



# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

**Интервью с Иммануилом  
Валлерстайном**

**Стребков Д. О., Шевчук А. В.**  
Фрилансеры на электронных рынках:  
роль социальных связей.

**Уайт Х.** Рынки и фирмы:  
размышления о перспективах  
экономической социологии

**Фадеева О. П.** Земельный вопрос  
на селе: наступит ли «момент истины»?



Журнал выходит пять раз в год:

№ 1 – январь,

№ 2 – март,

№ 3 – май,

№ 4 – сентябрь,

№ 5 – ноябрь.

Учредители:

- Государственный университет  
Высшая школа экономики;
- В. В. Радаев



## Редакция

<b>Главный редактор:</b>	Радаев Вадим Валерьевич
<b>Редактор выпуска:</b>	Соколова Татьяна Виленовна
<b>Сотрудники редакции:</b>	Александрова Елена Сергеевна Котельникова Зоя Владиславовна
<b>Корректор:</b>	Хорошкина Саида Махмудовна

## Редакционный совет

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

# Содержание

Вступительное слово главного редактора ( <i>В. В. Радаев</i> ) .....	4
<b>Интервью</b>	
Интервью с Иммануилом Валлерстайном: «Система знания тоже оказалась в кризисе...» (перевод <i>Д. А. Крылова</i> ) .....	7
<b>Новые тексты</b>	
<i>Д. О. Стребков, А. В. Шевчук</i> Фрилансеры на электронных рынках: роль социальных связей .....	11
<b>Новые переводы</b>	
<i>Х. Уайт</i> Рынки и фирмы: размышления о перспективах экономической социологии (перевод <i>М. С. Добряковой</i> ) .....	33
<b>Взгляд из регионов</b>	
<i>О. П. Фадеева</i> Земельный вопрос на селе: наступит ли «момент истины»? .....	50
<b>Дебютные работы</b>	
<i>М. Е. Маркин</i> Социальная обусловленность возникновения деловых отношений: выбор бизнес-партнёров в российской розничной торговле .....	72
<b>Профессиональные обзоры</b>	
<i>Е. В. Гладникова</i> Обзор подходов к исследованию частных межпоколенных трансфертов .....	93
<b>Новые книги</b>	
<i>С. Ю. Барсукова</i> Российский крупный бизнес: неформально по-крупному. Рецензия на книгу Паппэ Я. Ш., Галухина Я. С. <i>Российский крупный бизнес: первые 15 лет. Экономические хроники</i> <i>1993–2008 гг.</i> (ИД ГУ ВШЭ, 2009) .....	111
<b>Исследовательские проекты</b>	
Мониторинг поведения домохозяйств ( <i>рук. — В. В. Радаев</i> ) .....	118
<b>Учебные программы</b>	
<i>О. В. Синявская</i> Европейское социальное государство и его трансформация перед вызовами глобализации и миграции .....	121
<b>Конференции</b>	
The SASE Mini-conference «Price and Value in Markets and Firms», Paris, July 16–18, 2009 .....	139
Первый российский экономический конгресс, Москва, 7–12 декабря 2009 г. ....	142
Contents and Abstracts .....	144
About the Authors .....	147

## VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



У нас вновь хорошие новости. На исходе лета был объявлен общероссийский конкурс на звание научно-исследовательского университета. Это вторая попытка выделить группу ведущих российских вузов и предоставить им дополнительные возможности для развития, то есть сделать на уровне государственной политики то, что было успешно реализовано в Китае более десяти лет назад. Первая попытка была связана с реализацией в 2006–2008 годах национального проекта «Образование», когда 57 отобранных на конкурсной основе российских вузов получили двухлетнее финансирование своих инновационных образовательных программ. Но по истечении двух лет национальный проект был неожиданно прерван, и новые механизмы (в который раз) не заработали. И вот новый конкурс, сотни участников. Итоги подведены в октябре: ГУ ВШЭ опять вошёл в число победителей. Речь идёт не только о пятилетнем финансировании инфраструктуры развития, но и о высоком статусе, который должен предоста-

вить более широкие возможности для реализации наших планов, заложенных в и без того амбициозную программу развития до 2020 г.

Завершая несколько пафосное вступление, обратимся к краткому обзору материалов ноябрьского номера нашего журнала.

В рубрике «**Интервью**» мы публикуем перевод беседы с социологом, имя которого известно, пожалуй, всем читателям. Это *Иммануил Валлерстайн* (Йельский университет, США). В сентябре этого года Валлерстайн выступил в Москве на конференции «Возвращение политэкономии: к анализу возможных параметров мира после кризиса», организованной в сентябре 2009 г. Институтом общественного проектирования и журналом «Эксперт» и прошедшей в легендарном Политехническом музее. Конференция собрала группу очень сильных неомарксистов, которые воспрянули на фоне финансового кризиса и обратились к активной критике капиталистической системы. В интервью, записанном *Д. Крыловым*, Валлерстайн говорит о преодолении глобального кризиса и дисциплинарной разобщённости социальных наук. Осталось напомнить, что И. Валлерстайн является почётным профессором ГУ ВШЭ.

В рубрике «**Новые тексты**» публикуется работа *Д. О. Стребкова* и *А. В. Шевчука* (ГУ ВШЭ), в которой речь идёт о части результатов уникального исследования более чем восьми с половиной тысяч российских фрилансеров. Данные получены в ходе онлайн-опроса, проведённого авторами статьи в декабре 2008 г. на сайте Free-lance.ru. В работе рассматриваются определённые аспекты деятельности самозанятых профессионалов (фрилансеров), связанные с отношениями между фрилансерами и заказчиками их услуг. Показывается, как накапливаемый фрилансерами социальный капитал помогает им искать работу, приносит более высокий доход и уменьшает риски неисполнения договорных обязательств со стороны заказчиков.

В рубрике «**Новые переводы**» мы предлагаем перевод текста *Харрисона Уайта* (Колумбийский университет, США) «Рынки и фирмы: размышления о перспективах экономической социологии». Статья была передана мне профессором Уайтом до её публикации на английском языке<sup>1</sup>. Ранее этот перевод публиковался в книге «Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу» (М.: РОССПЭН, 2002). Однако всё это время данная важная статья (и единственный пока перевод Х. Уайта, если не считать его интервью в нашем журнале: 2004. Т. 5. № 1. С. 6–15) оставалась недоступной в режиме онлайн. Кроме того, дополнительная работа с этим весьма сложным текстом

<sup>1</sup> См.: White H. 2002. Markets and Firms: Notes Towards the Future of Economic Sociology. In: Guillen M., Collins R., England P., Meyer M. (eds.). *New Directions in Economic Sociology: Developments in an Emerging Field*. N. Y.: Russell Sage; 129–147.

позволила сделать некоторые важные терминологические уточнения в переводе, осуществлённом ранее *М. С. Добряковой*. В этом номере статья публикуется в новой по сравнению с книжным изданием редакции, подготовленной *Г. Б. Юдиным*.

В рубрике «**Взгляд из регионов**» публикуется статья *О. П. Фадеевой*, старшего научного сотрудника Института экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения Академии наук (Новосибирск). Её работа посвящена вечно актуальному земельному вопросу; в ней исследуются история и современное состояние земельных отношений, анализируется пересечение и столкновение интересов разных групп, возникающее из-за неопределённости прав собственности на землю и конкурентной борьбы за лучшие ресурсы. Информационной основой статьи стали материалы 15 глубинных интервью с главами крупных фермерских хозяйств, руководителями и специалистами сельскохозяйственных предприятий, а также представителями районной администрации и главой муниципального района. Интервью собраны летом 2008 г. в одном из сельских районов Кемеровской области.

В рубрике «**Дебюты**» нас ожидает работа *М. Е. Маркина*, магистранта факультета социологии ГУ ВШЭ, посвящённая проблеме зарождения социальных отношений между фирмами в сфере торговли, и дающая ответ на вопрос, как возникают деловые отношения между поставщиками и ритейлерами. Опираясь на структурный (сетевой) подход в экономической социологии, автор показывает, что механизм выбора бизнес-партнёров представляет собой сложный процесс, не сводимый лишь к оценке выгоды сделки. Теоретические выводы подкрепляются анализом эмпирических данных, полученных в ходе стандартизированного опроса 500 менеджеров — представителей розничных сетей и поставщиков продукции в пяти городах России. Это ещё одна часть большого исследовательского проекта о взаимоотношениях участников рынка в современном российском ритейле. Результаты предыдущих частей проекта см. (в том числе): *Экономическая социология*. 2009. Т. 10. № 1. С. 19–56.

В рубрике «**Профессиональные обзоры**» мы публикуем статью *Е. В. Гладниковой*, аспирантки кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ, знакомящую с подходами к исследованию частных межпоколенных трансфертов. В этом обзоре представлены теоретические работы и эмпирические исследования, проведённые экономистами, социологами и демографами.

Рубрика «**Новые книги**» продолжает знакомить с важной специальной литературой и представляет новую рецензию *С. Ю. Барсуковой*, на этот раз — на книгу Я. Ш. Паппэ и Я. С. Галухиной «Российский крупный бизнес: первые 15 лет. Экономические хроники 1993–2008 гг.» (М.: ИД ГУ ВШЭ, 2009). Мы узнаем, как в 1990-е годы происходила конвертация банковских капиталов в собственность крупнейших предприятий, как складывались основные субъекты крупного бизнеса в виде преимущественно *неформальных образований*, как запутанные и изменчивые формальные отношения собственности защищали от противоречивого законодательства и вмешательства властей, как вектор развития поворачивался в сторону формализации принципов деятельности и формирования двухполюсной модели крупного бизнеса, где одни предприниматели покупали зарубежные активы, а другие продавались иностранным инвесторам. Интересная рецензия об интересной книге.

Для рубрики «**Исследовательские проекты**» было отобрано описание подготовленного Лабораторией экономико-социологических исследований на базе Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ/RLMS) панельного социологического обследования домохозяйств и инновационного поведения населения, которое в дальнейшем будет осуществляться ежегодно. Руководители — *В. В. Радаев, Я. М. Рощина, Л. Я. Косалс*. В процессе организации 18-й волны панельного обследования РМЭЗ будут реализованы два дополнительных модуля: «Инновационное поведение населения» и «Комплексные экономические стратегии домохозяйств». Проект реализуется при финансовой поддержке Центра фундаментальных исследований ГУ ВШЭ.

Заглянув в раздел «**Учебные программы**», вы найдёте программу дисциплины «Европейское социальное государство и его трансформация перед вызовами глобализации и миграции» *О. В. Синявской* (Независимый институт социальной политики). Дисциплина читается студентам II курса магистерской программы «Европейские исследования» факультета мировой экономики и мировой политики ГУ ВШЭ.

Наконец, в рубрике «**Конференции**» мы рассказываем о прошедшей летом 2009 г. в Париже мини-конференции «Цена и стоимость на рынках и в фирмах», организованной Й. Бекертом и П. Асперсом (Институт изучения обществ им. Макса Планка, Кёльн) и прошедшей в рамках работы ежегодной конференции Общества по развитию социэкономии (SASE).

Кроме того, мы информируем читателей о приближающемся первом Российском экономическом конгрессе (декабрь 2009 г.), где состоится специальная секция по экономической социологии, а также круглый стол «Социальная структура российского общества».

\* \* \*

Хочется ещё раз поздравить себя и коллег с получением ГУ ВШЭ статуса научно-исследовательского университета. Конечно, мы и так знали, что ГУ ВШЭ — исследовательский университет. Но всё равно приятно.

## ИНТЕРВЬЮ

# Интервью с Иммануилом Валлерстайном: «Система знания тоже оказалась в кризисе...»



**ВАЛЛЕРСТАЙН Иммануил** (Wallerstein, Immanuel) — старший научный сотрудник факультета социологии Йельского университета (Нью-Хейвен, США).

E-mail: [immanuel.wallerstein@yale.edu](mailto:immanuel.wallerstein@yale.edu)

*Иммануил Валлерстайн — старший научный сотрудник факультета социологии Йельского университета (Нью-Хейвен, США). Его первые работы были посвящены изучению Африки, затем он занялся историческим анализом развития и функционирования глобальных социальных систем (Wallerstein 2000). С 1994 по 1998 годы возглавлял Международную социологическую ассоциацию. В 2003 г. его выдающиеся успехи были отмечены наградой Американской социологической ассоциацией. Автор более 40 книг. К его последним работам относятся «Европейский универсализм: риторика силы» (Wallerstein 2006), «Африка: политика независимости и единения» (Wallerstein 2005a), «Современная миросистема в долгосрочной перспективе» (Wallerstein 2005b).*

— Тема глобального экономического кризиса продолжает занимать умы многих людей, в том числе учёных и исследователей. А что Вы думаете о кризисе социологической науки? Ряд представителей этой профессии в России и за рубежом говорят о кризисе теоретической [Крылов 2008] и эмпирической [Savage, Burrows 2009] социологии...

— Социологическая наука всегда в кризисе. С самого момента своего появления на свет.

— Пожалуй, мнение экономистов для широкой общественности и глав правительств имеет гораздо большее значение. Взять тот же кризис. В мировой прессе правят балом экономисты, которые предлагают свои схемы объяснения случившегося. Альтернативные объяснения, исходящие от представителей социальных наук, практически отсутствуют.

— Пресса всегда более благосклонна к экономистам, это во-первых. Во-вторых, правительства консультируют именно экономисты, а не социологи. Тем не менее все рассуждения экономистов по поводу самых важных проблем и тем и их объяснения оказались полностью или частично ошибочными. Ещё два года тому назад экономисты нам говорили, что с мировой экономикой всё будет в порядке. А в итоге?..

Но ведя речь о кризисе социальных наук, мы смешиваем слишком много проблем, а их нужно развести. Социальные науки, которые включают в себя экономическую теорию, испытывают кризис —

называйте это так, если хотите, — довольно продолжительное время. И в таком состоянии науки уже прошли переходный (*mediate*) этап, вызванный мировой революцией 1968 года<sup>1</sup>.

Конец 1970-х годов — время, когда социальные движения по всему миру подорвали ряд общественных основ, в том числе и в социальных науках. Именно тогда учёные и исследователи восстали против экономического способа объяснения мира, основанного на неоклассической экономической теории и ортодоксальном марксизме.

Поэтому одни учёные стали говорить о том, что язык марксизма не может объяснить всего, что культурную и политическую надстройку нужно описывать другим языком. Так появился культурный детерминизм, и многие учёные стали заниматься реконструктивизмом. Они формулировали свои идеи в работах, которые впоследствии назвали концом «большого нарратива». Это был один из способов выражения протеста; суть заключалась в том, что нам нужно отказаться от «большого нарратива». «Его нет, а то, что понимается под ним, является ложью», — доказывали они.

Интеллектуальное движение, называемое культурными исследованиями (*cultural studies*), на самом деле содержит в себе два элемента, которые многие люди не замечают. Во-первых, в это движение входят интеллектуалы Севера<sup>2</sup>, составляющие мейнстрим, во-вторых — исследователи, которые изучают так называемых потерянных людей (*forgotten people*).

— *Интеллектуалы Юга?*

— Не только. Представители социальных наук редко занимались исследованиями женщин, сексуальных, национальных меньшинств и т. д. и т. п. Именно поэтому гендерные и прочие исследования стали главной темой 1960-х годов.

Через десять лет эти занимавшиеся деконструкцией интеллектуалы, чьё внимание сосредоточилось на «потерянных» людях, осознали, что работают против существующего «большого нарратива», и поняли, что хотят изменить его и им нужен другой, новый нарратив. Поэтому они стали говорить о триединстве (*trinity*) класса, гендера и расы, или триединстве расы, гендера и класса — порядок слов зависит от позиции исследователя [Валлерстайн, Балибар 2003]. Их работы были направлены на поиск нового нарратива, но тоже «большого». Поэтому в наши дни происходит переоценка (*re-valuation*) альтернативных «больших нарративов», включая нарратив миросистемного анализа.

Ведь если мы копнём достаточно глубоко, то увидим, что живём в условиях кризиса двух культур, которые были «изобретены» в середине XIX в., тогда же разделив науку и философию, методы поиска истины и красоты. А главное, что произошло в связи с этим и привело к кризису, в том числе и капиталистической системы, заключается в том, что система знания тоже оказалась в кризисе.

— *Почему?*

— Потому что между гуманитарной и так называемой точной наукой возведены непреодолимые

---

<sup>1</sup> «Эта революция была направлена в первую очередь против исторической системы в целом — против США как державы-гегемона этой системы, против экономических и военных структур, составлявших несущие конструкции системы. Но революция была не в меньшей степени направлена против “старых левых” — против антисистемных движений, которые посчитали недостаточно антисистемными; против СССР как тайного партнёра своего показного идеологического врага, США; против профсоюзов и других рабочих организаций, которые рассматривались как узкоэкономические, защищающие интересы прежде всего особых статусных групп» [Валлерстайн 2003b: 243]. — *Примеч. перев.*

<sup>2</sup> «Север» и «Юг» — дихотомия Валлерстайна: богатый и благополучный мир (например, США, Западная Европа, Австралия) и бедный и неразвитый (Африка, Южная Америка). — *Примеч. перев.*



барьеры. Но эти методы описания, которые люди сознательно пытаются развести в разные стороны, всё равно исходят из одной точки. Поэтому часть социальных наук пошла по одному пути (например, социология как таковая), а другая — по иному (экономическая теория). В итоге экономическая теория стала номотетической наукой<sup>3</sup>. Такая структура знания никогда не будет способствовать тому, что эти науки когда-либо сойдутся.

— *А такая дисциплина как экономическая социология разве не является компромиссом между теми разнонаправленными силами, которые Вы описали?*

— Экономическая социология — имя, которое само по себе ничего не значит и не имеет содержания, если рассуждать в категориях, возникших в XIX в. И ни экономическая социология, ни политические науки, ни антропология не имеют собственного интеллектуального фундамента. Это только организационная реальность. Причём очень сильная.

Вместе с тем на протяжении вот уже 30–40 лет я говорю о том, что нам нужна унидисциплинарность (*unidisciplinarity*)<sup>4</sup> исторических и социальных наук в качестве интеллектуального ответа на появившиеся вызовы.

— *Таким образом, разные способы описания никогда не сойдутся в одной точке?*

— Не знаю, никто не знает. Ведь что это означает эпистемологически? До середины XIX в. никто не считал, что существуют два способа познания вещей (*knowing things*). Знали только один способ, о котором писал ещё Аристотель.

Греческий философ встал у истоков различных сфер знания, которые мы сегодня называем предметными областями (*fields*). В его время была единая наука, которая включала экономику, социологию, биологию, политические науки — все эти названия возникли позднее. Сам Аристотель не был ни физиком, ни социологом, ни ещё кем-то. Он был просто учёным. Точно так же Огюст Конт создавал курсы, именующиеся теперь историей поэзии, международных отношений, философии. Однако в его время это был нормальный способ познания, который использовали все остальные учёные. Конт и не подозревал, что владеет сразу двумя способами познания.

Однако сегодня, как и 50 лет тому назад, никто не позволит вам так делать. Это запрещено. Особенно в университетах. Каждый учёный должен заниматься своей областью и не лезть в другие.

— *Что произойдёт, если мы объединим эпистемологии?*

— Наше знание о предметах и процессах станет более реалистичным. Но какую форму примут эти процессы, будет ли у нас единая система наук, не отомрут ли университеты, я не знаю. Однако уверен, что в этом случае университеты должны будут измениться. Сегодня они прошли через процесс «школизации» (*high schoolization*), который возник 15 лет тому назад. Что это значит? Университеты становятся менее важными локусами производства и перепроизводства знания. Но что их заменит — не знаю. Этот вопрос остается открытым.

<sup>3</sup> Согласно классификации Вильгельма Виндельбанда науки делятся на два типа: номотетические и идиографические. Первый тип направлен на выявление общих закономерностей, второй — уникальных особенностей. — *Примеч. перев.*

<sup>4</sup> Единение наук, описывающих один и тот же объект, но с разных сторон. — *Примеч. перев.*

— Последний вопрос. Почему на сайте Йельского университета, в котором Вы работаете с 2000 г., указано, что вы являетесь старшим научным сотрудником, но не профессором?

— Я перестал читать лекции с 1999 года. В этом причина.

**Беседовал Дмитрий Крылов**

Москва. 18 сентября 2009 г.

## Литература

- Валлерстайн И. 2006. *Миросистемный анализ: введение*. М.: Территория будущего.
- Валлерстайн И. 2003а. *Конец знакомого мира: социология XXI века*. М.: Логос.
- Валлерстайн И. 2003б. *Против либерализма*. М.: УРСС.
- Валлерстайн И., Балибар Э. 2003с. *Раса, нация, класс. Двусмысленные идентичности*. М.: Логос-Альтера; Ессе Номо.
- Валлерстайн И. 2001. *Анализ мировых систем и ситуация в современном мире*. СПб.: Университетская книга.
- Крылов Д. 2008. «Современная социология делает хорошую мину при плохой игре». Интервью с Александром Филипповым. *ОПЕС.RU*. [http://www.opec.ru/docs.aspx?id=224&ob\\_no=87755](http://www.opec.ru/docs.aspx?id=224&ob_no=87755)
- Savage M., Burrows R. 2009. Some Further Reflections on the Coming Crisis of Empirical Sociology. *Sociology*. 43 (4): 762–772.
- Wallerstein I. 2000. *The Essential Wallerstein*. N. Y.: The New Press.
- Wallerstein I. 2005а. *Africa: The Politics of Independence And Unity*. Lincoln, NE: University of Nebraska Press.
- Wallerstein I. (ed.). 2005b. *The Modern World-System in the Longue Durée*. Boulder, CO: Paradigm Publishers.
- Wallerstein I. 2006. *European Universalism: The Rhetoric of Power*. N. Y.: The New Press.

## НОВЫЕ ТЕКСТЫ

Д. О. Стребков, А. В. Шевчук

# Фрилансеры на электронных рынках: роль социальных связей



**СТРЕБКОВ Денис Олегович** — кандидат социологических наук, доцент кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: [strebkov@nm.ru](mailto:strebkov@nm.ru)



**ШЕВЧУК Андрей Вячеславович** — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической социологии, старший научный сотрудник ЛЭСИ ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: [andreyshevchuk@mail.ru](mailto:andreyshevchuk@mail.ru)

*В статье<sup>1</sup> рассматриваются электронные рынки услуг самозанятых профессионалов (фрилансеров). Эти высококонкурентные рынки являются частью стихийно складывающегося и слабо регулируемого интернет-пространства, взаимодействие в котором осуществляется заочно. Несмотря на развитие специальной инфраструктуры — бирж удалённой работы, — отношения между фрилансерами и заказчиками их услуг не представляют собой сферу атомизированных действий, а встроены в социальные сети. Накапливаемый фрилансерами социальный капитал помогает им искать работу, приносит более высокий доход и уменьшает риски неисполнения обязательств со стороны заказчиков. Эмпирические данные получены авторами в ходе онлайн-опроса, проведённого авторами в декабре 2008 г. на сайте Free-lance.ru, являющемся одним из крупнейших в мире исследований подобного рода.*

**Ключевые слова:** самозанятость; фрилансеры; электронные рынки; социальный капитал.

## Введение

Развитие информационно-коммуникационных технологий и прежде всего Интернета открыло новые — виртуальные — пространства для хозяйственной деятельности. Без преувеличения можно сказать, что уже сформировались особая интернет-экономика (*e-economy*) и соответствующие ей электронные рынки (*e-markets*, *virtual markets*) и электронный бизнес (*e-business*, *e-commerce*). Основными преимуществами новой формы взаимодействий являются сокращение транзакционных издержек, стирание географических границ, а также возможность аккумулировать и обрабатывать большие потоки информации. В результате в виртуальное пространство погружаются не только отдельные бизнес-процессы (например, реклама и сбыт материальных товаров), но и целиком хозяйственная деятельность организаций и индивидов, если контакты контрагентов в реальном мире отсутствуют, а предметом сделок становятся нематериальные блага, передающиеся в качестве информации по компьютерным сетям.

