта. Он определил институты как ограничения, которые структурируют политические, экономические и социальные взаимодействия. Институты делятся на неформальные, суть которых в самопринуждении [self-enforcing] (например, табу, традиции, коды поведения, конвенции), и формальные, которые создаются и поддерживаются государством (писанные законы). Роль институтов состоит в снижении неопределенности посредством установления стабильной (и необязательно эффективной) структуры взаимодействия.

Д. Норт отмечал, что индивид совершает выбор между множеством норм различной природы и признает более вескими те нормы, которые соответствуют данной ситуации. Индивид рационален в том смысле, что он минимизирует когнитивные издержки ментального процесса в условиях ограниченной информации. С точки зрения индивида, тот факт, что правила формальны, т.е. исходят от государства, не определяют однозначно доверия к ним в данной конкретной ситуации.

Институциональный подход не предполагает выделение сегментов, но формирует «пронизывающее» исследование экономической реальности на предмет поиска ее формальных и неформальных регуляторов.

Неформальный сектор как статистический артефакт

Тезис 3: Занятость в неформальном секторе не является неформальной занятостью; неформальный сектор в статистической традиции утратил содержательное единство с аналитическим смыслом, изначально присущим концепции неформального сектора.

Как отмечал К. Харт, основное отличие неформальных самозанятых от оплачиваемых наемных работников состоит в степени *рационализации* характера их деятельности и, как следствие, ее *регулярности и стабильности* (р. 25). Для Харта принципиальное значение имеет природа дохода: формальные доходы – регулярны и стабильны, неформальные (легальные и нелегальные) – нет. Люди пытаются сочетать эти типы доходов.

Изначальное определение методом от противного (не/формальный сектор) стараниями последователей выродилось в набор позитивных характеристик: низкий уровень организации, случайная занятость, слабая механизация, личные отношения вместо контрактных обязательств, малый размер и пр.

К. Харт с явным неудовольствием пишет, что экономисты перевели термин «неформальный сектор» в количественные показатели: маломасштабный, низко производительный, низко доходный, слабо механизированный. В то время как он «подчеркивал природу дохода, наличие или отсутствие бюрократической формы» (р. 26).

Сказалась трудность приведения аналитического концепта к статистическому. Окончательно неформальность исчезла в понятии «неформальный сектор», когда его стали определять согласно резолюции XV международной конференции статистиков труда (1993 г.). Именно тогда *закрепилась операционализация неформального сектора, основанная на характеристике предприятий, а не отдельных рабочих мест.* Такой «неформальный сектор» в принципе не может улавливать неформальную занятость, так как фирма может быть неоднородной внутри (формальные и неформальные работники), а подсчет ведется на уровне целых предприятий. В результате возник разрыв между неформальным сектором как артефактом национальной статистики, позволяющим проводить межстрановые сравнения, и традицией содержательной (хартовской) трактовки этого термина. Ведь Харт писал о неформальной активности как возможности для бедняков заработать вне регулируемой системы официального найма.

Работники и предприятия движутся по континууму формальная – неформальная занятость в зависимости от обстоятельств или занимают несколько позиций одновременно. Например, официально трудоустроенный работник имеет неформальную подработку.

Одна из глав книги особенно детализировано проводит мысль, что *неформальная занятость имеет место как внутри, так и вне неформальных предприятий* (гл. 5). Другими словами, неформальная экономика должна рассматриваться не только с точки зрения характера предприятий (не регулируются государством), но и с точки зрения характера найма (не защищены трудовым правом). Это приводит к формуле: неформальная занятость = неформальные предприниматели, преимущественно самозанятые и семейный бизнес + бесконтрактный наем на формальных и неформальных предприятиях. Соотношение этих слагаемых в развивающихся странах: 60 и 40% (р. 83).

Неудивительно, что под сегментацией неформальной экономики с точки зрения характера работы понимается исключительно *сегментация видов неформальной занятости* (р. 78): 1) неформальные работодатели, 2) семейный бизнес и самозанятые, 3) наемные работники неформальных предприятий, 4) периферийные наемные работники формальных предприятий (временные, частично занятые и пр.), 5) надомные работники, 6) неоплачиваемая домашняя занятость.

Утверждается, что доходы снижаются по мере движения по этой типологии, а гендерная картина меняется от преобладания мужчин к преобладанию женщин. (Тут же пассаж про дискриминацию женщин, поскольку снижение доходов отражает объективную разницу в человеческом капитале и доступе к рыночным возможностям (р.79).)

Новые формы организации бизнеса позволяют формальным фирмам расширять зону неформального найма (р. 86):

- в рамках «стоимостных цепей (субконтрактных отношений) фирма объявляет, что с остальными звеньями цепи у нее лишь коммерческие отношения, и они не лежат в области трудовых отношений этой фирмы;
- отношения найма не безусловны (например, при взятии товара на реализацию);

- наем безусловен, но нет ясности – с кем (например, временный наем через агентство);
- перенос субконтрактных подразделений в третий мир с устойчивой традицией неформальности.

Таким образом, статистика, фиксирующая состояние неформального сектора, ни в коей мере не может служить основой нашего знания о неформальной занятости.

Дихотомия versus континуум

Тезис 4: Континуум формального – неформального более продуктивен как исследовательская модель, чем жесткая дихотомия.

Пожалуй, ни одна мысль не повторяется в книге так часто, как призыв видеть в паре формального и неформального не дихотомию, а полюса континуума.

Изначально с критикой против дихотомии формального и неформального выступил Р. Бромли⁶. Его критика концепции «неформального сектора» К. Харта была довольно развернутой и обстоятельной. Основные критические замечания сводились к тому, что, во-первых, жизнь не сводится к этим двум вариантам, являя собой континуум состояний, и, во-вторых, концепция практически не позволяет выйти на изучение взаимодействия неформального сектора и остальной экономики. Один из защитников идеи неформального сектора М. Липтон привел свои возражения на эту критику: во-первых, не следует отождествлять аналитическое разделение с реальностью, а во-вторых, эта изоляция – не свойство концепции, а сложившаяся традиция ее применения⁷. Кроме того, критика дихотомии с научной точки зрения не отрицает удобства ее использования в системе социальной политики. «Неформальный сектор» представлялся выделенным, относительно изолированным и оттого удобным объектом приложения помощи. Иными словами, дуальность формального – неформального слишком прочно интегрирована в политическое управление, чтобы ставить вопрос о правомочности концепции.

Однако обилие эмпирического материала, приведенного в книге в виде национальных кейсов, доказывает, что нет дихотомии формального и неформального сектора, а есть их отраслевые и региональные континуумы, и подвижка состояния на них может пойти как на пользу, так и во вред бедным странам.

Важную мысль высказал в связи с этим К. Харт: формальное и неформальное существуют порознь, когда мы используем понятие «сектор». Это подразумевает, что они имеют разные локализации. Но как только мы включаемся в дискуссию о бюрократическом и небюрократическом управлении, то выходим на неразрывность формального и неформального порядка (р. 22).

В доказательство того, что формальное и неформальное диалектически связаны, К. Харт приводит забавный пример: правящие и деловые элиты идентифицируются с мужским костюмом, но этот стиль был выбран в 1920-е годы как неформальная протестная альтернатива смокингу (р. 29). Диалектика замыкает круг.

Автор другой исследовательской перспективы – институциональной – Д. Норт также оперировал дуальной конструкцией, проводя довольно четкое аналитическое разделение между формальными и неформальными институтами. Первые – результат сознательного

⁶ Bromley R. Organization, Regulation and Exploitation in the So-Called 'Urban Informal Sector: The Street Traders of Cali // World Development. 1978. Vol. 6. No. 9/10. P. 1161–1171.

⁷ Lipton M. Urban Bias Revisited // Journal of Development Studies. 1984. Vol. 20. P. 139–166.

конструирования бюрократической власти, вторые – результат спонтанного взаимодействия людей. Неразрывность тандема формального и неформального следует хотя бы из того, что сама «неформальная экономика» порождена институциональными усилиями организовать общество по формальным схемам. По Норту, формальные институты гарантируются законом, а неформальные поддерживаются «приватно», через личные взаимодействия и механизм репутации.

Однако очевидно, что в развитых странах доверие к фирме, ее репутация защищают ее интересы не менее, чем закон. А положение человека в неформальной сети существенно зависит от формальных признаков его материальной и интеллектуальной состоятельности. Следовательно, неформальное не может быть сведено к доверию, а формальное не может сводиться к писаному и гарантированному государством. Иными словами, нет однозначной поляризации формальных и неформальных институтов. Скорее, имеет место *континуум действий, опирающихся на разные механизмы поддержки доверия и модели принуждения к исполнению*.

В связи с этим высказывается предложение анализировать институты не в разрезе формальных и неформальных, а через их «форму» (модель организации) и «содержание» (смысл, функция) (гл. 4).

Влияние качества институтов на результат регулирования

Тезис 5: Рост государственного регулирования ведет к уменьшению экономического роста и увеличению неформальности. Но при высоком «качестве власти» этой связи может не быть.

Этот тезис отрабатывается на данных кросс-культурного сравнения (гл. 7). Выборка – 75 стран, в том числе 22 развитые и 53 развивающиеся. Используются данные конца 1990-х годов (авторы уверяют, что регулятивные тенденции инертны).

Авторы строят *индексы регулирования бизнеса* для стран, вошедших в выборку. Эти индексы отражают степень регулирования государством таких аспектов бизнеса, как: вход на рынок, торговые барьеры, финансовый рынок, контрактное право, банкротство, рынок труда, налоговое регулирование (р. 124). Затем проводится корреляционный анализ этих индексов (их усредненного значения) со средним доходом этих стран. Выясняется, что первые пять индексов отрицательно влияют на показатель дохода (ВВП). Регулирование рынка труда также имеет негативную корреляцию, но статистически незначимую. А вот налоговое регулирование имеет с доходом стран положительную корреляцию, что неудивительно, поскольку в богатых странах налоги выше (р. 125).

Далее по трем показателям (уровень политической коррупции, законности и демократии) строится *индекс «качества власти»* [governance index] (данные берутся из Международного справочника страновых рисков), который, как выясняется, имеет тесную связь с доходом стран (р. 128).

Но главные выводы («момент истины») приходятся на регрессионный анализ. Строятся две регрессии: отдельно для ежегодного роста ВВП и размера неформальной экономики, определяемой по критерию избегания регуляции. Речь идет о скрывающейся неформальной экономике, поэтому данные о ней берутся не из статистики, собираемой по методике МОТ, а из межстранового сравнительного исследования, проведенного под руководством Ф. Шнайдера. Что получилось?

Все виды регулирования, кроме фискального, негативно влияют на экономический рост. Но если «качество власти» высокое, то негативного воздействия регулирования на экономический рост практически не наблюдается (р. 138).

Регулирование ведет также к расширению неформальности, т.е. коэффициенты в уравнении регрессии (кроме фискального регулирования) положительные и статистически значимые (р. 141). Иными словами, чем больше регулирования, тем больше скрываема неформальная экономика. Но с ростом индекса «качества власти» эта связь ослабевает (например, в Японии, Испании и Греции). Что касается фискального регулирования, то при высоком значении индекса «качества власти» его рост ведет к уменьшению неформальности. Этот парадокс авторы объясняют через создание новых общественных благ и усиление налоговых органов. Но по мере «ухудшения власти» влияние фискального регулирования на неформальную экономику ослабевает. Так, при очень низком уровне этого индекса (например, в Колумбии и Пакистане) фискальное регулирование практически не влияет на неформальную экономику (р. 141): хоть поднимай налоги, хоть опускай, – граница теневой экономики не сдвинется.

Таким образом, рост регулирования вызывает замедление экономического роста и расширение неформальной экономики. Однако качество регулирования, понимаемое как институциональная рамка, имеет значение. В тех странах, где по оценке Всемирного банка институты характеризуются как более «правильные», регулирование может быть довольно эффективно. В других странах те же регулирующие меры ведут к развалу экономики: ее теневизации и замедлению экономического роста⁸.

Ситуационная привлекательность формальных правил

Тезис 6: Государственные правила (формальные институты) могут вызывать меньшее доверие в некоторых развивающихся странах (читай – при слабом государстве), чем неформальные институты. Предпочтительность формальных правил – результат сложной констелляции экономических, политических, культурных и идеологических факторов.

Мне казалось, что доказывать это – все равно что ломиться в открытую дверь. Но авторы не жалеют сил, пытаясь на многочисленных примерах показать, что при определенных условиях вполне рациональный субъект может предпочесть неформальный контракт формальному. И что неформальный контракт может быть более эффективным: например, неформальный кредитор получает долги быстрее, чем формальный через суд. И что формальные нормы могут «разъедаться» неформальными или быть «захваченными» ими. Для российских исследователей это едва ли новый ход. Порой читать неловко, настолько это многократно описано.