Наряду с реализацией привычных хозяйственных моделей «бизнес для потребителя» (B2C) и «бизнес для бизнеса» (B2B), Интернет предоставляет возрастающие возможности для отношений типа «потребитель для потребителя» (C2C), а также «потребитель для бизнеса» (C2B),

<sup>1</sup> Данная статья написана по результатам исследования, выполненного при поддержке Научного фонда ГУ ВШЭ.

связанных с продажей одними индивидами товаров и услуг другим индивидам или организациям<sup>2</sup>. Таким образом информационно-коммуникационные технологии открывают новые перспективы для самозанятости, в особенности для так называемых фрилансеров — высококвалифицированных профессионалов нефизического труда, которые не состоят в штате организаций, а выходят на рынок в качестве независимых поставщиков услуг<sup>3</sup>. Современные средства производства и коммуникации (компактная и доступная компьютерная техника, разнообразное программное обеспечение, а также Интернет) позволяют им не только реализовывать свой человеческий капитал самостоятельно (вне традиционных трудовых отношений), но и работать практически на любом удалении от места, где необходимы результаты их деятельности. Последний феномен известен как удалённая работа (*remote work*), или телеработа (*telework*)<sup>4</sup>. Для обозначения новой категории работников американские исследователи Т. Малоун и Р. Лойбахер ввели специальный термин «электронный фрилансер» (*e-lancer*) [Malone, Laubacher 1998; Малоун 2006: 85–90].

В условиях растущих электронных рынков важной задачей и одновременно самостоятельной сферой бизнеса становится создание инфраструктуры в виде специализированных интернет-ресурсов: различного рода виртуальных каталогов, аукционов и бирж. В 1999 г. была создана Elance.com — первая в мире биржа удалённой работы (*virtual marketplace*), на которой фрилансеры получили возможность предлагать свои услуги многочисленным заказчикам<sup>5</sup>. Таким образом началась институционализация рынков электронной самозанятости. Сегодня наряду с Elance.com крупнейшими мировыми биржами удалённой работы являются Guru.com, GetAFreelancer.com, oDesk.com, RentACoder.com. Каждой из них пользуются сотни тысяч независимых профессионалов, оказывающих услуги не только отдельным индивидам или представителям мелкого бизнеса, но и многим крупным компаниям, практикующим аутсорсинг. Лидером среди русскоязычных ресурсов является сайт Free-lance.ru, созданный в 2005 г. и насчитывающий сегодня около 450 тыс. зарегистрированных пользователей.

## Исследовательская проблема

Самостоятельные (внеорганизационные) формы трудовой деятельности в последние десятилетия активно обсуждаются научным сообществом в широком контексте дестандартизации и флексибилизации занятости в условиях становления постиндустриального (информационного) общества. Отдельные футурологи уже спешат похоронить «человека организации» и воспевают фигуру независимого поставщика услуг — фрилансера, или свободного агента, — приписывая ей экономическое и моральное превосходство [Хэнди 2001: 196–207; Пинк 2005; Malone, Laubacher 1998; Малоун 2006: 85–90]. Некоторые учёные констатируют ограниченные масштабы самозанятости и стагнацию её роста [Nolan, Wood 2003]. Эмпирические исследования фрилансеров сконцентрированы в основном на социально-демографических и профессиональных характеристиках, а также на проблемах организации и мотивации труда [Cohen, Mallon 1999; Clinton, Totterdell, Wood 2006; Fraser, Gold 2001; Stanworth 1997; Стребков, Шевчук 2008; Стребков, Шевчук 2009].

<sup>2</sup> Необходимо отметить, что в отношениях С2С преобладает торговля товарами между индивидами (что видно на примере аукциона eBay.com), а модель С2В связана в основном с оказанием индивидами услуг для бизнеса (эти услуги предлагаются на биржах удалённой работы, например Elance.com).

<sup>3</sup> Об авторском подходе к определению данной категории работников см.: [Шевчук 2008; Стребков, Шевчук 2009: 6–15].

<sup>4</sup> См., например: [Nilles 1998].

<sup>5</sup> Основатели сайта Elance.com не скрывают, что на его создание их вдохновили идеи Т. Малоуна и Р. Лойбахера. Из статьи «The Dawn of E-lance Economy», опубликованной этими авторами в журнале «Harvard Business Review», было заимствовано название, а Т. Малоун стал членом консультативного совета фирмы; см.: <http://www.elance.com/p/corporate/about/history.html>; см. также: [Малоун 2006: 229].

В то же время взаимодействиям между фрилансерами и заказчиками их услуг (в особенности на электронных рынках) уделяется недостаточно внимания. Между тем эта проблематика представляет интерес не только с точки зрения получения новой информации о развивающемся рынке, но и в теоретическом плане в русле традиционных экономико-социологических дискуссий о социальной укоренённости экономических действий [Грановеттер 2004]. Эмпирическая проверка этого тезиса выдвигается сегодня в число важных исследовательских задач [Радаев 2009: 57]. Социологи всё чаще обращаются к анализу различных рынков, чтобы продемонстрировать, что обмен зачастую основан на устойчивых персонализированных отношениях, а не на случайных связях (*arm's length ties*), как предполагается в экономической теории [Уци 2007]. В данной работе мы также намерены исследовать роль социальных связей в отношениях между субъектами рынка удалённых услуг (фрилансерами и заказчиками), в том числе определить их распространённость, проследить процесс формирования, выявить влияние на результаты хозяйственной деятельности.

Специфика конкретного рынка во многом определяет формы связи между его участниками. Как отмечает Б. Уци, «исследования укоренённости нередко критиковали за то, что их эмпирическим объектом выступали анклавов, в которых укоренённые связи заведомо более развиты» [Уци 2007: 210]. Применительно к рынку удалённых услуг изначальная предрасположенность к персонализированным отношениям совсем не очевидна. Напротив, ряд особенностей этого рынка скорее говорит об обратном.

- Фрилансеры — это независимые профессионалы, которые обособлены не только с организационной точки зрения, но и в ценностном плане демонстрируют высокую степень индивидуализма и исповедуют особую философию свободы от компании, коллектива и традиционных форм трудового поведения [Стребков, Шевчук 2008; Стребков, Шевчук 2009: 42–53]. Таким образом, можно предположить, что они не склонны к вовлечению в более или менее устойчивые отношения и структуры.
- Чрезвычайно низкие барьеры входа на рынок не подразумевают больших финансовых вложений или принадлежности к каким-либо социальным группам, а биржи удалённой работы делают информацию легко доступной для участников рынка.
- Услуги в основном предоставляются лично индивидами, что не позволяет игрокам использовать «эффект масштаба» и обуславливает высококонкурентный характер рынка. Предложение услуг значительно превышает спрос, а основным механизмом взаимодействия продавца и покупателя в рамках бирж удалённой работы является тендер. Заказчик размещает на сайте информацию о проекте (необходимых работах) и получает отзывы от заинтересованных фрилансеров, между которыми разворачивается конкуренция (в том числе ценовая). При заданном уровне качества это позволяет заказчику отбирать наиболее дешёвые предложения, а значит, он вполне может положиться на стратегию разовых сделок.
- Деловые контакты осуществляется заочно, в удалённом доступе. Поиск работы, заключение контрактов, получение заданий и передача результатов работы, её оплата и различные текущие коммуникации осуществляются через Интернет. Заказчик с исполнителем могут лично никогда не встречаться и находиться на значительном географическом удалении друг от друга, в том числе в разных странах и даже на разных континентах. Всё это вряд ли способствует формированию персонализированных отношений.

- Рынки удалённых услуг складывались стихийно в слабо регулируемом государством интернет-пространстве, что дает практически неограниченную свободу рыночному механизму координации.

На первый взгляд вышеперечисленные особенности способствуют формированию классической модели рынка (как она обычно описывается в экономической теории), для которой характерны атомизированные агенты, деперсонализированные отношения, разовый характер сделок, саморегуляция посредством балансирования спроса и предложения и т. п. Однако имеющиеся в нашем распоряжении данные позволяют утверждать, что этот изучаемый рынок устроен иначе. Он пронизан социальными сетями, а его агенты нуждаются в социальной информации. Они поддерживают долгосрочные отношения, выводя их из сферы анонимного рынка в зону персональных договорённостей. Социальные связи являются необходимым элементом выживания фрилансера на рынке, приносят более высокий доход и уменьшают риски.

## Эмпирические данные

Эмпирические данные были получены нами в декабре 2008 г. в ходе массового интернет-опроса российских электронных фрилансеров<sup>6</sup>. Поскольку объектом нашего исследования является группа, представители которой, в силу специфики своей занятости, активно пользуются Интернетом, именно онлайн-опрос представляется в данном случае наиболее адекватным методом сбора данных.

Анкета в формате веб-документа была размещена на сайте Free-lance.ru, являющемся крупнейшей в России биржей удалённой работы. Всем зарегистрированным пользователям администрация сайта отправила по электронной почте приглашение принять участие в опросе, а на самом сайте вывесила информационный баннер.

Одновременно нами был предпринят ряд шагов для того, чтобы избежать систематических ошибок измерения. Опасность смещения выборки при проведении онлайн-исследований заключается в возможности сужении её до аудитории какого-либо одного сайта, на котором размещена анкета. В нашем случае эта проблема не столь актуальна, поскольку Free-lance.ru далеко опережает всех своих конкурентов по количеству пользователей. Тем не менее, чтобы добиться максимально широкого охвата целевой аудитории, приглашение участвовать в исследовании было также размещено более чем на 50 тематических интернет-ресурсах (сайты, форумы, виртуальные сообщества, блоги).

Опрос проходил в течение двух недель, и общее количество респондентов составило почти 15 тыс. человек (в том числе 524 анкеты (6%) получено от фрилансеров, не зарегистрированных на Free-lance.ru). Это позволило нам существенно снизить величину случайной ошибки измерения. Кроме того, мы получили возможность внутри всей нашей выборочной совокупности исследовать малые подгруппы, численность которых составляет лишь несколько процентов.

Благодаря фильтру в самом первом вопросе («*Являетесь ли Вы в настоящее время фрилансером, и если да, то является ли фриланс единственным источником Вашего личного дохода?*») нам удалось за один раз провести, по сути, три независимых исследования, каждое — по специальной анкете: опрос действующих, потенциальных, а также бывших фрилансеров. Первых в массиве оказалось 11 420 человек, вторых — 2638 и третьих — 877.

<sup>6</sup> Опросу предшествовал сбор качественной информации: была проведена серия интервью с российскими фрилансерами, получен ряд интересных результатов и выдвинуты предварительные гипотезы; см. подробнее: [Стребков, Шевчук 2008].

К сожалению, при анкетировании всегда существует опасность намеренного искажения респондентом информации о себе. Индивид может давать ложные или произвольные ответы на вопросы с целью позабавиться или посмотреть, что из этого получится. Поэтому нам пришлось уделить особое внимание «чистке» собранных данных и тщательно подойти к удалению всех анкет, вызывающих подозрения. При формировании окончательной базы данных из массива были исключены те фрилансеры, которые не заполнили анкету до конца или, наоборот, слишком быстро по сравнению с остальными ответили на все вопросы. Также удалены респонденты, чьи ответы явно или косвенно свидетельствовали об их недобросовестном отношении к опросу. Это могли быть и логические противоречия в ответах, и ввод параметров, выходящих за границы допустимых значений, и шуточные ответы на открытые вопросы. В результате мы получили массив, включающий 12 558 валидных анкет (84,1% от первоначального числа).

Однако не все респонденты, заполнившие анкету для действующих фрилансеров, могут рассматриваться в качестве таковых. Нам пришлось применить дополнительные фильтры, чтобы исключить начинающих и разовых фрилансеров — людей, получившие в течение 2008 г. не более одного заказа, либо (если отсутствовала информация о количестве проектов) тех, у кого доля фриланса в доходах составляла не более 5%.

Оставшиеся **8613** респондентов и составили конечный массив данных<sup>7</sup>. Их мы можем считать настоящими фрилансерами, и именно о них пойдет речь в данной работе. Это индивиды, имеющие определённый опыт деятельности в качестве фрилансера и осуществляющие её с достаточной регулярностью. Мы также будем обращаться к дополнительному массиву начинающих фрилансеров, которые только пробуют себя в роли независимых профессионалов.

Кратко остановимся на основных социально-демографических и социально-профессиональных характеристиках респондентов. Две трети из них составляют мужчины и одну треть — женщины. Необходимо отметить, что сегодня в России фрилансерами являются сравнительно молодые люди: четыре пятых всех опрошенных (79%) не старше 30 лет, а 59% находятся в возрасте 18–26 лет. В то же время возраст лишь 3% наших респондентов «перевалил» за 45 лет. Средний возраст по выборке в целом составляет 27 лет.

Соответственно большинство электронных фрилансеров лишь недавно вышли на рынок труда: почти половина опрошенных (48%) имеют общий трудовой стаж менее пяти лет, и лишь у 17% он превышает десять лет. Еще более коротким является стаж их фрилансерской деятельности: 23% не проработали в качестве «свободных художников» еще и года; 24% находятся на этом рынке пока лишь год с небольшим; ещё 30% — от двух до трех лет; и только 4% — более десяти лет. В среднем же общий трудовой стаж наших респондентов составляет семь лет, а стаж работы фрилансером — три года.

Фрилансеры выделяются высоким уровнем образования: 80% респондентов имеют высшее или неоконченное высшее образование. Для сравнения: если рассматривать работающее население России в целом, то там доля высокообразованной группы не дотягивает даже до 30% (по данным РМЭЗ за 2007 г.).

Несмотря на то что наше исследование позиционировалось как Первая всероссийская перепись фрилансеров, мы не имели намерения ограничиваться только теми, кто проживает на территории России, наоборот, результаты онлайн-опроса позволяют нам охарактеризовать всю совокупность

<sup>7</sup> Подробнее о процедуре сбора данных и структуре массива см.: [Стребков, Шевчук 2009].

русскоязычных фрилансеров, независимо от места проживания. Электронные рынки существуют поверх национальных границ, являясь одним из проявлений глобализации.

В исследовании приняли участие фрилансеры из 30 стран, три четверти которых (76%) представляли Россию. Почти все остальные пришли из государств бывшего СССР: Украина — 15%; Беларусь — 3,4%; Казахстан — 1,8%; Молдова — 1,5%; страны Средней Азии — 1,2%; Прибалтийские страны — 0,6%. Страны дальнего зарубежья составили лишь небольшую долю респондентов — 1%. Две трети всех российских фрилансеров приходится на 12 крупнейших регионов страны; чуть менее трети (31%) проживают в Москве; 11% — в Санкт-Петербурге; 5% — в Московской области, по 3% — в Ростовской, Свердловской и Новосибирской областях; по 2% — в Самарской, Челябинской, Нижегородской, Воронежской областях, Республике Татарстан и Краснодарском крае. Остальные 34% распределяются ещё по 68 российским регионам.

В реальности электронная самозанятость может выступать не только в качестве единственного вида экономической деятельности, но также являться сферой вторичной занятости и по-разному вписываться в жизненные стратегии индивида. В зависимости от формы занятости мы выделяем пять категорий респондентов:

1. Чистые фрилансеры, для которых самозанятость является единственным занятием и источником дохода (22%);
2. Штатные работники, которые совмещают самозанятость с работой в организации (45%);
3. Студенты, обучающиеся в ВУЗах (18%);
4. Предприниматели, имеющие помимо деятельности в качестве фрилансера собственный бизнес с наёмным персоналом (9%);
5. Домохозяйки, сидящие дома со своими маленькими детьми (5%).

Другим важным признаком, структурирующим рассматриваемую категорию работников, является сфера профессиональной деятельности. На сегодняшний день выделился ряд профессий, представители которых могут трудиться в удалённом режиме. Главные условия для этого составляет возможность представления результатов в цифровом виде, а также передачи их на расстояние с помощью компьютерных сетей и отсутствие необходимости частых личных контактов с клиентом. Профессиональная структура нашей выборки выглядит следующим образом:

1. Разработка и поддержка веб-сайтов (34%);
2. Программирование (18%);
3. Дизайн и графика — создание и обработка изображений (44%);
4. Фотография — различные виды фотосъёмки (9%);
5. Аудио и видео — запись, съёмка, монтаж (4%);



6. Написание рекламных и информационных текстов, в том числе для интернет-сайтов («копирайтинг»), переводы (21%);
7. Реклама, маркетинг, консалтинг и другие деловые услуги (11%);
8. Инжиниринг — технически и производственно ориентированные услуги архитекторов, проектировщиков, промышленных дизайнеров (2%)<sup>8</sup>.

В целом онлайн-опрос показал свою высокую эффективность при изучении небольших целевых групп, чья деятельность непосредственно связана с Интернетом. С помощью онлайн-опроса удалось провести полноценное социологическое исследование, в ходе которого был получен массив в несколько тысяч респондентов в кратчайшие сроки при минимальных материальных затратах. Анкета включала 50 вопросов.

До сих пор столь крупного по количеству респондентов исследования свободных работников не проводилось не только в России, но и в мире. Наиболее масштабными из известных нам являются проведённые в 2007 г. исследование фрилансеров по заказу биржи удалённой работы Sologig.com (Sologig.com Freelance Survey) — 5600 фрилансеров и 2400 компаний заказчиков — и Общемировое исследование фрилансеров (Global Freelancer Survey of 2007) — 3700 респондентов со всего мира [Никуткина, Привалова 2009].

Выбор рассматриваемых в нашей работе проблем во многом обусловлен наличием или отсутствием соответствующих количественных данных, что неизбежно накладывает определённые исследовательские ограничения. Это касается и общего взгляда на рынок в основном со стороны фрилансеров, а не заказчиков.

## Поиск работы: рынок vs. социальные связи

В экономической социологии поиск работы является классическим сюжетом для демонстрации роли социальных связей, которые оказываются более эффективным средством по сравнению со стандартными деперсонализированными процедурами трудоустройства [Грановеттер 2009].

В нашей анкете содержался вопрос о способах поиска фрилансерами новых заказов. Эти способы можно разделить на две основные группы.

1. **Рыночные каналы**, представляющие собой открытое предложение своих услуг анонимному рынку через разнообразные интернет-ресурсы:

- *биржа удалённой работы* как специализированный ресурс предоставляет широкие, но стандартизированные возможности самопрезентации и характеризуется высокой посещаемостью целевой аудиторией;
- *собственный сайт* позволяет индивидуализировать презентацию, но требует специальных усилий для привлечения целевой аудитории;

---

<sup>8</sup> Респондент мог выбрать одновременно несколько специальностей, поэтому сумма ответов превышает 100%.

– *форумы, блоги, социальные сети*<sup>9</sup> являют собой неспециализированные площадки, которые как правило, не предназначены для поиска работы, но могут использоваться и в этих целях.

2. **Социальные каналы** поиска работы связаны с опорой на информацию, циркуляция которой ограничивается определённым кругом людей, так или иначе связанных друг с другом (через личное знакомство или рекомендации), то есть в этом случае заказы приходят от неанонимных заказчиков. Подобные каналы включают:

- *отношения с постоянными заказчиками;*
- *рекомендации бывших клиентов;*
- *рекомендации друзей и знакомых.*

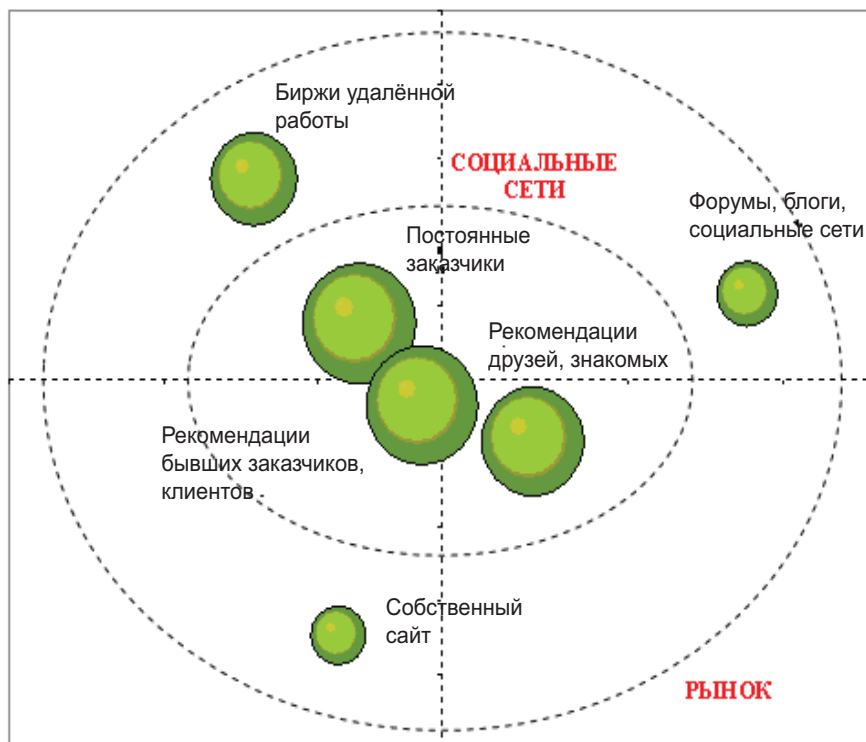
Уже при первом взгляде на полученные данные очевидно, что самыми распространёнными являются три канала поиска заказчиков, связанные с социальным капиталом. Каждый из них используется не менее чем половиной опрошенных: 63% работают с постоянными заказчиками; 58% получают заказы по рекомендациям своих бывших клиентов; 50% опираются на рекомендации друзей и знакомых<sup>10</sup>. При этом 86% респондентов в ходе опроса назвали по крайней мере один вариант ответа из трёх перечисленных (см. табл. 1).

Помимо того что эти три канала являются самыми распространёнными, они ещё довольно часто применяются одновременно. Две трети фрилансеров, использующих хотя бы один из этих трёх способов, прибегают одновременно ко второму или третьему. Это показывают и результаты многомерного шкалирования<sup>11</sup> — каналы поиска работы через социальные сети образуют плотную центральную группу (см. рис. 1).