На полном серьезе делается ряд важных «открытий» (р. 80):

- оказывается, нелегальным может быть способ деятельности, а может – продукт или услуга. Последнее представляет собой криминальную экономику как часть (незначительную) неформальной экономики. Оставшаяся часть неформальной экономики связана с производством и распределением вполне легальных товаров и услуг, но произведенных в обход контроля и учета;
- оказывается, многие неформальные действия нелегальны потому, что законодательная среда слишком обременительна для исполнения (или отсутствует);

⁸ Очень похожие выводы о важности качества институтов делают российские ученые применительно к «ресурсному проклятию». Используя схожую идею кросс-национального исследования и технику регрессионного анализа, показывают, что «ресурсное проклятие» работает только при низком качестве институтов [Полтерович В., Попов В., Тонис А. Экономическая политика, качество институтов и механизмы «ресурсного проклятия». М.: Изд. дом ГУ–ВШЭ, 2007].

- оказывается, большинство неформалов согласились бы платить регистрационные взносы и налоги, если бы они видели для себя преимущества формализации;
- оказывается, более желательна формализация отношений найма для наемных работников, чем для работодателей. Неформальность наемных работников, как правило, вынужденная. Среди неформальной рабочей силы выше доля бедных, чем на формальном рынке труда;
- оказывается, надо различать формальную экономику (регулярные предприятия и защищенные работники) и формальную регулятивную среду (законы, меры государственной политики) (р. 83).

Общее правило двуедино: не спешите заменять неформальные правила формальными, а найдите в неформальном сильные стороны и их укрепляйте. А если формальные нормы не работают, не спешите их менять, создайте дискуссию с теми, кто от них уклоняется.

Это все правильно, но об этом написано уже так много, что текст может казаться новаторским только для тех, кто абсолютно «не в теме». Но это на уровне теории. Эмпирика же вполне достойна внимания, поскольку наше знание «неформального» зарубежья, как правило, ограничивается бестселлером Э. де Сото о ситуации в Лиме (Перу).

На примере Вьетнама рассматривается влияние финансовой либерализации на положение формальных и неформальных кредиторов (гл. 8). Традиционно Вьетнам имеет обширный неформальный финансовый сектор, который удовлетворяет кредитные потребности значительной части населения. Неформальное кредитование включает в себя (р. 147):

- займы у друзей, родственников, соседей;
- кредитование через кредитные ассоциации (типа кредитных кооперативов);
- продажу товаров владельцами магазинов в долг под будущий урожай.

На эти формы неформального кредитования в начале 1990-х приходилось примерно 60–70% всего рынка кредитов. При этом в формальном секторе средний кредит крупнее, а процентная ставка значительно ниже, чем при неформальном кредитовании, где многие кредиты были беспроцентными.

В 1995 г. во Вьетнаме прошла реформа, направленная на дерегулирование финансовой системы. Ее суть: облегчение входа на рынок для новых игроков, стимулирование прихода иностранных банков, либерализация процентной ставки.

Что изменилось с точки зрения соотношения формального и неформального кредитования домохозяйств? Продолжают лидировать неформальные кредиты, а по привлечению сбережений, как и до реформы, предпочтение отдается формальному сектору. Однако реформы 1990-х изменили соотношение формальной и неформальной финансовой активности во Вьетнаме: доля формального кредитования заметно увеличилась, хотя в абсолютном выражении неформальный сектор кредитования остается лидирующим. То есть статистика свидетельствует об успешности процесса формализации финансовой сферы. Однако в ходе эконометрического анализа удалось элиминировать воздействие всех остальных факторов, чтобы отследить «чистое» влияние либерализации. Оказалось, что «чистым» результатом дерегулирования финансового рынка стало снижение относительной роли формального финансового сектора. Интегральный же его рост связан с совершенно иными факторами.

Поучителен опыт Боливии в формализации прав собственности на леса (гл. 11). В 1996 г. в Боливии было децентрализовано управление лесами, и экономические агенты (в том числе фермеры) получили возможность оформить формальные права собственности на лесные

ресурсы. Все либерально мыслящие аналитики оценили этот шаг как исключительно положительный. Но практика показала его неоднозначность.

Воспользовались правом легализовать собственность на лесные массивы очень немногие. Отчасти дело в громоздкости формальных требований, выдвигаемых властью. Важную роль сыграла также политика государства по поддержке растениеводства и животноводства, что ослабляло желание людей иметь права собственности на лес. К тому же государственная политика по сокращению зоны неформальности в лесопользовании не сопровождалась акциями на поле СМИ, судебных процессов и пр.

Но главное, что в условиях экономической и политической нестабильности получившие право собственности крестьяне стремились побыстрее получить прибыль от этой собственности, а не выстроить долговременную стратегию использования леса. Де факто произошло снижение стимулов к инвестированию в лесное хозяйство. Иными словами, установление формальных прав собственности на лес оказалось недостаточным для превращения лесоводства в успешную коммерческую отрасль.

Заключение

Книга в очередной раз показала, что в современной науке дискуссии, посвященные неформальной экономике, кристаллизовались вокруг трех традиций (р. 84):

- *дуализм*: неформальная активность имеет слабую связь с формальной экономикой, представляя собой отдельный сектор (Sethuraman, Tokman). В этой традиции ведутся ожесточенные споры по измерению неформального сектора. Здесь же ратование за помощь неформальному сектору в виде кредитов, обучающих программ и пр. Связь с государственным регулированием в целом не рассматривается;
- *структурализм*: формальная и неформальная экономика неразрывно связаны, конкуренция вынуждает фирмы формального сектора уменьшать издержки за счет привлечения неформальных работников и включать неформальные фирмы в стоимостные цепи (вертикаль создания продукта) через систему субконтрактных отношений (Moser, Portes). В этой традиции звучит призыв к государству регулировать «неравные» коммерческие отношения между крупными фирмами и мелкими субподрядчиками, а также трудовые отношения;
- *легализм*: акцент на связи неформальных предприятий с формальной регулятивной средой, а не с формальными фирмами (de Soto). Утверждается, что государственное дерегулирование ведет к росту предпринимательской свободы. Правда, сам де Сото выступил адвокатом одной из форм регулирования – прав собственности.

Данная книга – это панорама летописей неформальности беднейших стран мира, выполненных в разных традициях – от дуализма до легализма. Более широкого сборника исследований (как в географическом, так и в методологическом смысле) я не знаю.

В данном случае лестно, что среди авторов нет россиян. Поставить Россию в ряд стран третьего мира было бы уж совсем странно. Хотя мэтр К. Харт не удержался от откровения, что у нас «правят КГБ и гангстеры» (р. 28), но, видимо, это такой риторический прием для возбуждения читателей. Все-таки умный человек.

Сборник преимущественно эмпирический. Для меня – к сожалению. Для кого-то – к счастью. Но думаю, что любители эмпирики разделят мои разочарования по поводу некоторых работ. Речь идет об описательности, назидательности и тенденциозности.

- *Описательность* плоха тем, что из нее нет выхода на обобщающие суждения. При всем моем уважении к индийским неформальным работникам читать бесконечные

статистические сводки, разбитые на виды деятельности, которым трудно найти аналог в России, довольно грустно (гл. 6). Тем более, что ничего не доказывается и не опровергается, а просто приводится как данность. Например, что среднее число работников на мануфактурных предприятиях выше, чем на предприятиях сферы услуг (р. 105). Можно еще узнать, что производительность труда выше на городских неформальных предприятиях, чем на сельских (р. 105). Если Вам это надо.

- *Назидательность* заменяет доказательность. Необходимость дать «зеленый свет» неформальному сектору развивающихся стран иногда кажется авторам единственной задачей развития. Например, создали правительства Южной Африки и Мозамбика так называемый Maputo Development Corridor, что позволило привлечь крупные западные компании к созданию ряда объектов. Но вот беда, не оперлись при этом на «внутренний» ресурс – неформальный сектор этих стран (гл. 9). А «нужно больше знать о возможностях неформальной экономики и усилить позитивный эффект ее существования политическими решениями» (р. 176). И дальше в том же духе. Странно, что власть не прислушалась к автору. Видно, такой уровень аргументации и в Африке не кажется достаточным.
- *Тенденциозность* проявляется в уходе от предмета разговора в область крайне общих рассуждений. Например, про перспективы неформального сектора в контексте создания глобального гражданского общества (гл. 3). Автор видит в транснациональных неправительственных организациях единственно возможных защитников неформальных институтов, поскольку НПО «не-суверены», тогда как суверенность является наиболее универсальной основой формальности. Полезность неправительственных организаций я не ставлю под сомнение. Примеры – налаживание работы больниц в Индонезии (гл. 12) и микрострахования в Индии (гл. 10). А вот полезность рассуждений о так называемом «мягком законе» [soft law] как спасении неформалов – ставлю. Soft law мыслится как что-то среднее между законом и увещанием, это международная норма будущего, отражающая переход глобальных неправительственных игроков из плоскости деловой активности в политику (р. 45–49). Неформальный сектор возникает в предисловии и заключении как частный пример того, на что может быть направлена забота неправительственных организаций. С минимальными переделками глава легко меняет предмет. Им может стать хоть про защита собак силами глобального гражданского общества.

В целом, книга отражает состояние исследований неформальности в развивающихся странах со всеми «плюсами» и «минусами». Часть выводов актуальна и вне третьего мира, что я попыталась показать. Очень хотелось бы надеяться на ответный ход развитых стран. Может быть, даже с участием России. Нам есть что сказать про неформальность. По крайней мере, данная книга не оставила впечатления, что в этой теме непочатый край для самообразования.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

ВЛАСТЬ И ДИСКРИМИНАЦИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКАХ: отношения розничных сетей и их поставщиков в современной России

Сроки реализации проекта: 2007–2008 гг.

Финансирование: Инновационная образовательная программа ГУ–ВШЭ.

Руководитель проекта: В.В. Радаев (первый проректор ГУ–ВШЭ, член экспертных групп по развитию торговли МЭРТ России и ФАС России).

Исследовательский коллектив:

А.А. Вейхер (зав. кафедрой методов и технологий социологических исследований Санкт-Петербургского филиала ГУ–ВШЭ)

В.А. Давиденко (зав. кафедрой экономической социологии Тюменского государственного университета)

З.В. Котельникова (научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ–ВШЭ)

А. Бушинова (студентка факультета социологии ГУ–ВШЭ)

Организационная поддержка: Е. Артюхова

Сбор данных: Аналитический центр Юрия Левады

Постановка проблемы

В 2006–2007 гг. стремительно растущий сектор российской розничной торговли привлек внимание структур государственного управления, в частности был принят Федеральный закон о розничных рынках; в МЭРТ РФ приступили к разработке более общего закона, регулирующего внутреннюю торговлю; кроме того, крупным розничным сетям было выдвинуто обвинение в доминировании (монополизме).

Федеральная антимонопольная служба РФ представила документ, содержащий 27 пунктов, согласно которым розничные сети дискриминируют поставщиков. Впоследствии возникли предложения об административном регулировании контрактных отношений и определении порога доминирования в розничной торговле (намного более жесткого, нежели в нынешнем законодательстве). Представители розничных сетей отвергают обвинения в монополизме и выдвигают встречные претензии к крупным поставщикам.

Между тем реальная ситуация не столь очевидна. Скорее всего, отношения дифференцированы по типам игроков и сегментам рынка. Возникает необходимость найти решения и более фундаментальной проблемы, связанной с пониманием природы и допустимых границ монополизма на потребительских рынках, а также содержанием отношений между производителями и конечным звеном единой цепи товародвижения.

Исследований, способных прояснить ситуацию и разрешить спор между двумя сторонами рыночных отношений, практически нет. Отдельные элементы анализа данной ситуации представлены в одном качественном исследовании розницы г. Санкт-Петербурга («Анализ положения крупных торговых сетей на розничном рынке продовольствия Санкт-Петербурга и практики их взаимодействия с предприятиями – поставщиками продовольствия». Центр исследования рыночной среды. 2005). Количественные данные по данной теме отсутствуют. Добавим, что в целом розничную торговлю пока незаслуженно обделяют своим вниманием эксперты и аналитики.

Цель и задачи исследования

Цель проекта – раскрыть структуры отношений власти и подчинения на российских потребительских рынках на примере взаимодействия розничных сетей и их поставщиков.

Основные задачи исследования:

- проверить наличие конкретных форм дискриминации на рынках в соответствии с 27 пунктами претензий ФАС РФ;
- сопоставить оценки представителей розничных сетей и поставщиков в отношении фиксируемой рыночной дискриминации;
- проследить изменения в характере контрактных отношений в зависимости от типов участников рынка и укрупненных товарных категорий;
- предложить рекомендации для органов государственной власти и ассоциаций участников рынка по урегулированию проблемных ситуаций и нахождению институциональных компромиссов.

Объект исследования

Эмпирическим объектом данного исследования являются отношения, которые складываются между двумя видами российских предприятий, непосредственно взаимодействующих друг с другом в единых цепях поставок товаров от производителей к потребителям.

Отбор предприятий. К обследуемым типам предприятий относятся:

- сетевые компании розничной торговли;
- поставщики сетевых компаний розничной торговли.

С одной стороны, опрашиваются представители национальных и локальных розничных сетей на основе генеральной совокупности сетевых компаний в исследуемых секторах рынка.

С другой стороны, опрашивается выборочная совокупность крупных и мелких производителей и дистрибуторов, напрямую работающих с розничными сетями в исследуемых секторах рынка.

Отбор отраслей. Анализируются два крупных сегмента потребительских рынков, охватывающих около 50% оборота розничной торговли: рынок продовольственных товаров и рынок бытовой техники и электроники.