<sup>9</sup> В данном случае речь идет об одном из видов виртуальных сообществ, получивших широкое распространение в последнее время. Хотя эти сообщества действительно базируются на социальных связях (отношениях знакомства), они открыты для внешнего мира и используются фрилансерами как инструмент публичной рекламы своих услуг. Далее, чтобы избежать путаницы для обозначения данного явления, вместо термина «социальные сети» мы будем использовать термин «виртуальные сообщества».

<sup>10</sup> Наиболее развита постоянная клиентура у тех, кого мы называем чистыми фрилансерами и предпринимателями (72%).

<sup>11</sup> Данная процедура позволяет не только выделить основные, наиболее типичные группы анализируемых параметров, но и представить результаты анализа графически — в нашем случае в виде двумерного пространства (см. рис. 1). 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.



**Рис. 1. Поиск работы фрилансерами: результаты многомерного шкалирования**

Рыночные способы находятся на периферии. Несмотря на то что многие респонденты зарегистрированы на нескольких биржах удалённой работы (в том числе, 94% — на Free-lance.ru; 34% — на Weblancer.net; 14% — на Web-lancer.com и т. д.), только 42% из них систематически получают заказы с помощью этих интернет-порталов<sup>12</sup>. Существенно меньшая доля (18%) приходится на форумы, блоги и виртуальные сообщества. Наконец, самый сложный способ, но и одновременно, при удачном воплощении, самый перспективный — это собственный интернет-сайт, который играет важную роль для 14% фрилансеров при поиске новых заказчиков<sup>13</sup>.

Видно, что на рис. 1 эти три рыночных способа находятся на значительном удалении друг от друга и образуют практически равносторонний треугольник. Это значит, что они в отличие от первой тройки используются, как правило, независимо друг от друга и применяются в разных условиях разными людьми.

Естественно, мало кто из фрилансеров ограничивается лишь одним каналом поиска новых заказов, используя, например, только биржи удалённой работы или размещая рекламу в Интернете. Напротив, чаще всего применяются сразу несколько вариантов, и в среднем каждый фрилансер прибегает к двум-тём таким способам.

<sup>12</sup> При этом отметим, что в целом по выборке на биржи удалённой работы приходится ровно половина заработка индивидуала от фрилансерской деятельности.

<sup>13</sup> К услугам бирж чаще других прибегают те, кого мы называем студентами (53%) и домохозяйками (47%). Студенты активнее всех используют форумы, блоги и виртуальные сообщества (22%), а предприниматели чаще более чем вдвое делают ставку на собственный сайт (37%).

В зависимости от способа поиска работы можно выделить три группы фрилансеров, следующих соответствующей стратегии: рыночной, сетевой, смешанной. Первая группа, которая при поиске заказчиков пользуется только рыночными способами (одним или несколькими), объединяет 14% респондентов. Людей, опирающихся исключительно на свой социальный капитал, в выборке оказалось 40%. И большинство — почти половина опрошенных (47%) — одновременно пользуется и рыночными, и социальными каналами поиска новых клиентов, то есть применяет смешанную стратегию.

### Накопление социального капитала

Прослеживается чёткая закономерность в использовании тех или иных каналов поиска новых заказов в зависимости от продолжительности работы индивида в качестве фрилансера (то есть времени его присутствия на рынке): со временем значение рыночных способов существенно падает, а социальных, наоборот, растёт, что отражает процесс накопления фрилансером социального капитала (см. табл. 1).

Таблица 1

Способы и стратегии поиска работы в зависимости от стажа фрилансера (%)

	Первый заказ*	Менее 1 года	1 год	2 года	3–5 лет	6–8 лет	9 лет и более	Итого
<i>N (число респондентов)</i>	206	1954	1859	1484	1733	579	355	7964**
<b>Рыночные способы</b>	<b>72</b>	<b>65</b>	<b>64</b>	<b>60</b>	<b>58</b>	<b>50</b>	<b>44</b>	<b>60</b>
Через биржи удалённой работы	44	51	48	43	36	27	23	42
Через собственный сайт	7	7	12	15	19	19	22	14
Через форумы, блоги, социальные сети в Интернете	29	17	18	18	20	19	17	18
<b>Социальные способы</b>	<b>36</b>	<b>76</b>	<b>85</b>	<b>90</b>	<b>94</b>	<b>96</b>	<b>97</b>	<b>87</b>
Работаю с постоянными заказчиками	14	52	59	68	71	72	73	63
По рекомендации бывших заказчиков, клиентов	15	38	52	63	72	79	81	58
По рекомендации друзей, знакомых	22	37	43	52	62	68	69	50
Другое	2	2	1	1	2	3	2	2

	Первый заказ*	Менее 1 года	1 год	2 года	3–5 лет	6–8 лет	9 лет и более	Итого
<i>N</i> (число респондентов)	206	1954	1859	1484	1733	579	355	7964**
<b>Рыночная стратегия (только рыночные способы)</b>	<b>64</b>	<b>24</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>13</b>
<b>Смешанная стратегия (одновременно рыночные и социальные способы)</b>	<b>8</b>	<b>41</b>	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>46</b>	<b>41</b>	<b>47</b>
<b>Сетевая стратегия (только социальные способы)</b>	<b>28</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>40</b>	<b>42</b>	<b>50</b>	<b>56</b>	<b>40</b>

\* Данные о первом заказе относятся к отдельному массиву начинающих фрилансеров, который не включён в расчёт средних величин для настоящих фрилансеров (колонка «Итого»).

\*\* Из базового массива настоящих фрилансеров (8613) исключены респонденты, не ответившие на вопросы о продолжительности работы фрилансером (6) и способе поиска заказчика (643).

Рассмотрим, каким образом индивиды начинают свою деятельность в качестве независимых работников. Специального вопроса о способе поиска первого заказа мы не задавали, однако располагаем определённой информацией об этом опыте. В число наших респондентов помимо достаточно опытных фрилансеров попали и новички, которые выведены нами за пределы базовой совокупности, анализируемой в данной работе<sup>14</sup>. Среди них 206 человек, которые на момент проведения исследования выполнили не более одного заказа и дали содержательный ответ на вопрос о способах поиска работы.

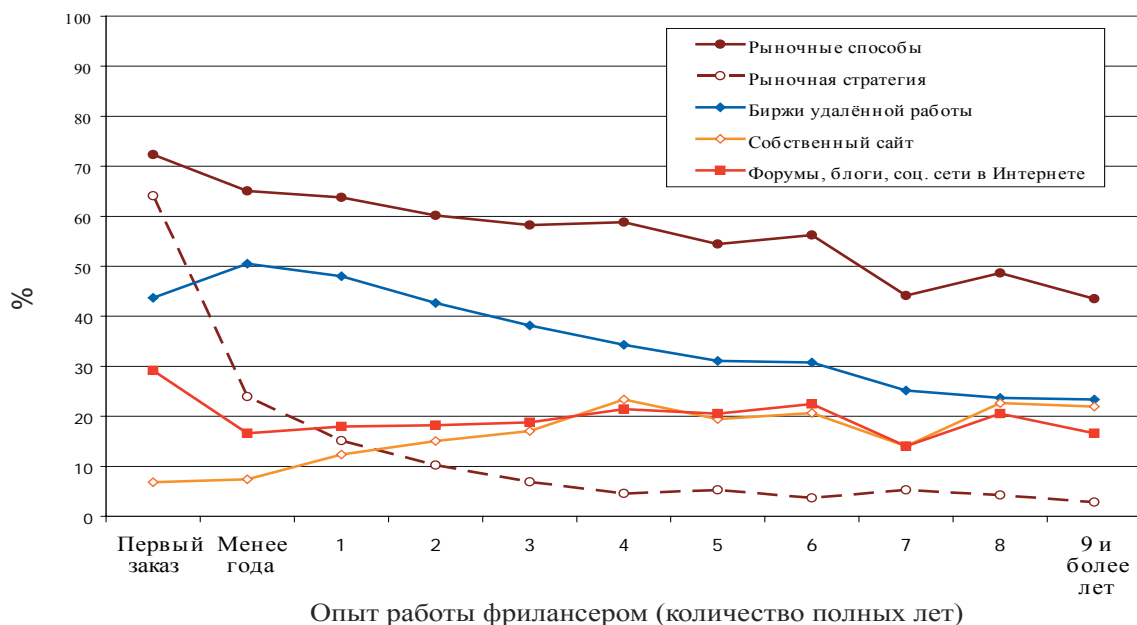
Вполне естественно, что подавляющее большинство новичков (72%) пытаются вести поиск через открытые интернет-каналы: биржи удалённой работы (44%), неспециализированные площадки, такие как форумы, блоги и виртуальные сообщества (29%), и собственные сайты (7%). При этом почти две трети начинающих фрилансеров (64%) используют только эти рыночные способы. Отметим также, что многие новички в силу неопытности зачастую начинают поиск с неспециализированных площадок, но затем быстро переключаются на биржи удалённой работы. На первом году карьеры фрилансера частота использования первых резко уменьшается (с 29 до 17%), а показатели бирж, напротив, увеличиваются (с 44 до 51%).

Однако новички не приходят на рынок совершенно «голыми», то есть лишёнными каких-либо полезных знакомств и контактов. Более трети из них (36%) опираются при поиске первого заказа на свои социальные сети. Причём они задействуют не только информацию, полученную от друзей и знакомых (22%), но

<sup>14</sup> Отсутствие у этих людей достаточного опыта не позволяет отнести их к настоящим фрилансерам; см.: [Стребков, Шевчук 2009: 20–23].

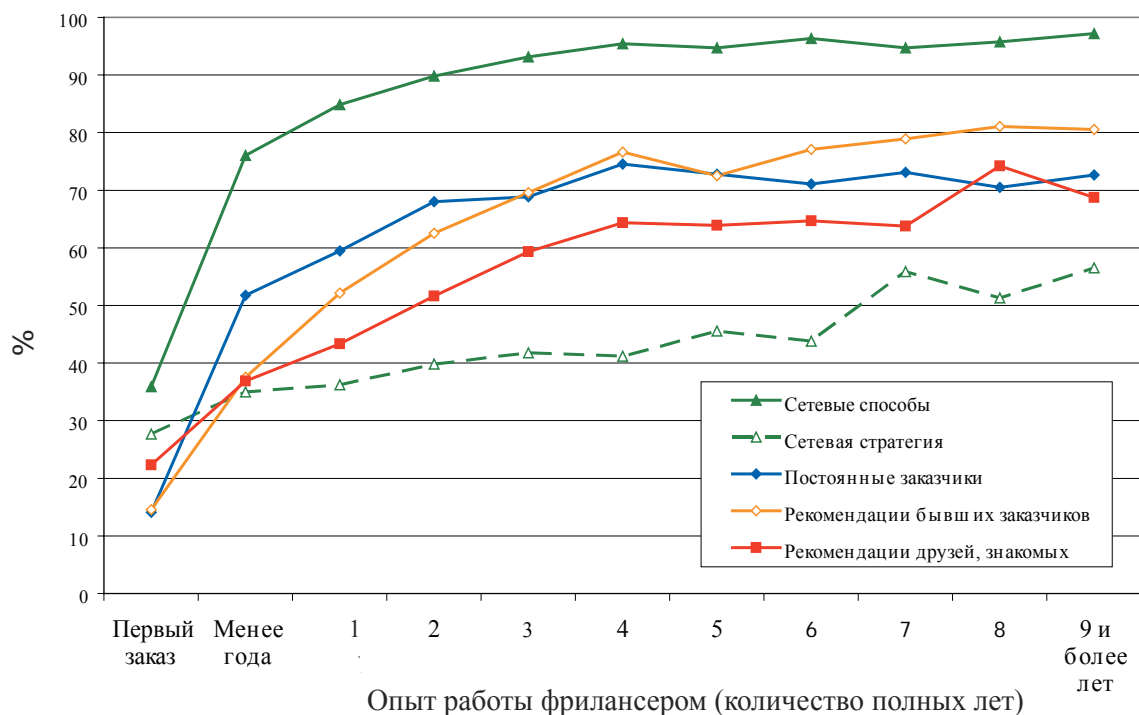
и сообщают о наличии у них постоянных заказчиков (14%), а также рекомендациях бывших клиентов (15%). Скорее всего речь идёт о связях, приобретённых во время их прошлого профессионального опыта, не имеющего отношения к фрилансу. В результате мы видим, что 28% новичков входят на рынок, полагаясь исключительно на свой социальный капитал, а 8% из них используют одновременно и рыночные, и сетевые каналы поиска заказчиков.

По мере увеличения стажа независимой трудовой деятельности распространённость рыночных способов поиска работы неуклонно снижается — с 72 до 44% (см. рис. 2). При этом доля людей, использующих биржи удалённой работы, падает в два раза. Одновременно наблюдается уменьшение доли биржевых заказов индивида в его общем заработке от фриланса — с 57 до 34%. В результате стремительно сокращается число фрилансеров, применяющих рыночную стратегию. Уже на первом году их деятельности в качестве свободных работников приведённая выше цифра, характерная для поиска первого заказа (64%), сокращается в 2,5 раза — до 24%, на втором — до 15%, а после пяти лет работы в качестве независимого работника людей, которые пользуются только рыночными ресурсами, практически не остаётся.



**Рис. 2. Роль рыночных механизмов при поиске работы фрилансерами, %**

Роль социальных сетей при поиске новых заказов, напротив, год от года только возрастает (см. рис. 3). По прошествии пяти лет работы их используют уже практически все фрилансеры. При этом наблюдается усиление значимости каждого из трёх способов, в частности, рекомендациями бывших клиентов на седьмом-восьмом году пользуется в два раза больше фрилансеров, нежели на первом. Соответственно возрастает и число людей, опирающихся исключительно на социальные связи: при поиске первого заказа сетевую стратегию применяют 28% фрилансеров; в течение первого года работы — 35%; среди тех, у кого стаж составляет девять лет и более — 56%.



**Рис. 3. Роль социального капитала при поиске работы фрилансерами, %**

Приведённые данные свидетельствуют о том, что **социальные связи являются необходимым условием выживания на рынке удалённых услуг**. Если человек, имея несколько лет трудового стажа в качестве фрилансера, не обзавёлся социальными связями, он скорее всего покидает эту сферу деятельности. Это значит, что он не смог приспособиться к данному режиму работы, не прошёл «естественный отбор». Возможно, качество его работы не настолько хорошо, чтобы бывшие клиенты могли рекомендовать его своим друзьям и знакомым.

Наиболее интенсивное «обрастание» социальными связями происходит в течение первых двух лет работы в качестве фрилансера. Частота использования социальных каналов поиска новых заказов подскакивает более чем в два раза (с 36 до 85%), постоянная клиентура появляется у 59% фрилансеров. После четырёх лет работы все показатели стабилизируются, однако продолжается поступательный рост использования сетевой стратегии, когда фрилансер опирается исключительно на социальные каналы поиска заказов.

### Стратегии поиска работы: эволюция в рамках жизненного цикла

Очевидно, что наиболее естественным и разумным для фрилансера является использование и доминирование смешанной стратегии, то есть применение широкого спектра различных способов поиска новых заказов. Тем не менее значительная часть фрилансеров выбирает при поиске работы только определённые инструменты — либо рыночные, либо сетевые. Более того, из представленных данных видно, что «расцвет» каждой из стратегий поиска (рыночной, смешанной и сетевой) характерен для групп фрилансеров с определённым стажем работы. Наибольшая частота использования исключительно рыночных способов имеет место в первый год работы, далее начинает лидировать смешанная стратегия, и наконец, по прошествии шести лет, на первый план выходит сетевая стратегия, используя которую, фрилансер опирается только на свои социальные связи (см. табл. 1 и рис. 4).

Наблюдаемая тенденция характерна для всех без исключения профессиональных специализаций. Несмотря на то что среди людей, занимающихся написанием текстов и переводами, значительно больше тех, кто использует рыночную стратегию (21 против 14% по выборке в целом), их доля постепенно снижается от 31% у людей с опытом фрилансерской деятельности меньше года до 4% при достижении десятилетнего стажа. Программисты и разработчики сайтов активнее других применяют смешанный способ поиска новых заказчиков (54 против 47%), однако и в этой группе чаще всего так поступают независимые работники со средним опытом работы — от 3 до 5 лет (59%). Наконец, среди дизайнеров больше всего людей, опирающихся исключительно на свой социальный капитал (45 против 40%), но и здесь, как и среди всей совокупности, доля таких фрилансеров плавно возрастает от 41% на первом году работы до 63% — на десятом.

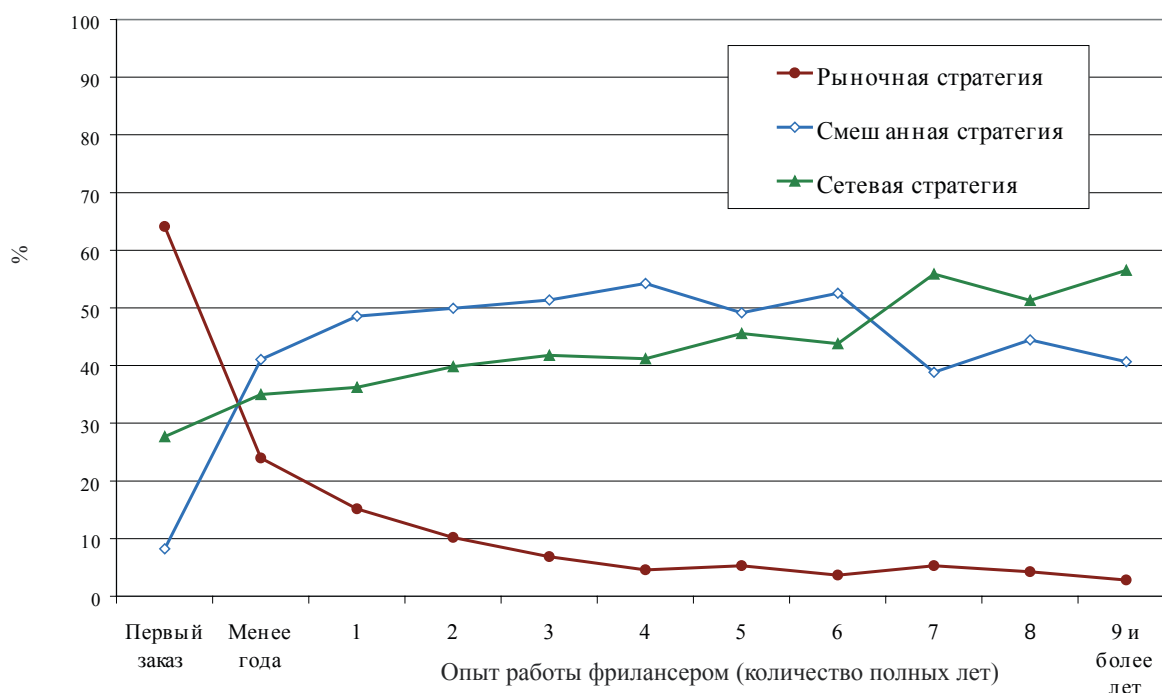


Рис. 4. Стратегии поиска работы фрилансерами, %

Как объяснить этот факт? Является ли это отражением типичной трудовой биографии фрилансера, в ходе которой стратегии поочередно сменяют друг друга? Новички входят на рынок, используя интернет-каналы, затем подключают к ним разрастающиеся социальные связи и наконец приходят к такому состоянию, когда последние обеспечивают весь объём работ, а необходимость в открытой рекламе вовсе пропадает.

Или же речь все-таки идёт об особых характеристиках различных групп фрилансеров, пришедших на рынок в разное время, и никакого жизненного цикла не существует? Ведь рынок удалённой работы находится в стадии становления, крупнейшей российской бирже удалённой работы Free-lance.ru, на которой проходил наш опрос, всего четыре года, а молодое поколение фрилансеров активной осваивает новые формы компьютерных коммуникаций. Может быть, более старшие и опытные коллеги просто не очень привыкли работать с интернет-инструментами и ищут заказчиков по старинке, через социальные связи?



Мы всё же склоняемся к выводу о наличии жизненного цикла присутствия фрилансера на рынке, хотя имеющиеся данные не позволяют напрямую подтвердить эту гипотезу в силу отсутствия панельных наблюдений за отдельными индивидами. Тем не менее мы можем аргументировать свою точку зрения следующим образом:

1. Несомненно, существуют значимые различия в освоении Интернета между отдельными возрастными группами. Однако этот фактор не может объяснить того драматичного падения, которое претерпевает рыночная стратегия в самом начале карьеры фрилансера, — с 64% при первом заказе до 24% на первом году работы, 15% на втором и 10% на третьем. При этом сокращение числа людей, использующих биржи, идёт гораздо более плавно, уровень пользования неспециализированными площадками постоянен, а показатель собственных сайтов и вовсе возрастает (см. рис. 2).
2. Кроме того, доля людей, зарегистрированных хотя бы на одной из бирж удалённой работы, с ростом стажа фрилансера снижается незначительно (с 98 до 86%), что свидетельствует об отсутствии сильного разрыва в практике пользования данными ресурсами<sup>15</sup>.
3. И наконец, если мы исключим из рассмотрения тех фрилансеров, кто не зарегистрирован ни на одной из бирж удалённой работы (чтобы избежать влияния фактора интернет-грамотности), картина эволюции стратегий практически не меняется.

Всё это говорит о том, что скорее всего наблюдаемое распределение стратегий объясняется процессом накопления социальных связей, которые сначала становятся параллельным источником получения заказов, а в определённый момент достигают критической массы и, по сути, выводят фрилансера с анонимного рынка в сферу персонализированных взаимодействий<sup>16</sup>. Фрилансер окончательно превращается в своеобразного ремесленника информационной эпохи не только в плане организации труда, но в системе взаимодействия с клиентами.

Рыночная стратегия не может считаться устойчивой и успешной, являясь в основном уделом новичков. Её представители значительно моложе остальных: 45% респондентов здесь пока ещё не достигли 23 лет, при том что в среднем по выборке таких лишь 32%. Кроме того, 29% опрошенных в этой группе совмещают фриланс с обучением в ВУЗе (против 18%), 25% не имеют ещё даже неполного высшего образования (против 20%), 56% не состоят в браке (против 47%) и 22% никогда не имели опыта работы штатным сотрудником (против 12%). Вторая группа, применяющая смешанную стратегию, несколько старше: в ней лишь треть фрилансеров моложе 23 лет. Ну и, наконец, самой возрастной является третья группа, где доля таких людей сокращается до 24%. Отметим, что за исключением возраста все остальные социально-демографические характеристики оказываются незначимыми с точки зрения дифференциации стратегий, применяемых для поиска новых заказчиков.