На продуктовом рынке работает больше розничных сетей; он менее концентрирован; предприятия более универсальны, работают преимущественно с отечественными производителями; первая западная розничная сеть вошла на него в 1997 г.

Рынок бытовой техники и электроники значительно меньше по объему, более концентрирован; предприятия более специализированные, работают преимущественно с импортными товарами; первая западная розничная сеть вошла в 2006 г.

Отбор регионов. Для обследования выбраны пять российских регионов: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск и Тюмень. Во всех этих регионах активно развивается розничная торговля в ее современных сетевых форматах. При этом в Москве представлено наибольшее количество розничных сетей и поставщиков. В Санкт-Петербурге достигнут наивысший уровень концентрации современных торговых форматов. Оба региона ускоренно завоевываются федеральными и глобальными розничными сетями.

Екатеринбург и Новосибирск первоначально осваивались местными сетевыми структурами. В настоящее время здесь разворачивается борьба между федеральными, глобальными и местными сетями. Тюмень в этом отношении чуть отстает, но имеет хорошие перспективы как центр относительно обеспеченного региона.

Отбор респондентов. В качестве респондентов выступают менеджеры предприятий, включая:

- менеджеров по работе с поставщиками в розничных сетях;
- менеджеров по работе с розничными сетями в компаниях поставщиков.

В одной компании могут быть опрошены от одного до трех респондентов, если они отвечают за разные товарные группы.

Методы исследования

Для успешного выполнения поставленных задач сочетаются количественные и качественные методы сбора и анализа данных, включая стандартизованное анкетирование и полуструктурированные интервью.

Основным источником данных выступает анкетирование. Серия интервью служит базой для интерпретаций при анализе количественных данных.

Анкетный опрос. Опрашиваются 500 менеджеров, половина из которых представляет предприятия сетевой розничной торговли, половина – компании поставщиков. В каждом регионе опрашивается по 100 респондентов (возможны отклонения в пределах 10%). Не менее двух третей респондентов составляют представители компаний продуктового сектора.

Анкета включает преимущественно закрытые вопросы, нацеленные на фиксацию наличия или отсутствия фактов взаимной дискриминации в отношениях между поставщиками и сетями.

Серия интервью. Проводится 20 полуструктурированных интервью с менеджерами, среди которых 10 менеджеров предприятий сетевой розничной торговли и 10 менеджеров компаний поставщиков (преимущественно в двух регионах – Москве и Санкт-Петербурге).

Ожидаемые результаты

Собираются оригинальные данные, свидетельствующие о текущем состоянии сектора розничной торговли. Их анализ позволит выявить реальную картину отношений между сетевыми компаниями и поставщиками и сделать выводы по поводу наличия и отсутствия отдельных форм дискриминации. Будут сформулированы рекомендации для МЭРТ РФ и ФАС РФ по регулированию данного типа отношений. Будет подготовлена аналитическая записка для МЭРТ РФ.

По итогам исследования будут подготовлены научные статьи для публикации в ведущих академических журналах: «Вопросы экономики», «Российский журнал менеджмента», электронный журнал «Экономическая социология» и др. (начало публикаций планируется в 2008 г.)

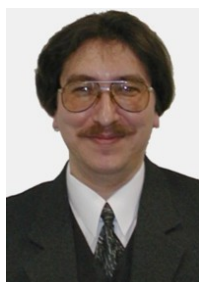
Материалы исследования будут использовать в преподавании курсов «Социология рынков» и «Прикладной анализ потребительских рынков», читаемых в рамках магистерской программы «Прикладные методы социального анализа рынков» факультета социологии ГУ–ВШЭ.

УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ

А.Х. Кутлалиев

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Для направления 521200 – Социология (подготовка бакалавра), для специальности 020300 – Социология (подготовка специалиста), для направления 521200 – Социология (подготовка магистра)



КУТЛАЛИЕВ

Асхат Хасянович – старший преподаватель кафедры методов сбора и анализа социологической информации ГУ–ВШЭ.

Email: akutlaliyev@hse.ru

СОДЕРЖАНИЕ ЛЕКЦИЙ, ВОПРОСЫ И ЛИТЕРАТУРА К СЕМИНАРАМ

Лекция 1. Роль маркетинговых исследований (МИ) и их точки соприкосновения с социологическими опросами.

Роль исследований в маркетинге. – Общественная и коммерческая ценность МИ. – Сходство и различие МИ и социологических исследований. – Этические проблемы социологических и маркетинговых исследований. – Международный кодекс проведения социологических и маркетинговых исследований ESOMAR/ICC.

Л и т е р а т у р а

Newman I., McNeil K. Conducting Survey Research in the Social Sciences. Lanham, Md.: University Press of America, 1998.

Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.

Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.

Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.

Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком. 2000.

Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности. М.: Добросвет, 2003г.

ESOMAR. International code of marketing and social research practice <http://www.esomar.org>

Лекция 2. Процесс маркетинговых исследований

Последовательность этапов маркетинговых исследований. – Определение проблемы, которую надо решить. – Формулирование целей исследования. – Выбор типа исследования. Разведывательные, описательные и причинно-следственные исследования.

Литература

Newman I., McNeil K. Conducting Survey Research in the Social Sciences. Lanham, Md.: University Press of America, 1998.

Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.

Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.

Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.

Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком, 2000.

Семинар 1

1. Обсуждение сходства и различий маркетинговых и социологических исследований. Рассмотрение основных положений кодекса ESOMAR и наиболее важных статей кодекса.
2. Последовательность этапов МИ. Практические занятия по темам «преобразование проблемы, требующей решения, в проблему, требующую исследования», «формулирование целей и задач исследования на основе выявленной проблемы», «выбор типа исследования».

Лекция 3. Процесс маркетинговых исследований

Определение метода сбора информации. – Дизайн анкеты или иного инструмента сбора данных. – Расчет выборки, полевые работы. – Анализ и интерпретация данных. – Подготовка отчета по результатам исследования.

Литература

Newman I., McNeil K. Conducting Survey Research in the Social Sciences. Lanham, Md.: University Press of America, 1998.

Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.

Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.

Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.

Токарев Б.Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации. М.: Экономист, 2004.

Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком, 2000.

Лекция 4. Методы сбора данных

Вторичные данные и характеристики их источников. – Первичные данные и характеристики их источников. – Некоторые методы анализа вторичной информации.

Литература

Newman I., McNeil K. Conducting Survey Research in the Social Sciences. Lanham, Md.: University Press of America, 1998.

Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.

Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.

Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.

Токарев Б.Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации. М.: Экономист, 2004.

Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком, 2000.

Семинар 2

1. Практические занятия по этапам подготовки и реализации плана маркетинговых исследований и подготовки отчета.
2. Обсуждение особенностей использования вторичных источников информации.

Лекция 5. Методы маркетинговых исследований. Изучение потребителей

Изучение потребителей. Модели потребительского поведения. – Исследование U&A – принципы, целевая группа, выборка. – Исследование U&A – дизайн анкеты. – Исследование U&A – основные методы анализа.

Литература

Newman I., McNeil K. Conducting Survey Research in the Social Sciences. Lanham, Md.: University Press of America, 1998.

Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.

Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.

Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.

Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге. СПб.: Питер, 2001.

Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком, 2000.

Энджел Д.Ф., Блэкуэлл Р.Д., Миниард П.У. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000.

Лекция 6. Методы маркетинговых исследований. Сегментация потребителей

Типы сегментации. – Принципы сегментации. – Методы сегментации. Статистический и эвристический подходы. – Стиль жизни и психографические характеристики. AIO, VALS. VALS-2, LOV.

Литература

Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.

Гантер Б., Фернхам А. Типы потребителей: Введение в психографику. СПб.: Питер, 2001.

- Голубков Е.П.* Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.
- Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. М. Вонг. СПб.: ИД «Вильямс», 1998.
- Малхотра Н.К.* Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.
- Росситер Дж., Перси Л.* Реклама и продвижение товаров. СПб.: Питер, 2001.
- Фоксол Г., Голдсмит Р., Браун С.* Психология потребителя в маркетинге. СПб.: Питер, 2001.
- Черчилль Г.А.* Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком, 2000.
- Энджел Д.Ф., Блэкуэлл Р.Д., Миниард П.У.* Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2000.

Семинар 3

1. Обсуждение методов исследования U&A на практических примерах реализации.
2. Обсуждение типов и принципов сегментации. Анализ методов и программного обеспечения для проведения сегментации.
3. Домашнее задание 1 «Сегментация потребителей». Постановка задачи, обсуждение.

Лекция 7. Методы маркетинговых исследований. Тестирование продуктов

Тестирование продуктов. Основные принципы. – Виды тестов и разбор методик. – Особенности статистического вывода. Значимость критерия и мощность критерия.

Литература

- Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.
- Голубков Е.П.* Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.
- Малхотра Н.К.* Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.
- Черчилль Г.А.* Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком, 2000.

Лекция 8. Методы маркетинговых исследований

Цены, ценовая чувствительность и эластичность. – Основные понятия в ценовых исследованиях. – Ценовые исследования без учета конкурентного окружения. – Ценовые исследования с учетом конкурентного окружения.

Литература

- Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.
- Голубков Е.П.* Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.
- Черчилль Г.А.* Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком, 2000.

Семинар 4

1. Обсуждение особенностей тестирования новых продуктов и статистического анализа.
2. Домашнее задание 2 «Расчет ошибок первого и второго рода по результатам тестирования продуктов». Постановка задачи.
3. Обсуждение проблем ценовых исследований. Анализ кривой спроса от цены.
4. Домашнее задание 3 «Расчет эластичности спроса от цены. Анализ функции спроса по данным ценовых исследований» Постановка задачи.

Лекция 9. Методы маркетинговых исследований. ЖЦТ и прогнозирование

Жизненный цикл товара. – Диффузная модель Роджерса. – Модель Басса и дальнейшие модификации. – Методы маркетингового прогнозирования.

Литература

Bass F.M. A New Product Growth Model For Consumer Durables // *Management Science*. 1969. Vol. 15. № 5. 215–227.

Rogers E.M. Diffusion of innovations. N.Y.: The Free Press, 1995.

Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.

Дуброва Т.А. Статистические методы прогнозирования. М.: Юнити-Дана, 2003.

Кэндэл М. Временные ряды. М.: Финансы и статистика, 1981.

Лукашин Ю.П. Адаптивные методы краткосрочного прогнозирования. М.: Статистика, 1979.

Льюис К.Д. Методы прогнозирования экономических показателей. М.: Финансы и статистика, 1986.

Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.

Ханк Д.Э., Уичери Д.У., Райтс А.Дж. Бизнес-прогнозирование. М.: ИД «Вильямс», 2003.

Лекция 10. Методы маркетинговых исследований. Потенциал рынка

Потенциал рынка. Доля рынка. – Репрезентативные опросы. Общенациональные опросы. – Аудит розничной торговли. – Панель домашних хозяйств (потребительская панель).

Литература

Bass F.M. A New Product Growth Model For Consumer Durables // *Management Science*. 1969. Vol. 15. № 5. 215–227.

Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.

Беляев В.И. Маркетинговый анализ. М.: 1999.

Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.

Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.

Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком, 2000.

Семинар 5

1. Обсуждение домашнего задания к семинару.

Лекция 11. Методы маркетинговых исследований. Отчеты об исследованиях.

Форма и план письменного отчета. – Графическое представление результатов. – Устный отчет и его презентация.

Литература

Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.

Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.

Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.

Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком, 2000.

Лекция 12. Методы маркетинговых исследований. План-заказ и бюджет МИ

Запрос на проведение маркетинговых исследований (бриф). – Предложение на проведение МИ. – Составление плана МИ и бюджета исследования. – Составление бюджета исследования (калькуляция проекта). – Контроль за ходом маркетинговых исследований.

Литература

Маркетинговые исследования / Д.А. Аакер, А. Кумар, Дж.С. Дэй. М.: Питер, 2004.

Бурдей К., Дембо О. Как не ограбить самого себя, заказав маркетинговое исследование // YES. 1999. № 4.

Бурдей К., Дембо О. Чтобы узнать что-то рынке, надо знать, как об этом спросить // YES. 2000. № 2.

Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, методология и практика. М.: Финпресс, 2000.

Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. М.: ИД «Вильямс», 2002.

Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. СПб.: Питер Ком, 2000.

Семинар 6

1. Конкурсная работа «Составление предложения на проведение маркетинговых исследований в ответ на запрос заказчика». Постановка задачи.