---

<sup>15</sup> Несколько странным может показаться тот факт, что значительная часть фрилансеров, принявших участие в нашем опросе, который проходил на бирже удалённой работы Free-lance.ru (и в подавляющем большинстве зарегистрированных на ней), утверждает, что совсем не пользуется данным инструментом при поиске работы. Это свидетельствует о наличии других полезных функций, предоставляемых упомянутыми ресурсами (прежде всего обеспечивающих включённость в сообщество фрилансеров), и существенных объёмах внебиржевых сделок. Поэтому биржи удалённой работы продолжают являться ключевым элементом рыночной инфраструктуры, организующую роль которых нельзя недооценивать.

<sup>16</sup> Гипотетическая траектория «прыжка» из рыночной стратегии в сетевую (минуя смешанную) с практической точки зрения кажется маловероятной.

Следует отметить, что люди, применяющие социальные связи, чрезвычайно высоко оценивают (7 из 10 баллов)<sup>17</sup> свою удовлетворённость работой по сравнению с теми, кто использует только рыночные способы. Таких фрилансеров примерно половина во второй (55%) и третьей (48%) группах. А вот в первой группе, вынужденной искать заказчиков в условиях свободной конкуренции, доля таких людей падает до 37%.

Таким образом, опора исключительно на рыночные каналы поиска работы является маргинальным случаем, а обратная ситуация с использованием исключительно социальных связей, напротив, может быть признана устойчивой и успешной.

### Финансовая эффективность стратегий

Социальные сети не только помогают фрилансерам в поиске новых заказов, но и существенно влияют на их количество и качество (см. табл. 2). Наибольшая активность на рынке характерна для людей, придерживающихся смешанной стратегии: по данным опроса каждый такой фрилансер в среднем за год поработал с 13,5 заказчиками и выполнил для них 24,5 проекта. У тех, кто ищет клиентов только через социальные сети, при небольшом количестве заказчиков (8,4) число проектов всё же составляет значительную величину (18,5). А вот поиск работы исключительно рыночным способом не приносит свободным работникам больших успехов: здесь число заказчиков больше, чем в третьей группе (9,4), а число выполненных проектов, наоборот, меньше (14,5).

Если мы рассмотрим отношение количества проектов к числу заказчиков, то подтвердим закономерность: чем выше уровень вовлечения социальных сетей в поиск работы, тем больше проектов фрилансер выполняет для одного и того же клиента. В первой группе на одного заказчика приходится 2,4 проекта, во второй — 3,0, в третьей — 3,9.

Таблица 2

#### Основные характеристики финансового положения фрилансеров

	Стратегия поиска заказчиков			Итого для всех фрилансеров
	Рыночная	Смешанная	Сетевая	
<i>N</i> (число респондентов)	1032	3734	3155	7921
Среднее количество проектов (в год)	14,5	24,5	18,5	20,8
Среднее число заказчиков (в год)	9,4	13,5	8,4	10,9
Отношение количества проектов к числу заказчиков	2,4	3,0	3,9	3,3
Количество рабочих часов в неделю	49,3	53,8	52,5	52,7
Совокупный доход индивида, тыс. рублей в месяц	20,9	32,2	31,8	30,6

<sup>17</sup> Удовлетворённость работой оценивалась по 10-балльной шкале, на которой 1 соответствует уровню «совершенно не-удовлетворён», а 10 — «полностью удовлетворён».

	Стратегия поиска заказчиков			Итого для всех фрилансеров
	Рыночная	Смешанная	Сетевая	
<i>N (число респондентов)</i>				
Доля фриланса в общем заработке, %	50,4	62,1	51,5	56,4
Доход индивида от фриланса, тыс. рублей в месяц	9,7	19,7	15,9	16,9
Средняя стоимость одного проекта, тыс. рублей	14,2	16,0	18,6	16,8

Первая группа — так называемые рыночники — включает в себя, как уже говорилось выше, преимущественно молодых и неопытных работников, делающих свои первые шаги не только в качестве фрилансеров, но и на рынке труда в целом (у 30% из них общий трудовой стаж составляет менее двух лет, и 72% менее двух лет работают фрилансерами). А поскольку опыт их работы невелик, они не могут похвастаться ни наличием обширного портфолио, ни высоким уровнем профессионализма, ни высоким рейтингом на биржах удалённой работы.

Соответственно у трети из них (31%) доля доходов от фриланса в совокупном заработке минимальна и не превышает его десятой части (в целом по выборке таких людей лишь 18%). Сам доход в данной группе также крайне невысок, и у 42% составляет менее 10 тыс. рублей. При этом, наряду с тем, что у этих людей самые низкие доходы, они, как правило, не имеют никаких сбережений, не ведут учёт денежных поступлений, не планируют свои будущие доходы и расходы. Таким образом, данная группа заметно выделяется на общем фоне по своему финансовому поведению. Входящие в неё фрилансеры находятся пока ещё на самой нижней ступени своего профессионального развития, и у них нет оснований быть довольными текущей ситуацией.

Вторая группа — те, кто использует смешанную стратегию поиска заказов, — оказывается в наилучших условиях с точки зрения возможностей самореализации в качестве фрилансера. Эти люди имеют самый высокий рейтинг на биржах удалённой работы: у трети (34%) он превышает 500 пунктов, и это намного выше, чем у тех, кто следует рыночной (19%) или сетевой стратегии (24%). Фрилансеры, применяющие смешанную стратегию, активнее других прибегают к дополнительным возможностям бирж, в том числе к платным услугам. В этой группе наибольшее число людей являются чистыми фрилансерами (25%), либо совмещают фриланс с предпринимательской деятельностью (11%). Чуть меньше половины (43%) планируют в будущем открыть или развивать свой собственный бизнес (среди рыночников таких 30%, среди сетевиков — 38%).

Третья группа — сетевики, имеющие в среднем наибольший опыт работы и осуществляющие поиск заказчиков исключительно через социальные сети, — в значительной степени утратила те черты, которые характерны для убеждённых, активных фрилансеров. Здесь на максимальные значения выходит доля людей, совмещающих свободную занятость с работой в качестве штатного сотрудника в какой-либо организации. Она составляет 58% против 43–45% в двух других группах. Для них фриланс становится уже чем-то вроде удобного приработка, и его доля в личном доходе индивида составляет лишь половину по сравнению с 62% среди людей, использующих смешанную стратегию.

Тем не менее уровень доходов и финансовое поведение во второй и третьей группах практически не различаются между собой, но люди, прибегающие к смешанной стратегии, чаще испытывают

колебания доходов и расходов от месяца к месяцу, что объясняется их большей ориентацией именно на свободную занятость.

Сложность прямой оценки уровня дохода российских фрилансеров связана с тем, что вопрос о доходе задавался нами в интервальной форме. К сожалению, это затрудняет проведение дальнейших расчётов производных показателей, однако мы всё-таки попытались это сделать, заменив интервальные значения на конкретные величины, принадлежащие этим интервалам<sup>18</sup>.

В результате видно, что использование социальных сетей позволяет фрилансерам получать более дорогие заказы. В первой группе средняя стоимость одного проекта составляет 14,2 тыс. рублей, во второй — 16,0 тыс. рублей, а в третьей — 18,6 тыс. рублей, и эти различия являются статистически значимыми на уровне 0,001. А учитывая, что на вторую и третью группы приходится примерно одинаковая трудовая нагрузка, получается, что опора только на социальный капитал позволяет зарабатывать больше при меньших трудовых усилиях.

Можно было бы предположить, что описанные выше различия связаны с тем, что рассматриваемые группы различаются по своему профессиональному опыту — среди рыночников больше новичков, а среди сетевиков — фрилансеров с немалым опытом работы. Однако если попытаться исключить данный фактор и рассматривать только людей со средним стажем (2–5 лет), то результаты остаются практически неизменными. По-прежнему представители рыночной стратегии существенно уступают людям, опирающимся на социальные связи, и по количеству проектов, и по их средней стоимости, и по совокупному месячному доходу при равной загрузке по времени.

## Исполнение обязательств и разрешение конфликтов

В российской деловой практике остро стоит проблема несоблюдения деловых обязательств. Рынок удалённых услуг не является исключением. Более того, здесь эта проблема усугубляется ещё и тем, что контрагенты могут не встречаться друг с другом лично. Кто чаще сталкивается с проблемами? Обеспечивает ли стихийный рынок и правовые механизмы соблюдение деловых обязательств, или они должны быть подкреплены социальными связями? Как разрешаются возникающие конфликты?

В ходе опроса мы предлагали респондентам сообщить о том, сталкивались ли они в течение последнего года работы с нарушением заказчиками первоначальных договорённостей. Обнаружилось, что лишь 29% ответили на этот вопрос отрицательно, причём число тех, кто даже не слышал о подобных случаях, составило всего 4%. Таким образом, можно констатировать, что более 70% фрилансеров имели личный опыт несоблюдения договорённостей со стороны контрагентов.

Наибольшая активность представителей смешанной стратегии (немалое число как заказчиков, так и проектов) оборачивается тем, что именно этим людям чаще всего приходится сталкиваться с разного рода проблемами. Но чтобы быть уверенными в истинных источниках проблем, мы будем сравнивать в основном рыночную и сетевую стратегии.

---

<sup>18</sup> Замены были выполнены следующим образом: менее 10 тыс. рублей — 7 тыс.; 10–25 тыс. рублей — 18 тыс.; 25–50 тыс. рублей — 35 тыс.; 50–75 тыс. рублей — 60 тыс.; 75–100 тыс. рублей — 85 тыс.; свыше 100 тыс. рублей — 120 тыс. Поскольку структура ответов представляет собой не равномерное, а квазинормальное распределение с центром, соответствующим примерно 20–25 тыс. рублей, значения смещены от середины интервалов в сторону этого центра. Более детальное обоснование данной процедуры см.: [Стребков, Шевчук 2009: 60–61].

Самыми опасными нарушениями являются те, что влекут за собой безвозвратные финансовые потери (исчезновение заказчика, невыплата гонорара и отмена уже выполняемого заказа без компенсации). Печальный опыт хотя бы одного из этих серьёзных нарушений в течение года был у 43% фрилансеров. При этом с ними пришлось столкнуться каждому второму (48%) стороннику рыночной стратегии и лишь каждому третьему (34%) сетевому. В целом использование рыночных каналов поиска заказов повышает риск серьёзных проблем, тогда как применение социальных способов приводит к заметному росту несерьёзных нарушений. Таким образом, с одной стороны, социальные связи помогают фрилансеру избежать крупных неприятностей, но с другой — дают заказчику определённые возможности эксплуатации своих личных отношений с работником в виде изменения задач, сроков, а также задержек оплаты (см. табл. 3).

Таблица 3

**Проблемы, с которыми приходилось сталкиваться за последний год, %**

	Стратегия поиска заказчиков			Итого
	Рыночная	Смешанная	Сетевая	
<i>N (число респондентов)</i>	<i>1001</i>	<i>3632</i>	<i>3060</i>	<i>7693</i>
<b>Несерьёзные проблемы (хотя бы одна)</b>	<b>42</b>	<b>66</b>	<b>56</b>	<b>59</b>
<b>Только несерьёзные проблемы (серьёзных не было)</b>	<b>16</b>	<b>28</b>	<b>33</b>	<b>28</b>
Изменение первоначальных задач работы	30	52	42	45
Сокращение сроков на выполнение заказа	6	11	11	10
Задержка с оплатой работы	26	45	37	40
<b>Серьёзные проблемы (хотя бы одна)</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>34</b>	<b>43</b>
Исчезновение заказчика	33	31	17	26
Полная или частичная невыплата гонорара	22	26	17	22
Отмена уже выполняемого заказа без компенсации	18	21	14	18
<b>Не было проблем</b>	<b>36</b>	<b>23</b>	<b>33</b>	<b>29</b>
Не сталкивался сам, но слышал о таких случаях	30	20	27	24
Не сталкивался сам и не слышал о таких случаях	6	3	6	4

Стихийный рынок как таковой не обладает встроенным механизмом защиты от оппортунизма и нуждается в поддерживающих институтах, важнейшими из которых являются правовые. Однако только 12% всех респондентов при оформлении отношений составляют официальный письменный договор. При этом довольно неожиданно, что сетевые (14%) делают это в два раза чаще рыночников (6,5%). Даже устранив фактор разного профессионального опыта в этих группах, мы наблюдаем следующую

закономерность: с ростом использования социальных сетей увеличивается доля заключающих официальный договор.

Заключение официального договора несколько снижает вероятность возникновения серьёзных проблем (до 35%) и особенно — случаи исчезновения заказчика (17% по сравнению 26% по всей выборке). Но при использовании рыночной стратегии это практически не ощутимо. Гораздо большее значение имеет официальный договор при возникновении конфликтных ситуаций. Путём переговоров такие ситуации удается успешно разрешить 73% из тех, кто заключает официальный договор, и лишь 55% из тех, кто его не имеет<sup>19</sup>. При этом использование рыночной стратегии существенно понижает шансы на успех (55% и 35%), а сетевой — повышает (77% и 62% соответственно). Каждый третий рыночник, заключивший договор, констатирует, что в итоге его проблема так и не была решена, тогда как среди сетевиков на это жалуется лишь каждый пятый. В наиболее плачевном положении находятся рыночники, не заключившие официальный договор: 61% из них так и не смогли защитить свои интересы (среди сетевиков таких только 36%) (см. табл. 4.)

Таблица 4

**Способы решения фрилансерами своих проблем, %**

	Стратегия поиска заказчиков						Итого
	Рыночная		Смешанная		Сетевая		
	ДА	НЕТ	ДА	НЕТ	ДА	НЕТ	
<i>Заключается ли официальный договор с заказчиком?</i>							
<i>N (число респондентов)</i>	44	598	306	2422	289	1712	5371*
Путём переговоров с заказчиком	55	35	73	56	77	62	58
С использованием угроз и силовых методов	5	3	9	4	4	3	4
С участием администрации биржи удалённой работы	0	4	3	3	1	1	2
Через обращения в судебные инстанции	7	0	5	1	1	0	1
Другим способом	5	1	2	1	1	1	1
Ситуация не была решена	36	61	23	41	20	36	39

\* На вопрос отвечали только те фрилансеры, которые сталкивались с проблемами при взаимоотношениях с заказчиками в течение 2008 г.

Таким образом, видно, что и правовые институты работают на рассматриваемом рынке удалённых услуг лучше, будучи подкреплёнными социальными связями. Это скорее всего объясняется относительно слабым механизмом правового принуждения (инфорсмент) в современной России и его высокими транзакционными издержками.

<sup>19</sup> Если говорить о других успешных способах решения подобных проблем, то 4% всех фрилансеров применяли угрозы и силовые методы; администрация биржи удалённой работы помогла 2% опрошенных; менее 1% добились решения через суд.

## Заключение

Проведённый анализ продемонстрировал, что русскоязычный сегмент рынка удалённой работы не является сферой атомизированных действий, а пронизан социальными сетями. Рыночная модель оказывается маргинальной, нежизнеспособной и встречается только на первых этапах карьеры фрилансера; в основном же мы наблюдаем «укоренённого» индивида. В ходе своей деятельности он либо обрастает социальными связями, либо неизбежно покидает поле фриланса. Таким образом, включённость в социальные сети является не только фактором успеха, но и необходимым условием выживания на рынке.

Несмотря на развитие специализированных ресурсов — бирж удалённой работы, — именно социальные сети приносят фрилансерам наибольшее число заказов, которые к тому же являются ещё и более высоко оплачиваемыми. В частности, это означает, что информации о профессиональных и личных качествах агентов, доступной на открытом рынке, может быть недостаточно для принятия решения, а её правдивость вызывает сомнение. Следует учитывать и особенности самих благ, обращающихся на рынке. Речь идет об индивидуализированных интеллектуальных услугах, конечная ценность которых для потребителя в точности не известна заранее (так называемые доверительные блага). В этих условиях хозяйственные агенты не могут положиться на разовые сделки с анонимными контрагентами.

Эту проблему пытаются решить биржи удалённой работы, взявшие на себя роль своеобразных организаторов рынка и продвигающие новые институты. Одна их часть призвана обеспечить агентов необходимой информацией (портфолио, отзывы и различного рода рейтинги) и повысить её качество. Эти механизмы призваны открыть рынку профессиональную и деловую историю субъектов. Другие институты направлены непосредственно на обеспечение исполнения обязательств. Это предлагаемые биржами посреднические услуги: так называемые «сделки без риска» и помощь в разрешении конфликтных ситуаций (арбитраж)<sup>20</sup>. Однако эти инструменты пока не получили широкого распространения в русскоязычном интернет-пространстве.

В этих условиях необходимая информация циркулирует по социальным сетям, а отношения сотрудничества, знакомства и рекомендации укрепляют доверие и гарантируют исполнение обязательств. По мере дальнейшей институционализации рынка и развития его инфраструктуры возможности для атомизированных действий скорее всего несколько увеличатся, однако специфика доверительных услуг вряд ли позволит им занять доминирующее положение.

## Литература

Грановеттер М. 2009. Сила слабых связей / Пер. с англ. З. В. Котельниковой. *Экономическая социология*. 10 (4): 31–50. <http://ecsoc.hse.ru/issues/2009-10-4/index.html>

Грановеттер М. 2004. Экономическое действие и социальная структура: проблема укоренённости / Пер. с англ. М. С. Добряковой. В сб.: Радаев В. В. (сост. и науч. ред.). *Западная экономическая социология. Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН; 131–158; см. также: *Экономическая социология*. 2002. 3 (3): 44–58. <http://ecsoc.hse.ru/issues/2002-3-3/index.html>

<sup>20</sup> Сделка без риска (безопасная, или гарантированная сделка) подразумевает резервирование заказчиком суммы контракта на специальном счёте, с которого (после извещения о принятии работ) биржа переводит деньги фрилансеру.

- Малоун Т. У. 2006. *Труд в новом столетии. Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь*. М.: ЗАО «Олимп—Бизнес».
- Никуткина К. М., Привалова А. О. 2009. Западные количественные исследования фрилансеров: профессиональный обзор. *Экономическая социология*. 10 (1): 127–143. <http://ecsoc.hse.ru/issues/2009-10-1/index.html>
- Пинк Д. 2005. *Нация свободных агентов: как новые независимые работники меняют жизнь Америки*. М.: Издательский дом «Секрет фирмы».
- Радаев В. В. 2009. Атомизированные действия vs. социальные связи: основы конкуренции в российской розничной торговле. *Мир России*. 2: 50–88. [http://www.ecsocman.edu.ru/mirros/volumes.html?year=2009&j\\_num=2](http://www.ecsocman.edu.ru/mirros/volumes.html?year=2009&j_num=2)
- Стребков Д. О., Шевчук А. В. 2008. Фрилансеры в информационной экономике: мотивация и организация труда. *Социальная реальность*. 1: 23–39. <http://socreal.fom.ru/files/sr0801-023-039.pdf>
- Стребков Д. О., Шевчук А. В. 2009. *Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров)*. Препринт WP4/2009/03. М.: ИД ГУ ВШЭ. <http://new.hse.ru/C3/C18/preprintsID/default.aspx?view=WP4/2009/04>
- Уци Б. 2007. Источники и последствия укоренённости для экономической эффективности организаций: влияние сетей / Пер. с англ. Ю. Р. Муратовой. *Экономическая социология*. 8 (3): 44–60; 8 (4): 43–59. <http://ecsoc.hse.ru/topics/translations/index.html>
- Хэнди Ч. 2001. *Время безрассудства. Искусство управления в организации будущего*. СПб.: Питер.
- Шевчук А. В. 2008. Самозанятость в информационной экономике: основные понятия и типы. *Экономическая социология*. 9 (1): 51–64. <http://ecsoc.hse.ru/issues/2008-9-1/index.html>
- Cohen L., Mallon M. 1999. The Transition from Organizational Employment to Portfolio Working: Perceptions of «Boundarylessness». *Work, Employment & Society*. 13 (2): 329–352.
- Clinton M., Totterdell P., Wood S. 2006. A Grounded Theory of Portfolio Working: Experiencing the Smallest of Small Businesses. *International Small Business Journal*. 24 (2): 179–200.
- Fraser J., Gold M. 2001. Portfolio Workers: Autonomy and Control amongst Freelance Translators. *Work, Employment & Society*. 15 (4): 679–697.
- Malone T. W., Laubacher R. J. 1998. The Dawn of The E-Lance Economy. *Harvard Business Review*. 76 (5): 144–152.
- Nilles J. 1998. *Managing Telework: Strategies for Managing the Virtual Workforce*. N. Y.: John Wiley & Sons.
- Stanworth C., Stanworth J. 1997. Reluctant Entrepreneurs and their Clients — The Case of Self-employed Freelance Workers in the British Book Publishing Industry. *International Small Business Journal*. 16 (1): 58–73.



## НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Х. Уайт

# Рынки и фирмы: размышления о перспективах экономической социологии\*



**УАЙТ Харрисон** (White, Harrison С.) — профессор социологии факультета социологии Колумбийского университета (Нью-Йорк, США).

E-mail: [hcw2@columbia.edu](mailto:hcw2@columbia.edu)

Публикуется с разрешения автора.

Пер. с англ. М. С. Добряковой.

Науч. ред. В. В. Радаев,  
Г. Б. Юдин

*В работе представлен подход к анализу рынков фирм-производителей как социальных конструкций. Критикуется стилизованная версия чистой конкуренции. В рамках любого рынка каждая производящая организация учится находить свою особую нишу, отличающуюся по объёмам производства и качеству продукции от тех, что заняты конкурентами. Решения принимаются здесь на основе наблюдения за действиями конкурентов, воспринимаемыми в качестве сигналов данного рынка. Рынки воспроизводят себя подобно молекулам, образованным из атомов — производящих фирм. Причём для каждой такой молекулы характерно линейное расположение атомов. Упорядоченные ниши вместе и образуют рынки, расположенные в потоках промежуточных продуктов.*

*Х. Уайт описывает общее устройство и сигнальный механизм, вокруг которого складывается «рыночная молекула». Затем показаны основные результаты, которые можно получить при помощи модели равновесия и её зависимостей от первоначально избранного пути. Работа завершается анализом возможных изменений ориентации в потоке и её эволюции во времени на более общем уровне.*

**Ключевые слова:** рынки фирм-производителей; рынки и фирмы; сигнальный механизм; структурный подход; рыночная структура; идентичности рыночных акторов.

Наиболее яркой чертой современной экономики является устойчивая направленность постоянно движущихся в ней потоков. Подобная направленность сформировалась вокруг возобновляющегося производства, осуществляемого организациями, каждая из которых имеет собственную специализацию и место в стратифицированной системе промежуточных товаров и услуг с чёткими восходящими и нисходящими потоками (*upstream and downstream*)<sup>1</sup>. В рамках любого рынка каждая производящая организация учится находить свою особую нишу, отличающуюся по объёмам производства от тех, что заняты конкурентами. Все вместе они образуют отрасль или рынок, которые воспринимаются как нечто само собой разумеющееся рынками и фир-

\* Мы благодарим Г. В. Градосельскую и Д. О. Стребкова за помощь в решении терминологических проблем перевода. — *Примеч. науч. ред.*

<sup>1</sup> Точкой отсчета здесь выступает производство. Соответственно восходящие потоки направлены к поставщикам, а нисходящие — к потребителям. — *Примеч. перев.*

мами, расположенными в потоках выше или ниже по отношению к данному рынку. Рынок особым образом упорядочивает взаимодействие (*market interface*) между фирмами и тем самым защищает их от неопределённости, существующей внутри потоков. Рыночные ниши упорядочиваются в соответствии с качеством продукции.