ПРИМЕРНЫЙ СПИСОК ЭКЗАМЕНАЦИОННЫХ ВОПРОСОВ

1. Маркетинговые и социологические исследования: сходства и различия.
2. Международный кодекс ESOMAR – основные положения и требования к проведению маркетинговых исследований.
3. Процесс маркетинговых исследований. Последовательность этапов.
4. Процесс маркетинговых исследований. Определение проблемы
5. Процесс маркетинговых исследований. Построение плана маркетинговых исследований.
6. Процесс маркетинговых исследований. Типы исследований.
7. Вторичные источники данных. Основные характеристики.
8. Первичные источники данных. Основные характеристики.
9. Изучение потребителей.
10. Исследование U&A – принципы и основные методы анализа.
11. Сегментация потребителей.
12. Стиль жизни и психографические характеристики.
13. Тестирование продуктов.
14. Методики и особенности статистического вывода в тестировании продуктов.
15. Цены, ценовая чувствительность и эластичность. Основные понятия.
16. Ценовые исследования без учета конкурентного окружения.
17. Ценовые исследования с учетом конкурентного окружения.
18. Жизненный цикл товара.
19. Методы маркетингового прогнозирования.
20. Потенциал рынка. Доля рынка.
21. Аудит розничной торговли.
22. Панель домашних хозяйств (потребительская панель).
23. Отчеты об исследованиях. Форма и план письменного отчета.
24. Отчеты об исследованиях. Графическое представление результатов.
25. Отчеты об исследованиях. Устный отчет и его презентация.
26. Составление бюджета исследования.
27. Составление заказа на маркетинговые исследования.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Название темы	Всего часов	Аудиторные часы		Самостоятельная работа
			Лекции	Сем. и практ. занятия	
1	Роль маркетинговых исследований (МИ) и их точки соприкосновения с социологическими опросами	4	2	2	
2	Процесс маркетинговых исследований	4	2	2	
3	Первичные и вторичные данные	4	2	2	
4	Методы маркетинговых исследований Изучение потребителей	4	2	2	
5	Методы маркетинговых исследований Сегментация потребителей	8	4	4	
6	Методы маркетинговых исследований Тестирование продуктов	8	4	4	
7	Методы маркетинговых исследований Ценовые исследования	8	4	4	
8	Методы маркетинговых исследований Жизненный цикл товара. Методы маркетингового прогнозирования.	8	4	4	
9	Методы маркетинговых исследований Потенциал рынка	4	2	2	
10	Методы маркетинговых исследований Отчеты об исследованиях	4	2	2	
	ИТОГО	56	28	28	84

КОНФЕРЕНЦИИ

Вторая международная конференция «КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ РОЛИ СОВЕТОВ ДИРЕКТОРОВ»

28–29 ноября 2007 г.

Государственный университет – Высшая школа экономики

28 ноября 2007

Сессия 1. Перспективы корпоративного управления

Председатели: *Ирина Ивашковская* (ГУ–ВШЭ); *Андрей Хазин* (Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, ГУ–ВШЭ)

Вступительное слово:

Андрей Яковлев (проректор ГУ–ВШЭ), *Андрей Хазин*

Доклады:

Paul Laux (College of Business and Economics, University of Delaware, USA). «Структура совета директоров и привлечение капитала путем вторичных размещений акций: исследование реакции рынка»

Георгий Клейнер (ЦЭМИ РАН). «Корпоративное управление: системный подход»

Hugh Grove (University of Denver, USA). «Корпоративное управление и вознаграждение исполнительных директоров: исследование реакции рынка на манипуляции с заработной платой»

David Conklin (Schulich Business School, Canada). «Корпоративные финансы и корпоративное управление: зоны взаимодействия на примере опыта компаний Канады»

Вениамин Лившиц, Наталия Белоусова, Елена Васильева (Институт системного анализа РАН). «Проблемы государственного регулирования в переходной российской экономике»

Сессия 2. Исследования корпоративного управления**Председатель:** *Paul Laux* (College of Business and Economics, University of Delaware, USA)**Доклады:***Giovanni Urga* (CASS Business School, City University, London). «Когда мажоритарные акционеры живут как короли? Опыт телекома Италии»*Ирина Иваишкова* (Лаборатория корпоративных финансов ГУ–ВШЭ), *Игорь Беликов* (Российский институт директоров). «Советы директоров и корпоративная эффективность в переходной экономике: исследование на базе Национального рейтинга РИД- Эксперт РА»*David Russell* (Ecole Superior de Gestion, Paris, France). «Роль независимых директоров в деятельности советов: теоретические рамки оценки с позиций компетенций»*Иван Родионов, Павел Старюк* (ГУ–ВШЭ). «Управление стоимостью компании как основная задача эффективного собственника»*Андрей Верников* (ГУ–ВШЭ). «Роль советов директоров в системе корпоративного управления, создаваемой контролирующими акционерами: опыт российских банков»*Татьяна Ковалева* (ИМИСП, Санкт-Петербург). «Эффективность работы совета директоров в компаниях малого и среднего бизнеса»**Сессия 3. Прозрачность и репутация****Председатель:** *Александр Сеттлз* (ГУ–ВШЭ)**Доклады:***Arif Zaman* (Henley Management College, UK). «Репутационные риски и корпоративное управление»*Светлана Бородина* (Standard & Poor's). «Информационная прозрачность российских компаний»*Michele Meoli* (University of Bergamo, Italy). «Действительно ли выпуск прав защищает миноритарных акционеров? Эмпирическое доказательство на основе кейса Италии»*Жанна Беляева* (Уральский государственный технический университет). «На пути к великому: набор компетенций для российских корпораций»*Владимир Егоров* (Европейская комиссия по экономическим взаимоотношениям). «Построение модели прозрачной и управляемой системы инвестиций и корпоративное управление»

29 ноября 2007

Сессия 4. Исследования корпоративного управления**Председатель:** *Ирина Беляева* (Финансовая академия при правительстве РФ)**Доклады:***Igor Filatotchev* (Sir John Cass Business School, City University London, UK). «Организационный подход к сравнительному анализу корпоративного управления»*Сергей Гуриев* (Российская экономическая школа). «Раскрытие информации корпорациями и ресурсное проклятие»

- Александр Семтлз* (ГУ–ВШЭ). «Изменения в корпоративном управлении, вызванные выходом на международный рынок капитала: роль IPO, SPO и выпусков корпоративных облигаций в практике российских компаний на протяжении 2005–2007»
- Екатерина Никитчанова, Константин Гуляев* (Экспертный центр РИД). «Тенденции развития корпоративного управления в российских компаниях за 2003–2006 гг.»
- J. Augusto Felício* (ISEG – School of Economics and Management, Technical University of Lisbon, Portugal). «Корпоративное управление в семейных фирмах: эмпирическое исследование малых и средних компаний»
- Людмила Ружанская* (Уральский государственный университет). «Развитие механизма совета директоров: подходит ли теория к российской практике?»
- Ирина Иваишковская, Анастасия Степанова* (ГУ–ВШЭ). «Влияние структуры собственности на корпоративную эффективность в условиях растущего рынка капитала»
- Евгений Франк* (Самарский государственный университет). «Корпоративное управление в странах СНГ: сравнительный анализ»

Сессия 5. 13:30 – 15:30 Устойчивый рост бизнеса

Председатель: *Igor Filatotchev* (Sir John Cass Business School, City University London, UK).