Все эти рынки являются социальными конструкциями. Наблюдение за действиями конкурентов, которые воспринимаются как сигналы данного рынка, подобно функционированию активных систем самонаведения<sup>2</sup>. Рынки воспроизводят себя подобно молекулам, образованным из атомов — производящих фирм. Причём для каждой такой молекулы характерно линейное расположение атомов.

Что отличает рынки фирм-производителей от изучавшихся ранее рынков, оперирующих заданными товарными запасами, так это их расположение в потоках промежуточных продуктов. Экономисты воспринимают рынки как нечто фундаментальное, однако до сих пор они были не в состоянии описать процессы и структуры, посредством которых отдельные фирмы в реальности образуют рынок. В результате экономисты часто упускают из поля зрения конкретные фирмы, предлагая взамен стилизованную версию чистой конкуренции. В то же время аналитики, исследующие историю развития фирм, их стратегии и структуру, как правило, не рассматривают конкретные рынки, а концентрируют внимание на ориентациях фирм и разного рода отношениях между ними. Ни тот, ни другой подход не дают достоверного объяснения производственной экономики, ибо ни один из них не объясняет взаимообусловленности возникновения и развития рынков и фирм.

Основная задача экономической социологии состоит в том, чтобы объединить схему анализа рынков и схему анализа фирм и получить тем самым более реалистичную картину. Объединение этих схем позволит лучше понять культурную и психологическую динамику и стили, пронизывающие экономическое действие, а также осуществить тщательный анализ процессов капитализации и делового цикла в более крупных масштабах и за более долгий период.

В данном тексте представлен частичный, главным образом качественный, обзор семейства математических моделей [White 2002]<sup>3</sup>. Всё разнообразие рынков фирм-производителей здесь представлено на карте, отображающей их чувствительность к оценкам потребителей и производителей (*valuation sensitivities*). Эти модели позволяют выявить общие черты при всем разнообразии рынков — в разные эпохи, в разных отраслях, а также при различиях в размере, количестве и расположении фирм.

В начале предлагаемой работы описывается общее устройство (*general setting*) и сигнальный механизм, вокруг которого складывается «рыночная молекула». Затем показаны основные результаты, которые можно получить при помощи модели равновесия (*equilibrium model*) и её зависимостей от первоначально избранного пути (*path dependencies*). Работа завершается анализом возможных изменений ориентации в потоке и её эволюции во времени на более общем уровне.

<sup>2</sup> Такие системы бомбардируют цель зондирующими сигналами, принимают отражённые от неё сигналы и тем самым фиксируют её местонахождение (см.: Active-guidance system. 2009. In: *Encyclopædia Britannica*. Retrieved November 04, 2009, from Encyclopædia Britannica Online: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/4565/active-guidance-system>). — *Примеч. науч. ред.*

<sup>3</sup> Первое описание основной модели не вызвало большого интереса [White 1981a, 1981b]. Однако спустя десятилетие Р. Сведберг в своей попытке переосмыслить экономическую социологию обратил на неё внимание. Начиная с 1995 г., французский экономист Оливье Фавро проводил в Париже семинары, где вместе с работами французской группы, занимавшейся экономикой конвенций, обсуждались и мои упомянутые выше работы, а также [White 1988]. Это побудило меня к дальнейшей разработке этих моделей, а затем — и к написанию книги, где они рассматривались более подробно. Р. Сведберг и М. Грановеттер своими советами и многочисленными публикациями помогли приблизить описание этих моделей к языку социологии. На экономическую сторону большое влияние оказал удивительно кстати вышедший в 1989 г. известный двухтомник «Handbook of Industrial Economics» («Основы индустриальной экономики»). Увы, ни одной из сторон не нравится тот путь, которым я совместил качественную феноменологию и математическое моделирование.

## Асимметричное устройство

Фирмы производят добавочную стоимость, трансформируя приобретенные ими ресурсы в собственный продукт, который, в свою очередь, может стать ресурсом для последующей трансформации в смежных отраслях нисходящего потока (*industries downstream*). Какие именно фирмы находят для себя нишу и тем самым образуют конкретный рынок, зависит от сложившихся у данных фирм на данных рынках отношений взаимозаменяемости (*histories of substitutabilities*). В отличие от привычных для нас рынков, основанных на торге и обмене, рынки фирм-производителей всегда предполагают наличие исполнителей не двух, а трёх ролей — поставщика, производителя и покупателя. Таким образом, производители должны следить за восходящими и нисходящими потоками и с учётом распознаваемых сигналов принимать оптимальные решения.

Необходимым условием для принятия таких решений является определённая степень сопоставимости между производителями. Проще всего она достигается в линейно-упорядоченной структуре — неформальной иерархии (*pecking order*) [Chase 1974; Podolny 1993]. Качество продукции определяется в соответствии с этой структурой. Фирмы на самом деле ведут себя вполне рационально и стремятся к максимизации прибыли. Однако достичь этой цели можно лишь в том случае, если максимизация прибыли становится деловой практикой, осуществляемой *в рамках* некоей схемы определения качества, каковой выступает отрасль, сложившаяся *внутри* экономических сетей<sup>4</sup>. При этом в непосредственном измерении качества нет нужды. Производители могут избежать необходимости напрямую использовать потенциальную оценку, которая будет дана потребителями потокам продуктов или услуг каждого из них. Но взамен им, конечно, приходится точно следовать принципу равной потребительской оценки (*equal valuation*), на котором настаивают покупатели, и это выражается в том, что для всех фирм должен быть действовать общий критерий выгоды сделки  $\theta$  (*meta*).

Таким образом, производственная экономика образована отдельными рынками как непересекающимися областями упорядоченной организации взаимодействия (*disparate market interfaces*). Каждая из областей основана на установлении соответствия между локальными дисперсиями и ведёт производителя по направлению к ещё большей неопределённости. Производственные потоки не двигаются через анонимные рыночные перекрестки, как это описано в экономической теории чистой конкуренции. Привычные понимания спроса и предложения становятся случайными (*contingent*) и относительными, поскольку жизнеспособность рыночной структуры (*market profile*) основывается на соответствии между локальными разнообразиями (*local variabilities*).

Спрос и предложение возникают как побочные продукты интерактивного процесса формирования рынка и, стало быть, формирования продукта. Приведём лишь один пример: шотландская трикотажная промышленность. Социологи достаточно активно занимались её исследованием [Pogac et al. 1995; White 2002 Ch. 6], описана и её история [Gulvin 1984]. Высокий стандарт одежды, «идущей в ногу с модой», возник в Шотландии в рамках нескольких отдельных рынков, на многих из которых использовался преимущественно ручной труд. Общий объём их трикотажного производства примерно втрое меньше, чем в Англии. Для каждого из этих шотландских рынков было необходимо получить признание и выработать идентичность своей продукции. Такая эволюция, в ходе которой спрос и предложение взаимосвязаны и порождают друг друга, не прекращается и поныне.

<sup>4</sup> В некоторых сферах бизнеса продукты, качество которых оценивается потребителем выше, производятся с *меньшими* издержками, нежели у других фирм, чьё качество оценивается ниже. Сигнальный механизм, предложенный А. М. Спенсом [Spence 1974], на самом деле относится только к этой парадоксальной ситуации, которую следовало включить в мою модель, что и было сделано.

## Рыночный механизм

В денежных хозяйствах производственные потоки стали гораздо более мощными в силу многолетней специализации фирм на производстве какого-то одного товара. Здесь-то и скрыта загадка. В условиях риска и неопределённости сбыта и поставок в каждый данный период времени требуются решения относительно объёма потоков в следующий период времени. Как давно указано экономистом Фрэнком Найтом, между просчитываемым риском и неопределённостью существует принципиальное различие [Knight 1921]. И производители ищут опору в направлении, воспринимаемом ими как поле неопределённости в духе Ф. Найта.

Для построения нашей модели необходима только одна аксиома: *главный вопрос для любого актора — найти точку опоры, чтобы организовать взаимодействия с другими акторами, которые также ищут точку опоры, что в результате порождает устойчивый образ действий*. Каждый производитель следит за структурой рынка и заботится о его поддержании. Эта структура переводит отсутствие определённости на рынке во вполне определённое «меню», или совокупность выборов. Механизм такого рынка, подобного молекуле, образуемой фирмами-атомами, работает благодаря возможности наблюдения за поведением других его участников.

Чтобы оценить эту структуру конкурентных позиций (*profile of rivalry*), частью которой он является, каждый участник отслеживает рыночные позиции своих соперников (*peers*). Говоря конкретнее, он отслеживает объём продукции и уровень цен на неё у других производителей, что позволяет ему выбрать себе надёжную точку опоры, приняв адекватное решение об объёме производства. Это решение, в свою очередь, сигнализирует другим участникам об их месте в структуре конкурентных позиций, которую в итоге они все вместе образуют, продолжая действовать согласно решениям последнего месяца или квартала. Покупатели, со своей стороны, навязывают всем производителям одно и то же значение критерия выгодности сделки  $\theta$ , который представляет собой отношение воспринимаемой покупателем ценности товара к произведённым им затратам.

Математически всё это можно оценить, используя элегантные и простые приближённые формулы, описывающие конкретные обстоятельства оценивания<sup>5</sup>. Это позволяет в явном виде задать модели, построенные на двух соотношениях четырёх параметров ( $a, b, c, d$ ), каждый из которых отражает (в форме степенных показателей) характеризующее различных производителей направление реакции на изменение объёма и качества продукции в двух основных контекстах — поставщика и потребителя. Задача получает наглядное решение, хотя когда для построения прогнозов в уравнения вводятся значения параметров, зачастую требуются громоздкие числовые расчёты и имитационные модели (*simulations*). К имитационным моделям приходится прибегать также и для исследования стратегического поведения фирм (*strategic manipulations*) [Bothner, White 2001].

## Модель и условия работы механизма

Элегантная в своей простоте и прозрачности формула выводится для  $W(y)$  — структуры, способной к самовоспроизводству, где  $W$  — стоимость (*worth*) реализуемой продукции некоей фирмы, а  $y$  — объём производства.

$$W(y) = (Ay + k)f \quad (1).$$

<sup>5</sup> Эти формулы известны как функции Кобба—Дугласа [Nerlove 1965].

Единственными индикаторами, описывающими данную фирму, здесь являются  $y$  — объём продукции;  $W$  — выручка от реализации и, следовательно, занимаемая фирмой доля рынка. Реакцию показывают значения  $g$  и  $f$ ; вместе с критерием выгоды сделки  $\theta$  они входят в  $A$ . Эта структура должна одновременно отображать иерархию производителей в соответствии с воспринимаемой каждым из них структурой издержек и иерархию производителей в соответствии с их относительной удовлетворительностью для покупателей, приобретающих одно и то же количество продукта. Никто из участников не измеряет качество продукции напрямую, так что значения индекса  $n$  для отдельных производителей были бы лишними в уравнении (1). Уравнение показывает, как представления и расчёты участников взаимодействуют друг с другом в рамках рыночной структуры  $W(y)$ . И это именно мы, аналитики, усугубляем качество продукции в виде значений некоторого индекса  $n$ .

Работа фирм на рынке зависит не только от конкретного уровня качества продукции фирм-участников рынка, но и от сложившихся условий, понимаемых как соотношение уровней чувствительности (*sensitivity ratios*). Если описать этот рыночный контекст реалистично и просто, с помощью модели  $W(y)$  можно убедительно показать, что он играет решающую роль в вопросе выживания и успеха на рынке — и то, и другое представляет собой лишь зависимые переменные. Разумеется, особую важность здесь имеет та ниша, которую фирма занимает в соответствии с качеством своей продукции. Однако для понимания рынка в целом как упорядоченной совокупности фирм (*array of firms*) и прогнозирования результатов его работы решающую роль играют не конкретные значения  $n$ , а то, что существует некоторый поддающийся оценке диапазон параметров качества. Можно обстоятельно показать, как на основании наблюдаемых результатов деятельности всех фирм на рынке восстановить набор значений  $n$  для этих фирм [White 2002 Ch. 8]. Однако решение поставленных нами задач этого не требует.

Таким образом, любая рыночная структура может быть представлена в виде графика, связывающего набор точек в пространстве двух переменных —  $W$  и  $y$ , где каждая из точек представляет собой одну фирму на данном рынке. Кроме индекса качества в формуле дважды представлена конфигурация рынка в целом. Во-первых, произвольной константой  $k$  (*shift constant*  $k$ ) в уравнении (1). Каждому новому значению  $k$  соответствует новая структура из семейства сходных рыночных структур, соответствующих формуле (1). Это индикатор истории (или пути взаимодействия) фирм и покупателей, которая и привела к возникновению данной рыночной структуры. Во-вторых, используется критерий выгоды сделки для покупателя (*deal criterion*)  $\theta$ , который входит в параметр  $A$ . Он может зависеть от истории или особенностей траектории эволюции данного рынка, но обычно определяется совокупностью сложившихся на рынках в данном секторе экономики представлений (*mores*) относительно того, что покупатели склонны счесть выгодной сделкой. Это требует учёта влияния всех других рынков, окружающих этот рынок; ниже они будут описаны при помощи степенного параметра  $\gamma$  (*гамма*).

Контур рыночной структуры зависят прежде всего от контекста, описываемого двумя соотношениями:  $a/c$  и  $b/d$ . Однако под давлением действующей на рынке конкуренции она может распадаться или расслаиваться. Расслаивание (*unraveling*) обусловлено историей рынка, или зависимостью от первоначально избранного им пути, которая отражена в параметрах  $\theta$  и  $k$ . В некоторых контекстах структура может начать расслаиваться при любом значении произвольной константы  $k$ , однако в большинстве случаев это возможно лишь при некоторых её значениях. Тем не менее расслаивание может зависеть от качеств производителей, стремящихся играть на этом рынке. Произвольная константа  $k$  является более подвижной от рынка к рынку, чем качество продукции, а оно, в свою очередь, менее стабильно, чем показатели оценивания, характеризующие ситуацию на рынке в целом.

## Параметры оценивания

Ключевой аспект рынка — это соотношения между показателями оценивания (*tradeoffs in valuations*) по трём категориям акторов.

**Первое соотношение** показывает, как оценка абсолютного объёма производства возрастает с точки зрения производителей по сравнению с её ростом с точки зрения покупателей. Стратегия построения модели состоит в том, чтобы выразить каждый такой рост оценки *одним* числовым показателем, по сути являющимся показателем степенной функции ( $c$  — для производителей,  $a$  — для покупателей). Именно это во многом упрощает картину и в результате предлагает в качестве решения наглядную формулу. Подобная оценка оправдана как аппроксимация на этих прагматических основаниях. При этом можно считать её также вполне естественным допущением для изучения той конструкции, которую бизнесмены совместными усилиями постоянно выстраивают на основе своих восприятий и оценок.

Рыночная структура  $W(y)$  — это не плод воображения какого-то математика или группы инженеров. Это скорее порядок (*discipline*), который можно наблюдать в разговорах людей [Sacks 1995; Gibson 1999], в приветствиях родственников [White 1963], цепях вакансий (*vacancy chains*) [White 1970; Stewman, Konda 1983] или в условиях жилищной сегрегации [Schelling 1978]. Такого рода взаимодействия достаточно запутаны, в них есть свои тонкости; но решения могут приниматься только на основе примерных оценок, даваемых без предварительных расчётов, прямо на месте. Точно так же первое соотношение показателей оценивания для двух сторон, участвующих в сделке, представляется просто в виде отношения двух чисел — показателя степени  $a$ , характеризующего увеличение степени удовлетворённости покупателя по мере увеличения объёма производства; и показателя  $c$ , характеризующего рост издержек, который производители ожидают по мере увеличения объёма производства с учётом уже заключённых соглашений о приобретении ресурсов.

Показатель, устойчиво характеризующий ту или иную ситуацию, процесс или общность, заслуживает особого внимания. Если такой показатель — не особенность конкретной ситуации, но применим к ясно заданной совокупности случаев, он называется *параметром* [White 2000]. Так, для совокупности рынков фирм-производителей и их участников  $a$  и  $c$  — это параметры.

Если бы этих параметров было достаточно, всё разнообразие рынков можно было бы изобразить в виде точек на прямой, характеризующей ситуацию на рынке в зависимости от величины отношения параметра  $a$  к параметру  $c$ . В самом деле, подобная картина (если к ней добавить ещё параметр  $\theta$ , но не константу  $k$ ) напоминает взгляд ортодоксальных теоретиков на выдуманный ими мир чистой конкуренции [см.: White 2002; Ch. 5 (end), 11].

Рассмотрим, однако, **второе соотношение**. Оно показывает, как соотносятся оценка роста качества покупателями и оценка роста качества производителями (причём производители оценивают этот рост относительно издержек, связанных с закупкой ресурсов у поставщиков). И снова для каждой из двух оценок используется единственный параметр — показатели степенной функции  $b$  и  $d$  соответственно. Вновь соотношение равно отношению  $b/d$ . Модель  $W(y)$  показывает, что иерархия по качеству, представленному индексом  $n$ , отражает отличительные особенности различных фирм и их продуктов на том или ином рынке<sup>6</sup>. Однако ранее мы уже отказались от выяснения конкретных значений  $n$  для рынка, поскольку их роль второстепенна. Что действительно важно для выживания рынка и успеха фирмы на рынке — это некоторый показатель равновесия между первым и вторым соотношениями.

<sup>6</sup> Подобное приписывание показателей качества обосновано и разъяснено в рамках экономики конвенций; детальный анализ, а также пример непосредственного применения модели  $W(y)$  см.: [Favereau, Biencourt, Eymard-Duvernay 2002].

## Плоскость рынков

На рисунке 1 представлена схема разнообразных вариантов рыночных механизмов. По одной оси отложено значение  $a/c$ , по другой —  $b/d$ . На этой плоскости ниша приписывается тому или иному рынку как целому в зависимости от двух указанных соотношений, за счёт которых ниши, занимаемые отдельными фирмами, выстраиваются в единую жизнеспособную структуру. Данное пространство рыночных состояний (*state space*) представляет собой основной результат модели.

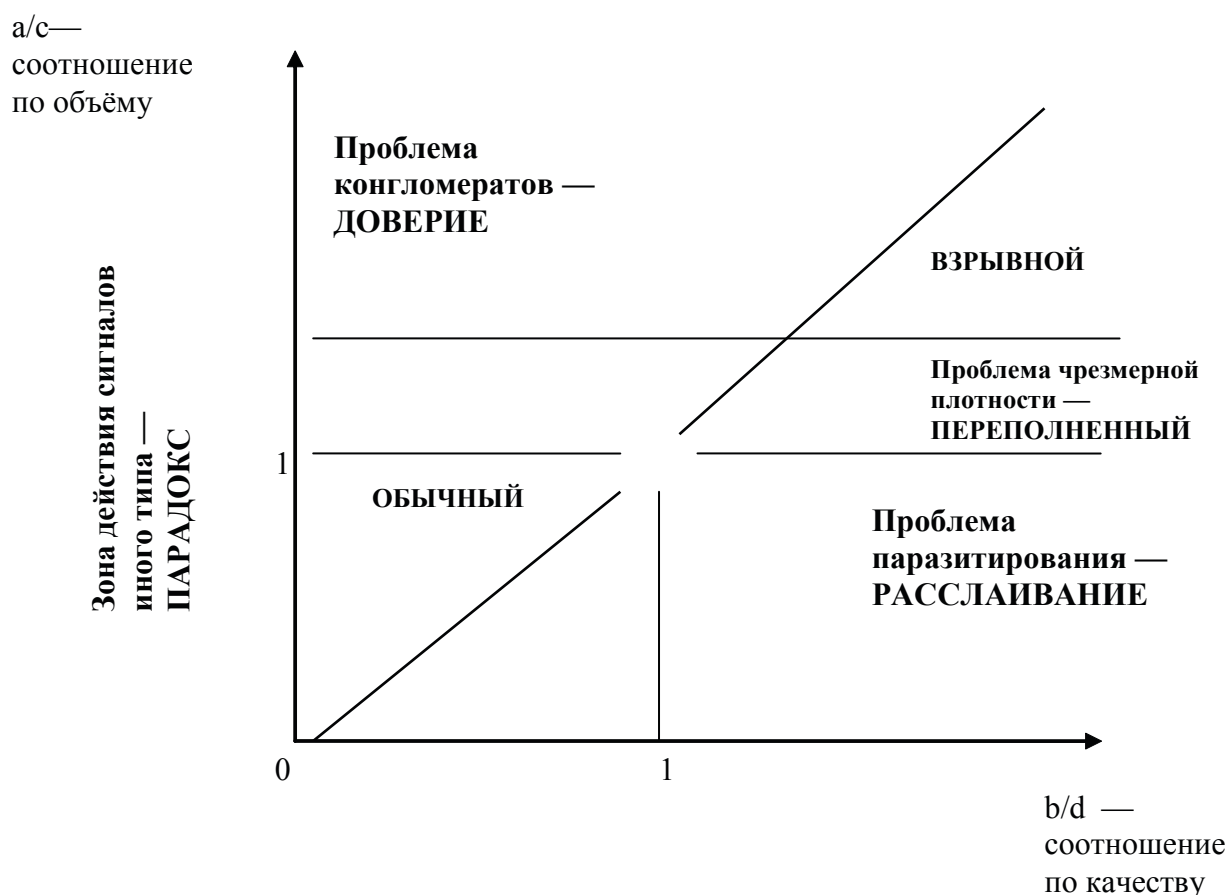


Рис. 1. Плоскость рынков

Условные обозначения:

- $a$  = спрос покупателя по объёму
- $b$  = спрос покупателей по качеству
- $c$  = издержки поставщика по отношению к объёму
- $d$  = издержки поставщика по отношению к качеству

Результаты функционирования рынков можно представить в виде квадрантов, лучей и подобластей. На основе уравнения (1) мы способны прогнозировать дисперсию цен при помощи двух соотношений четырёх параметров оценивания. За ними последуют прогнозы в отношении моделей получения прибыли, размера рынков и относительных долей фирм на этих рынках. Всё это вытекает из факта конструирования рынков посредством поиска фирмами своих ниш и своей идентичности с помощью сигнальных систем, поддерживаемых агрегированными запросами покупателей.

В зависимости от результатов функционирования рынков их можно разбить на четыре квадранта с центром в точке с координатами (1;1). Эти квадранты образованы пересечением двух областей, в которых

отношение  $a/c$  больше или меньше единицы, и других двух областей, в которых отношение  $b/d$  больше или меньше единицы. В содержательном выражении  $a/c < 1$  там, где при увеличении объёма производства спрос возрастает медленнее, чем издержки производителя; соответственно отношение  $a/c > 1$  в области, где с увеличением объёмов производства спрос растёт быстрее издержек производителя. Аналогичная ситуация и со вторым измерением: отношение  $b/d < 1$  соблюдается там, где при росте качества спрос увеличивается медленнее, чем издержки производителя; а отношение  $b/d > 1$  — поддерживается в области, где в случае роста качества спрос увеличивается быстрее издержек производителя. Истории рынков в каждом из этих четырёх квадрантов совершенно различны, как и тенденции их превращения в нерыночные формы того или иного вида.