Доклады:

- Джорджия Петкоски* (Институт Всемирного банка). «Корпоративное управление и региональная конкурентоспособность»
- Ирина Беляева* (Финансовая Академия при правительстве РФ). «Корпоративная социальная ответственность: проблемы взаимодействия бизнеса и власти»
- Леонид Полищук* (Центр IRIS Университета штата Мэриленд). «Нормативные основания и коммерческие мотивы корпоративной социальной ответственности»
- Ichiro Iwasaki* (Institute of Economic Research, Hitotsubashi University, Japan). «Детерминанты структуры советов директоров в переходной экономике: исследование по России»
- Алексей Костин* (исполнительный директор НП «КСО – Русский Центр»). «Корпоративная социальная ответственность: зачем это бизнесу и в чем роль государства?»
- Елена Феоктистова* (РСПП). «Отчеты о социальной ответственности в России: анализ реестра РСПП».
- Любовь Аленичева* (Агентство социальной информации). «Опыт подготовки нефинансовых отчетов в России»
- Станислав Колесниченко* (Отдел корпоративных финансов КПМГ). «Корпоративное управление с позиций стейкхолдеров»
- Виктор Солнцев* (Ассоциация независимых директоров). «Система корпоративного управления на предприятиях среднего бизнеса»
- Ирина Ткаченко* (Институт корпоративного управления и предпринимательства, Уральский государственный экономический университет). «Опыт разработки и реализации образовательных проектов по корпоративному управлению»
- Денис Гаврилов* (ГУ–ВШЭ, Институт оценки программ и политики). «Оценка влияния программ корпоративной социальной ответственности на имидж компании»

Дмитрий Михеев (Центр корпоративного обучения ИБДА (IBS) Академии народного хозяйства при Правительстве РФ). «Стратегия процветания: Выстраивание гармоничных отношений со средой»

Дмитрий Крутиков (Уральский государственный университет). «Влияние механизмов корпоративного управления на структуру капитала российских компаний: опыт Уральского региона»

Круглый стол «Корпоративное управление и устойчивый рост: взгляд со стороны бизнеса»

Председатель: *Геннадий Константинов* (ГУ–ВШЭ)

Выступающие:

Aleksander Shkolnikov (Center for International Private Enterprise, Washington, D.C. USA). «Развитие цивилизованной экономики: роль корпоративного управления в создании конкурентоспособности»

Александр Першиков (финансовая корпорация Уралсиб). «Корпоративные управление и интересы общества: способы взаимодействия»

Галина Ефремова (КПМГ)

Ольга Миллер (ОАО «ТрансКонтейнер»). «Корпоративное управление в холдинговой компании»

Светлана Лакина (ОАО «Холдинг Оптима-Инвест»). «Дивидендная политика как инструмент управления стоимостью компании или как договориться о распределении прибыли».

Оксана Деряшева (ОАО «Фондовая биржа РТС»). «Обязательные требования по корпоративному поведению для листинга в России»

Nicholas C. Rytel (Ernst & Young)

Сергей Андрейкин (Департамент управления дочерними и зависимыми обществами ОАО «РЖД»). «Векторы развития корпоративного управления (динамика проблемного поля)»

Анна Маткова (ОАО «Фондовая биржа РТС»). «Корпоративное управление в России с точки зрения иностранного инвестора»

Владимир Вербицкий (РИД, ОАО «Новороссийское морское пароходство», ОАО «Концерн Энеромера»). «Практика работы СД средних российских компаний и компаний с госучастием»

Роман Кувишинов (ЗАО «Гражданские самолеты Сухого»). «Корпоративное управление в России: мнения «потребителей», эволюция взглядов»

Юрий Гусев (консорциум «Бизнес и общество»). «Взаимодействия бизнеса с государством и гражданским обществом: международный опыт и российская практика управления рисками»

Сергей Моисеев (Московская финансово-промышленная академия). «Политика вознаграждения топ-менеджеров в российских банках»

Андрей Борзых (веб-проект «Корпорации: право, экономика, управление»). «Каким должен быть индикатор корпоративного управления в России?»

**Сообщество профессиональных социологов
Институт социологии РАН
Факультет социологии ГУ–ВШЭ
Российский гуманитарный научный фонд**

**Ежегодная конференция Сообщества профессиональных социологов
«СОЦИОЛОГИЯ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ:
ДИАГНОЗ ТЕНДЕНЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВ»**

Факультет социологии ГУ–ВШЭ

15 декабря 2007 г.

	Первый стрим	Второй стрим	Третий стрим	Четвертый стрим
09:20-10:30	Ауд. 435	Ауд. 300	Ауд.301	Ауд.311
	Что такое «социология публичной сферы»? Ведущая: Е.Р. Ярская-Смирнова	Студенческий научный клуб «Город»: ранняя профессионализация в социологии Ведущий: И. Чириков	Социология предпринимательства: российские и мировые тенденции Ведущий: А.Ю. Чепуренко	Новое в методах преподавания социологии. Презентация курсов Ведущий: А.А. Кожанов
10:40-12:00	Ауд.435	Ауд. 300	Ауд.301	Ауд. 622
	Реальность виртуального мира потребления (Проект ГУ–ВШЭ «Визуальный анализ виртуального мира») Ведущий: Т.И. Черняева	Теневая экономика и неправомерные практики в современной России Ведущие: С.Ю. Барсукова, Н.Р. Шушанян	Памяти Ю.Н.Давыдова. Российская и мировая социологическая культура Ведущая: И.Ф. Девятко	
12.10-14-00	Ауд.435	Ауд.300	Ауд.317	Ауд.622
	Этническая идентичность: динамика развития Ведущая: Л.М. Дробижева	Презентация книг Н.И. Лапина и А.Г. Здравомыслова «Общая социология»	Памяти Ю.А. Левады. Этические основания социологической профессии Ведущий: А.Г.Левинсон	Пути России: система координат (по последним исследованиям и публикациям) Мастер-класс О.И. Шкаратана

15:00-16:30	Ауд. 317
	<p style="text-align: center;">ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ</p> <p>Вступительное слово и председательствует: Н.Е.Покровский, президент СоПСо</p> <p>Докладчик: проф. В.В. Радаев «Возможна ли позитивная программа для российской социологии?»</p> <p>Выступления:</p> <p>чл.-корр. РАН М.К. Горшков чл.-корр. РАН Н.И. Лапин проф.В.А. Ядов проф.А.Ю. Чепуренко проф.Н.Г. Скворцов проф.А.Г. Эфендиев проф. О.И. Шкаратан</p>
17:45-18:50	Дискуссия по докладу и выступлениям
18:00-19:00	<p>Отчетно-выборное собрание</p> <p>Председательствует чл.-корр. РАН Н.И. Лапин</p>

Приглашение на конференцию можно получить по адресу: office@sociolog.net или по телефону (495) 152-02-31 (кафедра общей социологии ГУ–ВШЭ).

В программе конференции возможны изменения.