Две проходящие через плоскость прямые, соответствующие ситуациям, в которых соотношения равны единице, естественно, пересекаются в центральной точке (1;1). Однако на рис. 1 видно, что это пересечение на схеме остается пустым. В ситуациях, когда соотношения равны единице, модель предсказывает воплощение экстремальных сценариев функционирования рынков. Однако эти сценарии противоположны для двух соотношений, так что прогнозы теряют силу в месте их пересечения. Вокруг центральной точки находится своего рода чёрная дыра, образованная рыночными условиями, в которых  $W(y)$ -рынок не может существовать. Именно этого и следовало ожидать, ведь рыночное упорядочение взаимодействия приходит в состояние равновесия за счёт нахождения компромиссного соотношения между дисперсией оценок объёма и дисперсией оценок качества. Такое равновесие трудно найти в условиях, когда с обеих сторон чувствительность (покупателей и продавцов) к изменениям примерно одинакова.

Два квадранта тяготеют к симметрии: в нижнем левом квадранте покупатели диктуют правила относительно как увеличения объёма, так и роста качества. Здесь производители соперничают за покупателей, чей спрос на объём и качество невелик в сравнении с затратами, которые несут производители при повышении объёма и качества. Массовое производство является низкокачественным и низкзатратным. По-видимому, производителям в подобном случае трудно расти, поэтому их число на рынке обычно достаточно велико. Условия здесь сходны с теми, что описываются в теориях популяционной экологии организаций [Carroll, Hannan 1995]. И эта ситуация ближе всего к чистой конкуренции — идеализированной модели, подходящей для ортодоксальной экономической теории, где покупатели не могут воспринимать различия в качестве продукции.

Теперь нам необходимо проанализировать каждый квадрант. На рис. 1 также показан диагональный луч, выходящий из начала координат и проходящий через центральную точку (1;1). Норма прибыли будет очень высокой и практически одинаковой для фирм на рынке, описываемом этой диагональю; в то же время абсолютные объёмы производства и доходы фирм здесь сокращаются. Напротив, вдоль линии, для которой соотношение  $a/c = 1$ , обнаруживается тенденция к занятию рынка одной-единственной крупной фирмой, которая при этом будет совершенно неприбыльна.

Уравнение (1) предполагает наличие некоторого сходства в результатах деятельности рынков, расположенных вдоль любого луча, проходящего через центральную точку. Теперь соединим лучи, находящиеся в квадрантах, и получим треугольные секторы. С одной стороны от прямой  $a/c = 1$  сектор, образованный диагональным и горизонтальным лучами, назван ОБЫЧНЫМ (Ordinary), с другой стороны — ВЗРЫВНЫМ (*Explosive*). Равновесие рыночной структуры (*equilibrating market profile*) основывается в ОБЫЧНОМ секторе на том, что отношение оценок объёма  $a/c$  больше компромиссного значения оценки качества  $b/d$ . В отношении же ВЗРЫВНОГО сектора верно обратное утверждение.

Итак, в нижнем левом квадранте находится ОБЫЧНЫЙ сектор. Здесь производители соперничают за покупателей, чей спрос на объём и качество невелик в сравнении с затратами, которые несут произ-



водители при повышении объёма и качества. В верхнем левом квадранте находится асимметричная область, названная ДОВЕРИЕ (*Trust*): при увеличении объёма производства спрос здесь растёт быстрее, чем издержки (поощряя тем самым массовое производство), а вот спрос на качество недостаточен по отношению к издержкам на повышение качества. Это ведёт к тому, что складывается нерыночная форма организации, когда фирмы делят рынок в зависимости от своих объемов производства или же образуют конгломераты. В нижнем правом квадранте находится другая асимметричная область: здесь, напротив, спрос на повышение качества достаточно высок относительно издержек производства, а спрос на рост объёма невелик относительно издержек. Ключевой процесс, происходящий на рынках этого типа, состоит в том, что производители низкокачественной продукции сбивают уровень качества и занимают одну и ту же позицию на кривой соотношения объемов производства и прибыли, слой за слоем вытесняя производителей высококачественной продукции и тем самым делая рынок нежизнеспособным (*unsustainable*). Назовём этот квадрант РАССЛАИВАНИЕМ (*Unraveling*). Здесь имеется тенденция к образованию ассоциаций, которые устанавливают допустимый уровень качества и ограничивают вход на рынок.

В правом верхнем квадранте находится область НОВИЗНЫ (*novel*), которая делится на ВЗРЫВНОЙ (*Explosive*) и ПЕРЕПОЛНЕННЫЙ (*Crowded*) секторы. Они характеризуются возрастающей отдачей от масштаба. Чем больше рынок, тем выше на нём рентабельность. Этот процесс подобен волнам покупательского энтузиазма и отчасти напоминает влияние социальных движений на экономическую сферу или воздействие эффекта присоединения к большинству на рост популярности продукта. Более всего это свойственно новинкам, которые становятся популярными и классифицируются как последний писк моды, свидетельство респектабельности или достижение передовой технологии. Когда продукт обладает такого рода качеством, рост покупательского энтузиазма опережает рост издержек производителя, связанных с повышением качества продукции.

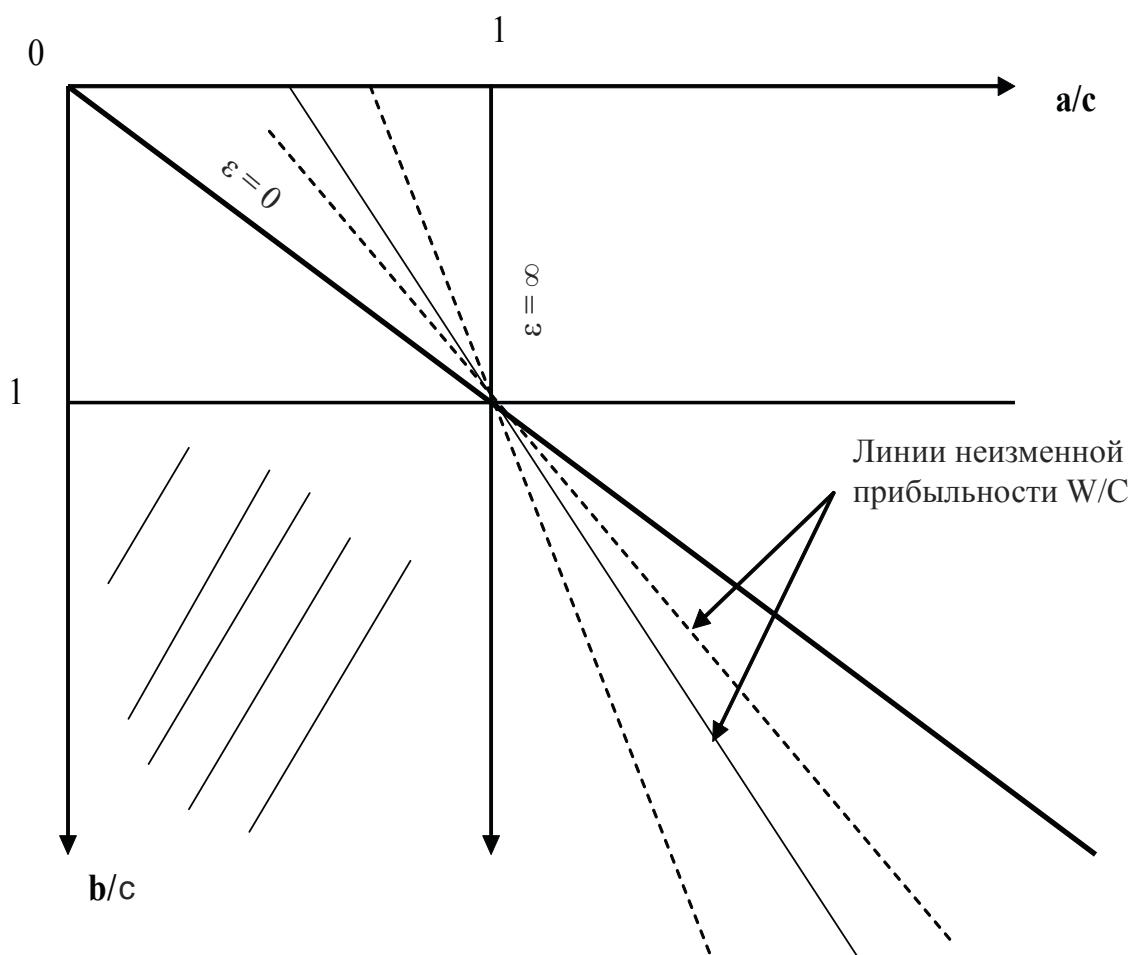
В этом случае нам потребуется интуиция, но в то же время мы сможем убедиться, *сколь важна методология, которая вытекает из параметризации модели  $W(y)$* . В условиях вялого рынка, где потребительские оценки, касающиеся как увеличения объёмов производства, так и роста качества, оказываются ниже тех затрат, которые в связи с этим несут производители, обе стороны не придут к соглашению по поводу компенсирующих выплат  $W$  производителям *до тех пор, пока* значение, показывающее реакцию на изменение объёма, не станет больше аналогичного значения, обозначающего реакцию на изменение качества (ОБЫЧНЫЙ сектор). На этих малоактивных рынках, где товар продаётся плохо, различия в уровне качества не столь важны для поддержания жизнеспособной структуры рынка, как относительная реакция на изменения объёмов производства. А вот где появляется возможность проверить нашу интуицию, так это при решении следующей задачи: отчего возникает обратное соотношение между значениями, показывающими реакции на изменения объёма и качества, когда оба эти значения достаточно велики, то есть на «горячих» рынках (*hot markets*), где явно ощущается давление со стороны покупателей. Решающее значение здесь имеет то, что рынки, попадающие в данный квадрант, более уязвимы для других рынков, находящихся на том же уровне в потоках продукции (*cross-stream*), и в силу этого будут расщепляться на подобласти, характеризующиеся различным уровнем устойчивости и неодинаковой успешностью, зависящими от возможности их замещения другими рынками.

Для этого квадранта важно ввести в анализ третье измерение —  $\gamma$ , которое обозначает возможность замещения (*substitutability*) производителей данного рынка производителями другого рынка, что может повлиять и на выгодность сделки для покупателей. Это измерение позволяет разбить область НОВИЗНЫ на два сектора. В ПЕРЕПОЛНЕННОМ секторе оптимальное число фирм достаточно невелико, и если добавляются новые конкуренты, совокупный размер рынка сокращается. Такая ситуация верна для престижных новинок; подражатели здесь ослабляют энтузиазм экономико-социальных движений и истощают спрос. ПЕРЕПОЛНЕННЫЙ сектор характеризует пространство, где возможность заме-

щения другими отраслями достаточно высока (как это происходит с абсолютно новыми и, в особенности, экзотическими (*faddish*) продуктами; для более устоявшихся отраслей производства значение  $\gamma$  меньше, поскольку в этом случае достаточно времени на обнаружение возможностей замены). Если возможностей замещения мало, больше усилий направляется на образование коалиций или другие способы подавления конкуренции, и такие рынки в результате попадают во ВЗРЫВНОЙ сектор области НОВИЗНЫ.

### Зависимость от первоначально избранного пути

Как следует из уравнения (1), результаты деятельности (*performance*) зависят от константы  $k$ . Каждая фирма на рынке характеризуется собственным объёмом производства и прибыли. Лишь в особом случае все фирмы получают примерно одинаковые относительные результаты и одинаково прибыльны; решение в таком случае описывается замкнутой формулой<sup>7</sup>, то есть  $k = 0$ . Тогда математическое решение позволяет нам увидеть, как рынки колеблются между двумя крайними состояниями производства, которые, как было показано ранее, задаются диагональным лучом и горизонтальным разделителем. Точное положение рынка будет в этом случае зависеть от того, под каким углом проходит промежуточный луч, вдоль которого располагается рынок (см. рис. 2)<sup>8</sup>.



**Рис. 2. Зависимость прибыльности фирм от расположения рынка вдоль лучей в пространстве рынков: отношение  $W$  к издержкам ( $C$ )**

<sup>7</sup> То есть формулой без свободных переменных. — Примеч. науч. ред.

<sup>8</sup> Схема, показанная на рис. 2, выводится из обсуждения, появившегося в моей готовящейся к изданию книге [White 2002] позже, чем схема, показанная на рис. 1. Вторая схема позволяет описывать парадоксальные ситуации, указанные выше в сноске 4. Она развернута на 90° по отношению к первой схеме, и в результате на оси  $b/d$  можно откладывать отрицательные значения.

Наши предыдущие рассуждения качественного характера представлены схемой, показанной на рис. 2. Однако особый случай, когда  $k = 0$ , не даёт жизнеспособных рыночных структур (*viable market profiles*) в двух других квадрантах (ДОВЕРИЕ и РАССЛАИВАНИЕ), где фирмы существенно различаются относительными результатами своей деятельности, и для их описания требуются числовые решения. Что для нас несомненно, так это то, что почти по всей плоскости рынков следует ожидать высокой степени зависимости от первоначально избранного пути. Это основной прогноз, который позволяет сделать данное семейство моделей. Предельный случай представляет собой ПЕРЕПОЛНЕННЫЙ сектор: здесь любое значение  $k$  — положительное, нулевое или отрицательное — указывает путь, соответствующий жизнеспособной структуре (прежде мы подчёркивали разнообразие таких контекстов).

Для большей части точек на карте жизнеспособные рыночные структуры соответствуют любым положительным значениям  $k$ , но только положительным. Это означает, как видно из уравнения (1), что динамической устойчивостью обладает рыночная структура, предполагающая широкий диапазон уровней прибыли. В то же время, как отмечает О. Фавро и его соавторы, такая рыночная структура будет обычно позволять входящим в неё фирмам покрывать не только переменные издержки, возникающие при принятии решения об оптимальном объёме, но и любые постоянные издержки [Favreau et al. 2001]. И в обильном ПЕРЕПОЛНЕННОМ секторе (сегменте) фирмы не сосредотачиваются на покрытии постоянных издержек.

Вернёмся теперь к ОБЫЧНОМУ сектору. Сектор, который вместе с ОБЫЧНЫМ образует квадрант, отражает условия, которые *не могут* поддерживать существование рынка и не выдерживают проверки на жизнеспособность при любом значении константы  $k$ . Для интерпретации этих квадрантов необходимы числовые (и, значит, более сложные) решения модели  $W(y)$ . То же касается и двух других квадрантов, где рыночные структуры с  $k = 0$  не могут поддерживать существование рынков. На самом деле рынки, расположенные в этом нижнем секторе, в целом очень близки к квадранту РАССЛАИВАНИЕ.

При рассмотрении этой области становится совершенно очевидным, что для проверки жизнеспособности рыночной структуры необходим анализ конкретного распределения фирм по качеству продукции. На самом деле в некоторых точках квадранта РАССЛАИВАНИЕ рыночные структуры могут быть жизнеспособными, однако, как и в случае остальных квадрантов, это возможно только для структур с положительным значением  $k$ . Причём здесь это будет верно только в том случае, когда ни одна фирма не пытается найти нишу для производства продукции более низкого качества.

## Ориентация и пути эволюции

Расслаивание подталкивает отдельные фирмы к определённым стратегическим шагам. Однако такие стратегические шаги может предпринимать и рынок в целом. Порой возникает необходимость изменений, вовлекающих и сопряжённые рынки (*boundary changes*).

С производственной экономикой неразрывно связано различие между взаимодействием с поставщиком (восходящий поток — *upstream*) и взаимодействием с потребителем (нисходящий поток — *downstream*). Этому различию не уделяется достаточного внимания в экономических теориях и бизнес-анализе, но для моей теории оно имеет основополагающее значение. Одно из следствий этого различия столь важно, что если его игнорировать, то  $W(y)$ -теория рассыпается. Каждый рынок должен быть ориентирован либо на поставщиков, либо на потребителей. Подобная ориентация (*orientation*), так же как и сам набор фирм на рынках производителей, может рассматриваться как историческое следствие процесса эволюционного отбора. Однако ориентация может переключаться.

До сих пор наши рассуждения предполагали ориентацию на потребителя (нисходящий поток). На самом деле ориентация всегда формируется в наиболее проблематичном направлении; непроблематичное

направление управляется привычными связями (*habitual ties*) [White 2002; Ch. 9, 10]. Общая ориентация рынка на поставщика (восходящий поток) может быть вызвана инфляцией или дефицитами военного времени; в это время отпускные цены для потребителей легко просчитываются и потому не представляют большого интереса, акцент переносится на задабривание поставщиков. Другой возможный случай ориентации на поставщиков — колониальные производители сырья, пользующегося высоким спросом в других странах: их усилия сосредоточены прежде всего на эксплуатации собственных поставщиков. Пожалуй, ещё один пример являют собой государственные предприятия бывшего Советского Союза: их сеть бартерного обмена с контрагентами была сфокусирована скорее на закупках, нежели на маркетинге<sup>9</sup>.

В экономике США индикатором ориентации того или иного рынка на поставщиков может выступать относительно низкий престиж и более скромные размеры отделов продаж и рекламы по сравнению с отделами закупок. Несколько магазинов-дискаунтеров могут сами составлять целый ориентированный на поставщиков рынок, поскольку они озабочены сделками с поставщиками, будучи уверенными в продажах. М. Ботнер и Х. Уайт используют  $W(y)$ -модель для анализа стратегического изменения ориентации [Bothner, White 2001]. Предложенные Ботнером имитационные модели указывают на значительные возможности получения прибыли в результате подобного изменения.

Различия в ориентации привлекают внимание к вопросам реального протекания во времени процесса, в результате которого и складывается структура подобного  $W(y)$ -рынка. Каждый такой рынок складывается только как скопление производителей, отделимое от других производителей, выступая своего рода молекулярным ядром для других рынков. Рынки возникают из межфирменных сетей, однако формирование клик (*cliques*) и плотных кластеров в рамках потока — не главный вопрос. Наоборот, фирмы, стремящиеся защититься от описанной Ф. Найтом неопределённости, уходят от кластеризации вокруг привычных связей: хотя это и удобно в краткосрочном периоде, такие связи могут замедлять распознавание новых возможностей и адаптацию к изменениям. В результате вместе группируются фирмы, имеющие между собой мало прямых связей, но занимающие структурно эквивалентные позиции (*structurally equivalent positions*) в сети как в восходящем, так и в нисходящем потоках.

Именно так одна группа производителей (*set of producers*) отделяется от других аналогичных групп, а её члены взаимодополняют друг друга, превращая свои разрозненные ниши в единый набор. Такой набор опознаётся как место, где можно найти весь спектр товаров, которые рассматриваются как разновидности продукции данной отрасли. Это означает, что производственная отрасль складывается скорее на основании структурной эквивалентности, нежели за счёт формирования клик (*cliquing*) [Burt, Carlton 1989].

Конкретных путей такой эволюции бесконечное множество. Они зависят от конъюнктурных обстоятельств и от того, что представляют собой соседние рынки. Как лучше подойти к анализу подобной эволюции? Прежде всего обратимся к аналогичному примеру из области сетевого моделирования других социальных контекстов, где акторы мобилизуются и цепляются друг за друга, пытаясь найти свой путь в волнах услуг и потоке случайностей.

Наш пример взят из работы Дугласа Хекаторна об эволюции [Hekatorn 1997]. Он разрабатывал сетевые модели и использовал результаты в эмпирической работе. Объект его исследования — группа людей, употреблявших наркотики и, следовательно, подвергавших себя риску заразиться ВИЧ. Они стремились друг к другу в поисках информации о том, где можно раздобыть наркотики, и перенимали друг у друга стиль жизни. Как правило, эта сфера их жизни была отделена от остальных её проявлений почти так же, как рыночная иерархия производителей отделена от их же собственных первичных,

<sup>9</sup> Последние два примера предложены Р. Коллинзом.

частных действий в процессе производства. Модель Хекаторна построена на том, что одни наркоманы тянутся к другим; в результате он получает репрезентативную группу.

Хекаторн предлагает модели с использованием цепей Маркова<sup>10</sup>, которые позволяют оценить вероятность перехода наркомана в новую подгруппу (подгруппы выделяются по полу, национальности и городу проживания). Суть в том, что эта модель верна не только для специфического процесса поиска таких же наркоманов, отчасти мотивированного вознаграждением за каждого человека, которого приведёт новый член группы. Она позволяет на более общем уровне смоделировать процесс самоконституирования группы (*set*) на основе существовавшей ранее сети и тем самым может послужить прототипом процесса формирования рынка.

Ещё одна идея Хекаторна состоит в том, что взаимное притяжение подобных (*homophily*), сходно ориентированных единиц оказывает большое влияние на процесс уплотнения сети (*coagulation*). Похожий процесс происходит, когда внутри крупного сектора, объединяемого набором входных и выходных параметров (*inputs and outputs*), образуются более мелкие отрасли на основе склонностей и идентичностей акторов, занятых поиском партнёров. В обоих случаях в результате поиска себе подобных происходит отсеивание, дополняющее процесс поиска собственной ниши в окончательной общей структуре группы.

Хекаторн обнаружил, что зависимость от первоначально избранного пути определяется различными качествами акторов. Он анализирует стихийно сложившиеся кластеры наркоманов: их возникновение лишь отчасти коррелирует с городом проживания (выполняющим ту же роль, что и отрасль производства для фирм). Этот подход важно дополнить, обобщив цепи Маркова до модели «кочевого-осёдлого»<sup>11</sup> [ср.: White 1970]. Это позволит сформулировать новую парадигму исследования рыночной динамики.

Второй подход к исследованию эволюции связан с анализом возникновения и последующего поддержания границ. Упомянутая выше работа Р. Бёрта и Д. Карлтон озаглавлена «Another Look at the Network Boundaries of American Markets» («Иной взгляд на границы сетей на американских рынках») и нацелена на поиск «более чётких различий в среде деятельности организаций» [Burt, Carlton 1989: 723]. Авторы утверждают, что структурная эквивалентность (*structural equivalence*) внутри сетей играет более важную роль, чем связанность (*connectivity*). Впрочем, авторы вынуждены полагаться на данные переписи организаций, собранные на основе Стандартной классификации отраслей экономики, где множество рынков при агрегировании попадают в одну категорию.

На основе менее агрегированных данных Э. Закерман выделяет типы участия отдельных фирм на рынке [Zuckerman 1999, 2000]. Он также не располагает данными об эволюции, однако он предлагает и затем проверяет механизм поддержания границ рынков. Ценность той или иной корпорации во многом определяется инвестиционными аналитиками: они консультируют инвесторов, основываясь в значительной степени на своих беседах с управляющими этими корпорациями. Закерман предположил, что этим аналитикам, как и самим участникам, трудно понять и проследить состояние фирмы, когда

<sup>10</sup> Цепи Маркова используются в анализе структуры данных. Это расчётная модель, отмечающая конечные состояния системы и показывающая вероятности каждого перехода, то есть вероятность того, что если нынешнее состояние системы описывается как  $s_i$ , то её следующее состояние будет описываться как  $s_j$ . Предполагается, что будущее состояние системы зависит только от нынешнего состояния и не зависит от предыдущих состояний [<http://hissa.nist.gov/dads/HTML/markovchain.html>]. — Примеч. перев.

<sup>11</sup> Модель «кочевого-осёдлого» («mover-stayer» model) — модификация цепей Маркова, в которой предполагается, что в системе есть два типа единиц: те, которые не меняют своё состояние (для них  $s_i = s_j$ ), и те, которые меняют ( $s_i \neq s_j$ ), и вероятности перехода от одного состояния к другому оцениваются с помощью цепей Маркова. См.: Vermunt J. K. 2004. Mover-stayer Model. In: Lewis-Beck M. S., Bryman A., Liao T. F. (eds.). *The Sage Encyclopedia of Social Sciences Research Methods*. Thousand Oakes, CA: Sage Publications; 665–666. — Примеч. науч. ред.

её положение на рынке не было чётко определено. Закерман показал, что аналитикам свойственно занижать стоимость активов таких фирм. Продолжая свои рассуждения, он обнаружил, что в результате подобного консультирования управляющие корпорациями предпринимали корректирующие действия. Таким образом, аналитики выступают в качестве своего рода стражников этих рынков, являющихся социальными конструкциями.

При этом ключом к пониманию стратегических маневров могут служить разного рода нарушения границ. Имитационные модели показывают, что подобные нарушения способны существенно влиять на результаты деятельности фирм [см.: White 2002; Ch. 9]. Изменение границ рынков является также и основным способом оказания воздействия на экономику со стороны государства (Н. Флигстин предлагает теоретическую схему этой идеи [Fligstein 2001]; примеры, касающиеся отдельных отраслей, см.: [Campbell, Hollingsworth, Lindberg 1991]).

## Заключение и обсуждение результатов

Рынок скорее подобен социальной молекуле, состоящей из фирм, нежели является простой абстракцией, неким лабиринтом межфирменных связей в царстве совершенной конкуренции. Производители вместе ищут укрытия от неопределённости под крышей рынка, возведённой их собственными действиями — наблюдением за другими членами группы, которые занимают структурно эквивалентные позиции в сетях деловых отношений [Burt 1992]. Предложенная здесь модель является альтернативой теории чистой конкуренции на рынках фирм-производителей.

В любом возникающем хозяйстве фирмы начинают выпускать продукт  $X$  тогда и только тогда, когда они формируют новый тип связей со своими конкурентами (а не с поставщиками или покупателями). Эти связи основаны на структурной эквивалентности в рамках сложившихся сетей закупок и продаж. Подобная группа конкурентов становится известной как некая целостность. По мере того как каждая фирма ищет собственную нишу на складывающемся в результате рынке, эта группа распространяет информацию о продукте  $X$  и тем самым стимулирует спрос на него. Отчасти это происходит путём установления соотношения между отношением качества и отношением цены: это соотношение поддерживает наблюдаемую структуру рынка, которая определяется объёмами производства и ценами. Эта упорядоченная совокупность ниш (*array of niches*), различающихся качеством продукции, превращается в установленное место для поиска товара  $X$ , то есть рынком товара  $X$ .

Причина возникновения подобной упорядоченной совокупности ниш состоит в том, что покупатели настаивают на определённом компромиссе между качеством и ценой, в силу чего производители выстраиваются в определённую иерархию в соответствии с объёмами своего производства, и каждый занимает собственную нишу, позволяющую ему максимизировать прибыль (то есть разницу между выручкой и издержками). Совокупность ниш превращается в установленное место поиска товара  $X$ , или рынок товара  $X$ , и сами границы этого рынка определяются в процессе его формирования. Рынок — это «насос», который «перекачивает» взаимодействия и «работает» на дифференциации ниш, управляется изгибом своей ценовой структуры. Равновесие между спросом и предложением — это не столько движущая сила рынка, сколько его побочный продукт.

Наша модель социального конструирования строится на основе ведущих социологических теорий: ролевой теории, теории идентичностей и сетевой укоренённости [Granovetter 1985; Nohria, Eccles 1992; White 1963]. При этом она также учитывает наработки теорий отношенческой контрактации, агентских отношений, транзакционных издержек, рационального выбора и индустриальной организации. Рынок, описываемый моделью  $W(y)$ , является подобием грамматической конструкции; но это одновременно и хорошо различимая (*tangible*) система дискурса; а кроме того ещё и актор, связанный с другими рынками.

Данная модель предлагает подход, альтернативный тому, что принят в ортодоксальной микроэкономической теории, едва ли полезной для эмпирического исследования рынков фирм-производителей. Пока что в ней возможны лишь тщательные исследования отдельных примеров, изолированные отвлечённые рассуждения и статистические обследования, в то время как ключевых обобщающих моделей, применимых для анализа различных рыночных ситуаций, в ней найти нельзя. Модель  $W(y)$  как раз и является той операциональной и бихевиористской микроэкономической теорией, к созданию которой 70 лет назад призывал Э. Чемберлин [Chamberlin 1933].

Однако основной нашей задачей является попытка способствовать возрождению экономической социологии, происходящему с начала 1990-х годов [Swedberg 1997, 1993]. Исследователи должны продираться сквозь густые заросли стереотипов и основанных на здравом смысле мнений, которые разнообразными способами искажают истинную сущность социальных конструкций. Параметрические схемы анализа с использованием математических моделей способны значительно расширить возможности интерпретации в подобных сложных условиях. Развернутые имитационные построения допустимо сочетать с числовыми расчетами, что поможет усовершенствовать и развить эти математические решения, а также распространить их на анализ социальной динамики.

Именно регулированием производственных потоков товаров и услуг заняты сегодняшние рынки, а отнюдь не регулированием обмена товарных запасов, как это было в условиях традиционных рынков. Современные рынки предполагают наличие уже не двух ролей — продавца и покупателя, а трёх. Предшественниками экономики рынков фирм-производителей были цеховые системы производства (*putting-out systems of production*), и сегодняшняя тенденция к развитию субконтрактации напоминает о том состоянии. Я полагаю, что экономическое действие всё в большей степени поглощается такими сетевыми системами рынков фирм-производителей. Передовые рынки (*edge markets*), имеющие дело со сферой услуг, становятся более заметными, привнося в экономику всё больше социальной активности. Крупные организации-производители разворачиваются в бесконечное множество более мелких организаций, связанных между собой в рамках таких рынков фирм-производителей. Построение параметрической схемы состояний на плоскости рынков позволяет расположить на карте различные типы конструирования рынка. За такой схематизацией могут следовать новые, вполне определённые прогнозы для конкретных рыночных ситуаций, а также предложения по выработке экономической политики.

## Литература

- Bothner M. S., White H. C. 2001. Market Orientation and Monopoly Power. In: Lomi A., Larsen E. (eds.). *Simulating Organizational Societies: Theories, Models and Ideas*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Burt R. S. 1987. Social Contagion and Innovation: Cohesion Versus Structural Equivalence. *American Journal of Sociology*. 92: 1287–1335.
- Burt R. S. 1992. *Structural Holes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Burt R. S., Carlton D. S. 1989. Another Look at the Network Boundaries of American Markets. *American Journal of Sociology*. 95: 723–53.
- Campbell J. L., Hollingsworth J. R., Lindberg L. N. (eds.). 1991. *Governance of the American Economy*. N. Y.: Cambridge University Press.
- Carroll G. R., Hannan M. 1995. *Organizations in Industry: Strategy, Structure and Selection*. N. Y.: Oxford University Press.

- Chamberlin E. H. 1962 (1933). *The Theory of Monopolistic Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Chase I. D. 1974. Models of Hierarchy Formation in Animal Societies. *Behavioral Science*. 19: 374–382.
- Favereau O., Biencourt O., Eymard-Duvernay F. 2002. Where do Markets Come From? — From (Quality) Conventions! In: Favereau O., Lazega E. (eds.). *Conventions and Structures in Economic Organization: Markets, Networks and Hierarchies*. Cheltenham, UK: Edward Elgar; 213–252.
- Fligstein N. 2001. *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Gibson D. 1999. *Taking Turns in Business Talk*. Preprint № 225. N. Y.: Columbia University; Center for the Social Sciences.
- Granovetter M. 1985. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*. 91: 481–510.
- Gulvin C. 1984. *The Scottish Hosiery and Knitwear Industry: 1680–1980*. Edinburgh: John Donald.
- Heckathorn D. D. 1997. Respondent-Driven Sampling: A New Approach to the Study of Hidden Populations. *Social Problems*. 44: 172–1999.
- Knight F. 1977 (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. Cambridge, MA: Houghton Mifflin.
- Nerlove M. 1965. *Estimation and Identification of Cobb-Douglas Production Functions*. Chicago: Rand McNally.
- Nohria N., Eccles R. G. 1992. *Networks and Organizations: Structure, Form and Action*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Podolny J. M. 1993. A Status-Based Model of Market Competition. *American Journal of Sociology*. 98: 829–872.
- Porac J. F., Thomas H., Wilson F., Paton D., Kanfer A. 1995. Rivalry and the Industry Model of Scottish Knitwear Producers. *Administrative Science Quarterly*. 40: 203–227.
- Sacks H. 1995. *Lectures on Conversation*. Oxford: Blackwell.
- Schelling Th. 1978. *Micromotives and Macrobehavior*. N. Y.: Norton.
- Spence A. M. 1974. *Market Signalling: Informational Transfer in Hiring and Related Screening Processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Stewman Sh., Konda S. L. 1983. Careers and Organizational Labor Markets: Demographic Models of Organizational Behavior. *American Journal of Sociology*. 88: 637–685.
- Swedberg R. 1990. *Economics and Sociology: Redefining their Boundaries — Conversations with Economists and Sociologists*. Princeton NJ: Princeton University Press.
- Swedberg R. 1993. *Explorations in Economic Sociology*. N. Y.: Russell Sage Foundation.

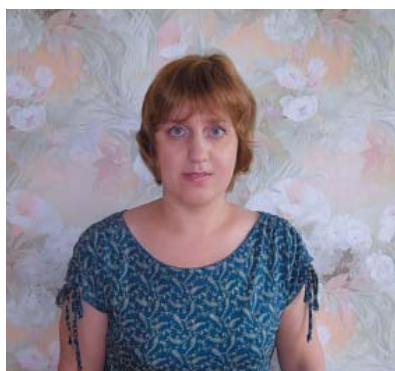


- Swedberg R. 1997. New Economic Sociology: What Has Been Accomplished, What is Ahead? *Acta Sociologica*. 40: 161–82.
- White H. C. 1963. *An Anatomy of Kinship: Mathematical Models for Structures of Cumulated Roles*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- White H. C. 1970. *Chains of Opportunity: System Models of Mobility in Organizations*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- White H. C. 1981a. Where do Markets Come From? *American Journal of Sociology*. 87: 517–547.
- White H. C. 1981b. Production Markets as Induced Role Structures. In: Leinhardt S. (ed.). *Sociological Methodology*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- White H. C. 1992. *Identity and Control*. Princeton: Princeton University Press.
- White H. C. 1998 [1988]. Varieties of Markets. In: Wellman B., Berkowitz S. D. (eds.) *Social Structures: A Network Approach*. N. Y.: Cambridge University Press.
- White H. C. 2000. Parameterize! Notes on Mathematical Modeling in Sociology. *Sociological Theory*. 18: 505–509.
- White H. C. 2002. *Markets from Networks: Socioeconomic Models of Production*. Princeton: Princeton University Press.
- Zuckerman E. W. 1999. The Categorical Imperative: Securities Analysts and the Illegitimacy Discount. *American Journal of Sociology* 104: 1398–1438.
- Zuckerman E. W. 2000. Focusing the Corporate Product: Securities Analysts and De-Diversification. *Administrative Science Quarterly*. 45: 591–619.

## ВЗГЛЯД ИЗ РЕГИОНОВ

О. П. Фадеева

# Земельный вопрос на селе: наступит ли «момент истины»?



**ФАДЕЕВА Ольга Петровна** — старший научный сотрудник Института экономики и организации промышленного производства (ИЭОПП) Сибирского отделения Академии наук (Новосибирск, Россия).

Email: [fadeeva@ieie.nsc.ru](mailto:fadeeva@ieie.nsc.ru)

*Данная статья<sup>1</sup> посвящена исследованию истории и современного состояния земельных отношений в России, вопросам пересечения и столкновения интересов разных групп сельхозпроизводителей, возникающих из-за неопределённости прав собственности на землю и конкурентной борьбы за лучшие ресурсы. В условиях отсутствия полноценного рынка земли и преобладания «виртуальной» общей долевой собственности на землю можно говорить о формировании локальных рынков земельной аренды, где соперничество за аренду земельных долей разворачивается между крупными сельскохозяйственными предприятиями и фермерскими хозяйствами, где достигаются неформальные договорённости, замедляющие движение земли и обеспечивающие защиту интересов арендаторов. Таким образом слабость формальных механизмов землепользования компенсируется неформальной системой соглашений и компромиссов. Тем не менее существующие барьеры на пути превращения земли в капитал серьёзно подрывают основы инновационного развития аграрного сектора в целом.*

**Ключевые слова:** трансформация системы земельных отношений; земельная доля; общедолевая собственность; сельхозпроизводители; инновационное развитие сельского хозяйства.

Перспективы возрождения и инновационного развития сельского хозяйства в современной России неразрывно связаны с решением земельного вопроса. Речь идёт о создании эффективных механизмов наделяния землей и контроля за её использованием, формировании системы регистрации прав земельной собственности, способной оживить оборот земель сельскохозяйственного назначения и создать долговременные условия для устойчивой работы сельхозпроизводителей. Запуск таких механизмов предполагает, в том числе, и формирование рыночных отношений, касающихся купли-продажи и аренды земли.

Вместе с тем в качестве специфической задачи автор статьи не предполагал комплексный анализ земельного рынка и подробный обзор

<sup>1</sup> Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ (проект № 08-03-00473а) и гранта Президиума СО РАН № 28.1 (проект «Роль экономики знания в развитии инновационного сектора Сибири: экономические и социальные аспекты»). Информационной основой статьи стали материалы 15 глубинных интервью с главами крупных фермерских хозяйств, руководителями и специалистами сельскохозяйственных предприятий, а также с представителями районной администрации и главой муниципального района. Социологическое обследование было проведено летом 2008 г. в одном из сельских районов Кемеровской области.

своеобразия его становления и факторов эффективного функционирования в российских условиях. Формирование рыночных отношений в этой сфере рассматривается как инструмент повышения эффективности использования земли, встраиваемый в более сложную систему отношений, связанных с оборотом земель сельскохозяйственного назначения.

Перед тем как приступить к описанию «околоземельных коллизий» в повседневных практиках хозяйствования сельских товаропроизводителей, сделаем краткий экскурс в предысторию и историю российской земельной реформы 1990–2000-х годов.

В российской истории земельные отношения не раз становились запалом для многочисленных крестьянских бунтов и народных волнений, жестоко подавлявшихся властями, которые не предлагали адекватного ответа, позволившего бы впредь избежать новых обострений. В ходе столыпинских реформ начала XX в., нацеленных на борьбу с аграрным перенаселением и безземельем крестьян европейской России, были сделаны первые шаги для передачи земли в пользование крестьянам. Однако эти шаги не смогли сломать доминирующую систему крупного помещичьего землевладения. Большевистский лозунг «Земля — крестьянам!» был реализован очень быстро, но де-факто закончился национализацией бывших помещичьих земель и коллективизацией сельскохозяйственного производства.

Во время либеральных преобразований начала 1990-х годов реформаторы пришли к скоропалительному и паллиативному решению: разделить земли, находившиеся в бессрочном пользовании колхозов и совхозов, между сельскими жителями в виде долей. Крестьянам, получившим 5–10 га земли в собственность в виде «невыделенных долей», надлежало сделать ответственный выбор — стать фермером и получить право на реальное выделение своего участка или же отдать свою «виртуальную» земельную долю в аренду местному сельхозпредприятию (правопреемнику колхоза или совхоза) или начинающему фермеру.

Однако приватизация земли не дала ожидаемых результатов. Скорее наоборот: вместо работающего земельного рынка мы получили огромные площади «ничейной», невостребованной, неиспользуемой земли. Земельные права многих крестьян так и остались виртуальными, существующими только на бумаге. В то же время значительные посевные площади стали обрабатываться без заключения арендных договоров сельскохозяйственными предприятиями, в процессе приватизации юридически лишёнными земельной собственности. Процессы регистрации прав на землю оказались настолько сложными и затратными по времени и деньгам, что на сегодняшний момент — через семь лет после начала легализации земельных отношений — не более 40% землевладельцев смогли юридически зафиксировать свои права.

Задержки в проведении землеустроительных работ, постановке земель сельхозназначения на кадастровый учёт и оформлении прав земельной собственности серьёзно тормозят введение института земельной ипотеки, усиливают риски инвестиций в сельское хозяйство. Вместе с тем выбор моделей землеустройства и землепользования, основанных либо на частной собственности на землю, либо на долговременной аренде, — весьма ответственный и судьбоносный шаг для любой страны. Ошибки и торопливость в этом вопросе не только существенным образом влияют на эффективность экономического и социального развития дня сегодняшнего, но могут также запрограммировать неудачи и расставить ловушки завтрашнему развитию страны.

### **Ущербные права земельной собственности: раздача без отдачи**

Аграрные реформы начала 1990-х годов были направлены на вытеснение общественного сектора частным — прежде всего за счёт создания фермерских хозяйств, базирующихся на предприниматель-

ской инициативе сельской семьи. Для поддержки этого процесса с помощью специальных указов президента России Б. Н. Ельцина в ускоренном темпе были запущены механизмы демонтажа колхозно-совхозной системы. В срочном порядке была проведена приватизация собственности колхозов и совхозов и их реорганизация в акционерные общества. Всё имущество коллективных хозяйств поделили на паи, которые распределили между нынешними и бывшими работниками в зависимости от их трудового стажа и величины зарплат. Для формирования рынка земли большая часть сельскохозяйственных угодий, находившихся ранее в бессрочном пользовании колхозов и совхозов, была поделена на земельные доли. В списки обладателей этих долей включали как работников этих предприятий, так и других жителей села — пенсионеров, работников сферы образования, здравоохранения, культуры, торговли, коммунального обслуживания и пр.

Раздача прав на землю в 1992–1993 гг. проходила в лучших традициях советской уравниловки. В каждом регионе определялся среднерайонный размер земельной доли исходя из площади сельхозугодий, подлежащей приватизации, и количества людей, имеющих право на земельную долю. Избыточная площадь зачислялась в районные фонды перераспределения земель, из которого на правах аренды фермеры могли получить дополнительные участки. Средний размер земельной доли в России составил 10–12 га, включая пашню и сенокосы. В обследованных нами сельских районах с высокими плотностью населения и спросом на землю размер земельных долей не превышал, как правило, 5–7 га.

В начале реформ фонд перераспределения земель насчитывал 22,1 млн га сельскохозяйственных угодий, а в собственность граждан и юридических лиц было передано 130 млн га. И хотя это составило лишь 7,6% земельного фонда страны, ставшие частными земли превысили площадь пахотных земель всей Европы [Ильющонок 2006: 305].

На первых порах приватизация земли проходила в авральном режиме. В 1993–1994 гг. повсеместно прошли общие собрания членов колхозов и работников совхозов, где составлялись списки людей, имеющих право на земельную долю. Вторая волна оформления прав предполагала выдачу документальных свидетельств на долю в общей собственности на земельные участки. Этот процесс начался в 1995 г. Но свидетельства выдавались не всем, кто числился в списках, а только тем, кто написал соответствующее заявление<sup>2</sup>. Неискушённые крестьяне, не знавшие цену подобной «бумажке» и не получившие доходчивого разъяснения, не отнеслись к этой процедуре серьёзно. Достаточно много селян, в большинстве своём пожилые люди, оказались лишены юридического документа, подтверждающего их права собственности. Это положило начало появлению значительного количества невостребованных земель<sup>3</sup>.

Частично исправить эту ситуацию сейчас пытаются наследники таких не оформивших собственность владельцев, которые через суд (по сохранившимся выпискам из архивов сельхозпредприятий или же на основании устных свидетельств бывших руководителей и специалистов этих предприятий) вынуждены доказывать сначала права на землю их умерших родителей, а потом, в следующем судебном разбирательстве, подтверждать своё право на наследование земли. В связи с тем, что во многих случаях архивы уже утрачены, а предприятие перестало существовать, добиться удовлетворения судебных исков в подобных ситуациях бывает очень непросто.

<sup>2</sup> На 1 июля 1997 г. было выдано 10,7 млн свидетельств на земельные доли суммарной площадью 106,8 млн га. Всего в ходе земельной реформы свидетельствами были наделены 12 млн сельских жителей, включая пенсионеров и работников социальной сферы.

<sup>3</sup> К 2003 г. 20% земельных долей общей площадью свыше 24,6 млн га не были ни оформлены, ни востребованы, что привело к формированию огромного массива бесхозных земель и препятствовало их включению в легальный экономический оборот [Алпатов 2005: 114].

В настоящее время частная собственность на сельскохозяйственные угодья в России является преобладающей. В 2006 г. площадь сельхозугодий составляла 191,6 млн га, из них 67% находилось в частной собственности, а 33% — в государственной [Шагайда 2008].

Однако из 128,1 млн га частных земель сельхозназначения 87% составляли земли «виртуальной» общей долевой собственности, которые не были физически выделены и могли сдаваться преимущественно в аренду — сельскохозяйственным предприятиям или фермерским хозяйствам. По мнению многих специалистов, выбранный способ приватизации обусловил лишь формальное наделение крестьян землёй, у которой практически не стало собственников, так как люди, получавшие земельные свидетельства, не понимали ни чем они владеют, ни где находятся их участки и насколько они плодородны [Мирошниченко 2004; Смирнов 2006: 27; Шагайда 2008;]. Вместо должного землеустроительного обеспечения во многих регионах селянам просто выдавали свидетельства об общедолевой собственности, в которые вписывали абстрактные площади.

Суть общей долевой собственности состоит в том, что землёй, площадь которой может достигать до нескольких тысяч гектаров, а точное место расположения не определено, владеет группа граждан, вынужденных каждый раз договариваться между собой о способах её использования (сдача в аренду, выделение доли в виде конкретного участка, продажа доли и пр.). Такое согласование мнений заведомо затягивает решение и зачастую делает его невозможным (если не удастся собрать кворум или же получить нотариально заверенное письменное согласие от всех совладельцев, которые могут жить далеко за пределами села, в том числе и в других странах). Многие собственники земельных долей заключили договоры об их аренде с местными сельскохозяйственными организациями, не имея при этом возможности диктовать свою волю и назначать собственные условия. Многие собственники вообще никак не распорядились своей долей, а некоторые, как уже было сказано выше, не получили даже документов на землю.

Настоящими земельными владельцами, по существу, стали только фермерские хозяйства, которым в счёт земельных долей глав хозяйств и членов их семей выделили реальные земельные участки с документально оформленными границами. «В начале реформы земля для сельскохозяйственных целей предоставлялась членам К(Ф)Х в пожизненное (наследуемое) владение, позднее — в собственность, а также в аренду» [Шагайда 2006: 92]. Для ведения хозяйства некоторым фермерам не хватало собственной земли, поэтому они стали арендовать земельные доли у своих односельчан, а также у муниципалитетов. Набрав нужное количество долей и заключив договор об аренде с их владельцами, фермеры обращались к тем, кто распорядился этой землёй, — как правило, к руководству местного сельхозпредприятия. И уже в процессе переговоров решалось, какие поля и участки фермер может взять в обработку.

Земельная реформа проходила в несколько этапов. Принимаемые законодательные акты часто противоречили друг другу, то разрешая, то запрещая осуществление тех или иных земельных сделок. Частная собственность на землю была введена законом «О земельной реформе» в 1990 г., а в 1993 г. вновь принятая Конституция РФ создала правовые основы формирования земельных собственников. В период активного земельного реформирования (1990–1996 гг.) пять раз уточнялся перечень возможных сделок с земельными участками и шесть раз — сделок с земельными долями [Шагайда 2006: 134]. Однако уже в 1996 г. новый Земельный кодекс, принятый Государственной Думой, запретил продажу земель сельхозназначения [Ильюшонок 2006: 321].

В том же 1996 г. вышел Указ Президента России, предоставляющий дольщикам единоличные права на распоряжение своими долями любым из восьми установленных способов; в том числе разрешалось передавать долю в качестве вноса в уставный капитал общества, товарищества или неделимый фонд

кооператива, сдавать в аренду, продавать без изменения целевого назначения другому совладельцу или арендатору, дарить и передавать в наследство. Впервые, согласно этому Указу, право на физическое выделение участка в счёт земельной доли, помимо фермеров, получили владельцы личных подсобных хозяйств. К сожалению, на практике дольщикам не удавалось реализовать все эти права, так как в уставах обществ (товариществ) зачастую содержались лишь два пункта из имеющегося в Указе списка прав — передача доли в уставный фонд и сдача в аренду. Сложнее всего было выделить участок в счёт доли с последующим изъятием его из земель предприятия.

Важным шагом к созданию полноценного института земельной собственности стал принятый в 2000 г. Федеральный закон «О государственном земельном кадастре». С его помощью был утверждён и введён в действие «Единый государственный реестр прав на недвижимое имущество и сделок с ним» (ЕГРП), содержащий сведения о правах, обременениях, наличии объектов недвижимости и описание границ земельного участка. Собственники земельных долей и участков получили возможность зафиксировать свои права в органах государственной регистрации. Но юридические документы могли быть оформлены только на физически выделенные участки (индивидуальные или коллективные — общедолевые), чьи границы были описаны и удостоверены в установленном порядке. С этой целью участки следовало поставить на государственный кадастровый учёт, то есть составить кадастровый план и получить кадастровый номер.

Принятый в июле 2002 г. и введённый в действие в январе 2003 г. федеральный закон «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» в очередной раз уточнил состав сделок с земельными долями и прописал процедуры выделения конкретных земельных участков. Согласно этому Закону долю можно продать, подарить, обменять, завещать, отдать в залог, внести в уставный капитал юридического лица, а также передать в доверительное управление (в праве общей собственности на земельный участок). Однако, по Закону, покупателями и управляющими долей могли стать только участники общей собственности на участок, а также фермеры или сельхозорганизации, использующие эту землю на правах аренды. Таким образом, новые институциональные правила вновь ограничили число участников земельных сделок и стали очередным барьером на пути перераспределения земли [Шагайда 2006: 135].

В соответствии с нормами Закона требовать выделения земельного участка можно для создания и расширения ЛПХ, К(Ф)Х, а также для передачи его в аренду. Чтобы выделить участок в счёт земельной доли, гражданину нужно в письменной форме известить о своём намерении или опубликовать сообщение в средствах массовой информации с указанием предполагаемого местоположения и размера компенсации остальным участникам долевой собственности. Если в течение месяца со дня официального уведомления о намерениях выделить земельный участок в счёт земельной доли от других участников не поступает возражений, то предложение о местоположении участка и размере компенсации считается согласованным. После чего инициатор выделения выполняет землеустроительные работы по формированию земельного участка, осуществляет постановку его на кадастровый учёт и регистрирует право собственности в органах государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним по месту нахождения земельного участка [Алпатов 2005: 114–116].

Расходы на землеустройство были переложены на плечи сельского населения, что существенным образом осложнило и затормозило процессы регистрации земельной собственности. В 2006 г. только 13% частного земельного массива приходилось на выделенные земельные участки, которые могли стать объектами полноценной сделки купли-продажи и аренды земли (рассчитано по: [Шагайда 2008]).

Низкое значение данного показателя не в последнюю очередь определялось и экономическими факторами. Так, расходы на межевание границ участка и оформление его кадастрового плана составляли

5–10 тыс. рублей, что соответствовало двум, а то и трём месячным заработкам в сельском хозяйстве и часто превышало кадастровую оценку стоимости самой земли [Широкалова 2005]. К тому же срок оформления документов на участок мог составить шесть и более месяцев. Далеко не все селяне способны выезжать в районный центр и сидеть в очередях, чтобы попасть на приём в земельный и кадастровый комитеты, правильно оформить и сдать документы в органы регистрации. Особенно трудно в этом отношении было жителям отдалённых сел. Всё это естественным образом отталкивало крестьян от того, чтобы самостоятельно заниматься оформлением своих земельных прав. В лучшем случае собственники земельных долей передавали свои организационно-регистрационные заботы тем, кто арендовал их землю, — в первую очередь фермерам. Именно арендаторы и потенциальные покупатели земли оказались самыми заинтересованными лицами в правовом оформлении земельных отношений<sup>4</sup> и заложниками существующей системы землепользования. Но подробнее об этом — позже.

Федеральное земельное законодательство передало субъектам РФ право установления даты начала и завершения приватизации земель сельскохозяйственного назначения, а также право разработки региональных правил выделения земельных участков. В связи с этим в разных регионах наблюдается существенная дифференциация в соотношении земель, находящихся в частной и государственной собственности. Так, в Северо-Западном, Уральском, Сибирском, Дальневосточном федеральных округах «основная площадь земель сельскохозяйственного назначения находится в государственной и муниципальной собственности. Напротив, в Центральном и Приволжском федеральных округах превалирует частная собственность на земли сельскохозяйственного назначения», хотя в последнее время в Центральном федеральном округе наблюдается выраженная тенденция перехода части таких земель в государственную собственность. В Южном федеральном округе государственная и частная собственность представлены в равной степени [Кресникова 2008].

Правила выделения земельных участков существенно различаются по регионам. Так, на Кубани с целью предотвращения появления «лоскутных одеял» из небольших земельных участков была введена минимальная норма земельного участка — 250 га. Чтобы сформировать такой участок, необходимы согласованные действия 50 и более владельцев земельных долей. По мнению экспертов, это искусственное препятствие дроблению землепользования было создано в интересах крупных хозяйств и местных «латифундистов» [Ковалева 2004].

По нашим данным, отношение сельского населения к собственности на землю также дифференцировано по территориям. В депрессивных регионах с сокращающимся сельскохозяйственным производством собственники земельных долей индифферентно относятся к своим правам и не воспринимают доли в качестве реального актива. В регионах, испытывающих дефицит сельхозугодий, земельные доли приобрели реальное экономическое значение, их владельцы готовы вести борьбу за «земельную ренту» и выбирают для себя лучшего арендатора, способного предложить наиболее выгодные условия.

Но в большинстве случаев механизм конкуренции за земельные участки и доли пока ещё не запущен в полной мере. Сложившаяся на сегодняшний день система землепользования порождает неэффективное обращение с земельными ресурсами. О том, почему и каким образом это происходит, и пойдёт речь далее.

## **Модель безответственного землепользования**

В результате реформ аграрного сектора главные производители сельхозпродукции — преобразованные колхозы и совхозы — выпали из списков земельных собственников. Однако парадокс ситуации

<sup>4</sup> Сроки завершения регистрации земельной собственности и физического выделения земельных участков уже несколько раз переносились — сначала их ограничили 28 января 2005 г., потом продлили до конца 2008 г., после чего вновь был введён мораторий на два года.

заключается в том, что от такого «поражения в правах» эти хозяйствующие субъекты только выиграли. Размытость прав собственности вкупе со значительным количеством невостребованных земельных долей, слабый контроль за процедурой заключения и выполнения условий арендных договоров поставили рядовых землевладельцев в заведомо невыгодное, зависимое положение.

Во многих сёлах земельные доли автоматически перешли к тем же самым сельхозпредприятиям, у которых и были. Их руководители продолжали распоряжаться землёй так, как считали нужным. В 2006 г. 87,5% (97,6 млн га) земель, находящихся в общедолевой собственности, обрабатывались крупными и средними сельхозпредприятиями; 5% (5,4 млн га) арендовались фермерскими хозяйствами; 7,5% (8,3 млн га) числились за собственниками долей и, как правило, никак не использовались [Шагайда 2008].

Обладая монополией крупного землепользователя, сельскохозяйственные организации сами определяли своим дольщикам условия аренды их земли и не принимали никаких возражений. В лучшем случае арендодатель одной земельной доли мог рассчитывать на получение в качестве платы производимой на предприятии продукции. Деньгами арендную плату выплачивали в довольно редких случаях, только если собственник земли менял место жительства, перебирался в город, но величина оплаты при этом существенно понижалась.

Большинство сельских жителей, имеющих личные подсобные хозяйства, не возражали против натуроплаты, но считали, что предусмотренные нормативы выдачи продукции сильно занижены. На обследованных нами сибирских сельхозпредприятиях на одного дольщика в счёт арендной платы, как правило, выдавались 3–10 центнеров фуражного зерна или других кормов, что могло обеспечить потребности весьма скромного личного подворья, состоящего примерно из одного поросенка или десятка птицы. Практиковалась также выдача небольшого количества мяса или же оказание услуг по распашке огорода или вывозу сена. В тех хозяйствах, где была своя мельница, дольщик мог выписать муку или получить зерноотходы. При среднем урожае с такого участка 16–20 тонн арендодателю доставалось не более одной тонны зерна — в натуральной форме или денежном эквиваленте. Именно в такую сумму на сибирских сельхозпредприятиях, по нашим данным, оценивалась стоимость годовой аренды 10 га сельхозугодий.

Однако, как мы много раз наблюдали, получение положенной продукции и машинотракторных услуг дольщику даётся весьма непросто. Ему нужно добиваться письменного распоряжения руководителя хозяйства, который выписывает муку, мясо, зерно, трактор не сразу после поступления заявки, а исходя из текущей производственной ситуации. Дольщику предлагается ждать, когда состоится очередной забой скота или помол муки, освободится или отремонтируется техника — без всякой гарантии, что это произойдёт в ближайшее время. В результате «землевладельцу» ничего не остаётся, как постоянно напоминать о себе, околачивая порог директорского кабинета.

Описанная выше практика арендных отношений характерна в основном для тех хозяйств, что «держатся на плаву», где не остановлен производственный процесс. Но ещё 2–3 года назад, в результате падающих цен на сельхозпродукцию и увеличивающихся затрат на её производство, больше половины сельхозпредприятий страны имели убытки и находились на грани банкротства. В таких условиях обеспечить защиту прав рядовых землевладельцев было практически невозможно. К тому же юридически была оформлена аренда всего 64% земельных долей, находящихся в обработке у сельскохозяйственных организаций [Шагайда 2008], то есть с дольщиками были заключены соответствующие договоры. Оставшаяся треть земельных площадей, которыми распоряжались бывшие колхозы и совхозы, практически использовались вне правовых рамок.



Центральные и местные средства массовой информации изобилуют примерами того, как собственник земельной доли оказывался не в состоянии поменять арендатора в случае предложения более выгодных условий аренды или просто получить на руки арендный договор, гарантирующий ему право на доход, и свидетельство на долю в общей долевой собственности. Руководство сельхозпредприятий, отстаивая свою монополию на получение земельной ренты, противодействовало правильному оформлению документов на вывод земли из общей долевой собственности, а также всячески препятствовало регистрации долей и письменных договоров об их аренде в государственных структурах.

Отсутствие государственной регистрации арендных договоров может иметь для собственника земельной доли неожиданные и весьма печальные последствия. Согласно требованиям Гражданского кодекса РФ договор аренды, действующий более одного года, должен пройти регистрацию в органах юстиции, иначе он будет трансформирован в договор доверительного управления. Тогда, в случае банкротства, земельную долю как недвижимое имущество можно будет перевести в средства для погашения долгов сельхозпредприятия, что навсегда лишит дольщика его земли. Журналисты, предчувствуя приближение крестьянского бунта из-за правовой беспомощности мелких «виртуальных» землевладельцев, указывают на то, что там, где борьба за землю обострилась (например, на Кубани), реализация закона об обороте земли происходит в интересах крупных землепользователей и землевладельцев [Ковалева 2004].

В упоминавшемся уже законе «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения», по мнению ряда специалистов, не предусмотрено внедрение механизмов охраны и регулирования земель с целью обеспечения их плодородия, изъятия неэффективно используемых участков у хозяйствующих субъектов, в нём также не определены правила изменения целевого назначения сельхозземель [Алпатов 2005, Шагайда 2006]. Последнее обстоятельство резко сужает правовые возможности вывода из оборота земель низкого качества, размещения в сельской местности предприятий несельскохозяйственного профиля, расширения масштабов малоэтажной застройки. Отсутствие прозрачных законодательных нормативов заставляет инвесторов, обустривающих сельские территории или же размещающих во внегородской зоне различные промышленные мощности, искать обходные пути для получения и оформления в собственность земельных участков и в сотрудничестве с представителями местных властей реализовывать многоходовые, часто «теневые» схемы решения земельной проблемы.

По нашему мнению, несовершенство законодательной базы, отсутствие реальной конкуренции за право использования земли, низкие закупочные цены на сельхозпродукцию, не позволяющие производителю заработать средства, необходимые для выполнения всех агротехнических норм, ослабляют стимулы сельхозпредприятий и фермерских хозяйств к эффективному и ответственному отношению к земельным ресурсам. Противостоят этому не низы — владельцы земельных долей, ни верхи — властные и контролирующие структуры.

Всероссийская сельскохозяйственная перепись, проведённая летом 2006 г., выявила, что из всех сельхозорганизаций только 69% осуществляли реальную деятельность. Удельный вес зарегистрированных крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей, занимающихся аграрным производством, составил всего 52% [Основные итоги... 2009: 17]. В результате существенный массив закреплённых за этими производителями земель не использовался. Со временем необрабатываемые поля полностью зарастали лесом и требовали серьёзной рекультивации для возобновления посевов. Согласно переписи в 2006 г. не обрабатывалась почти четверть земель, числящихся за крупными и средними сельхозпредприятиями. Малые предприятия не засеивали до половины (44%) земель. Обработке не подлежали 17% земель в крестьянских (фермерских) хозяйствах и 14% — у индивидуальных предпринимателей [Основные итоги... 2009: 20]. Из этих данных видно: более рачительными пользователями земельных угодий оказались представители фермерского

(предпринимательского) сектора, что можно объяснить активными процессами укрупнения части фермерских хозяйств и переходом земли, в том числе на условиях аренды, от менее успешных хозяев к более успешным. Это позволяет надеяться, что увеличение доли эффективных сельхозпроизводителей и создание конкурентной среды со временем приведут к формированию цивилизованного рынка земли и усилению защиты прав землевладельцев.

Многие специалисты высказывают сомнение в целесообразности дальнейшего невмешательства государства в вопросы землеустройства и перераспределения земли. Пока эти вопросы, как мы пытались показать, остаются в ведении хозяйствующих субъектов и собственников земли. Государство должно не только взять на себя затраты по проведению землеустроительных работ, но и более жёстко следить за вопросами эффективного землепользования, создавать условия для перераспределения земли от безответственного пользователя к ответственному: «В большинстве развитых стран перераспределение земель финансируется государством. И у нас эта проблема должна решаться как государственная. Почему-то никого не удивляет, что за разработку генерального плана развития города или какого-то другого поселения отвечают органы власти. А здесь речь идёт об использовании обширных территорий, размеры которых не идут ни в какое сравнение ни с какими населёнными пунктами» [Мирошниченко 2004: <http://www.AgroNews.ru>].

Мы уже отмечали: на нынешнем этапе рано говорить о формировании в России рынка земли. Но, как показало наше обследование, реальная конкуренция развёртывается среди хозяйствующих субъектов не вокруг сделок купли-продажи земли, а в рамках борьбы за арендодателя, через предложение ему лучших условий аренды.

### **Локальный рынок земельной аренды**

Соперничество за землю можно наблюдать не только в тех регионах, где почвы славятся своим плодородием, но и там, где существуют альтернативы использования земли и её недр. Ярким примером в этом отношении могут служить сельскохозяйственные угодья Кузбасса, которые привлекательны ещё и своими угольными запасами.

Полевое исследование, проведённое в одном из сельских районов Кемеровской области, позволило нам наблюдать, как реально формируется локальный рынок земельной аренды, а в конкурентной борьбе за землю сталкиваются интересы разных хозяйствующих субъектов, соседствующих на одной территории. Что могут предложить земельным дольщикам крупные сельхозпредприятия, которые население по-прежнему воспринимает как оплот колхозного патернализма? Каким образом могут привлечь землевладельцев к себе разворачивающие своё производство фермерские хозяйства? Чей арсенал средств оказывается эффективнее? Как противоборствующие стороны согласуют между собой допустимые методы конкуренции, и всегда ли состязательность между ними ведёт к перераспределению земельных ресурсов?

Наиболее зримо конкурентный спрос на землю формируется там, где присутствует несколько ключевых игроков, олицетворяющих разные хозяйственные уклады. Показателен в этом отношении пример экономического противостояния в конкретном селе, где вместе с одним из самых сильных сельхозпредприятий Кузбасса уживается десяток фермерских хозяйств, чьи главы вышли из состава колхоза более 15 лет назад, сумели выстоять и добиться заметных результатов.

Руководство сельхозпредприятия, желая смягчить для своих работников переход к рынку, приняло необычное решение: несмотря на смену юридического статуса, оставить слово «колхоз» в названии предприятия. Но в новом колхозе при сохранении старой идеологии произошло разделение понятий

«простой» и «привилегированный» наёмные работники. Натуральные выплаты, а также дополнительные льготы (в оплате коммунальных и транспортных услуг, приобретении продуктов питания и кормов), которыми в недалёком прошлом обладал каждый работник предприятия, он же колхозник, сейчас стали распространяться исключительно на тех членов трудового коллектива, что передали предприятию в аренду свои земельные доли<sup>5</sup>. Размеры ежегодных выплаты тем дольщикам, покинувшим село, но оставившим колхозу свою землю в аренде, ограничивались эквивалентом рыночной цены одной тонны зерна (3,5–5,5 тысяч рублей в зависимости от сезона).

За последнее десятилетие колхоз сумел не только сохранить прежние объёмы производства, но и значительно расширить земельный клин благодаря массовому банкротству своих соседей. Обрабатываемые им площади возросли до 13 400 га земли, из которых более двух третей (9100 га) составили долевые земли. Колхозные поля отодвинулись за десятки километров от центральной усадьбы, а в число дольщиков, общее количество которых приблизилось к 1000 человек, попали жители «чужих» для предприятия сёл и деревень. Это заставило руководство предприятия изменить механизм заключения арендных договоров. Если в своих родных поселениях множественные арендные договоры, объединяющие дольщиков в единый список и обеспечивающие им расширенный вариант льгот, долгое время автоматически продлевались, то в тех сёлах, куда колхоз пришёл недавно, договоры, предусматривающие заметно меньший набор арендных выплат, стали подписывать с каждым землевладельцем отдельно и перезаключать каждый год. Колхоз закрепил за собой право предлагать разные ставки арендной платы своим дольщикам, дифференцируя их по месту проживания и времени передачи земли в аренду. Таким образом, рынок аренды земли был разделён на два сегмента — внутренний и внешний.

О том, насколько разнообразна может быть система льгот в качестве арендной платы для «своих», свидетельствуют выдержки из интервью с главным экономистом колхоза: *«По отношению к тем, кто живёт у нас и здесь работает, действуют несколько вариантов. Им уголь практически даром привозят. Машина льготного угля для них стоит 100 рублей, при том что её рыночная цена составляет сейчас, как минимум, около 2000 рублей. Водоснабжение у нас почти бесплатное — по 3 рубля в месяц, пенсионерам-дольщикам — совсем бесплатно. Мясо даём по 5 кг по 70 рублей. Хлеб они в колхозном магазине по 2,5 рубля за булку покупают. Услуги какие оказываем — всё по льготной цене. Корма доставляем бесплатно, огород нашим бесплатно».*

Использование колхозом подобных «демонетизированных» льгот затрудняет местным фермерам конкуренцию с колхозом за землю и борьбу за дольщиков. Единственный для них выход — пообещать арендодателю аналогичные или более высокие нормы выдачи зерна (от одной тонны и выше за долю) и обеспечить сопоставимый с колхозным уровень оказания социальных и бытовых услуг.

В конкурентных условиях система земельных отношений, связывающая мелкого (в том числе и «виртуального») землевладельца с арендатором, может надёжно скрепить интересы сельского населения и сельхозпроизводителей, усилить социальную ответственность бизнеса. Тем более, что в сельских сообществах, где межличностные связи играют огромное значение и не менее важны, чем экономический расчёт, решение о выборе или смене арендатора может иметь далеко идущие последствия. Селянина, забравшего свою землю из колхоза и передавшего её фермеру, руководство может посчитать «предателем» и не согласиться принять обратно, не ущемляя в правах. Из интервью с главным экономистом колхоза: *«У нас уходили с землёй к фермерам, но 10 человек вернулись назад, посчитали, что в колхозе лучше. Другие, может, и хотели бы вернуться, но уже гордость не даёт или председатель не берёт. А кто-то ушёл — и ему у фермеров нравится».*

<sup>5</sup> При этом в колхозе растёт доля молодых или приезжих работников, не имеющих земельных долей, что чревато возникновением конфликтов между сформировавшейся категорией работающих рантье и ущемлёнными в правах наёмными работниками.

Поэтому дольщик должен основательно взвесить все «за» и «против», прежде чем решиться на выход из колхоза с землёй. Для этого ему нужно быть уверенным, что фермер, который заинтересован в аренде его земли, не подведет, не оставит в трудную минуту и выполнит все обещания. В этом плане порядочность сельского предпринимателя, деятельность которого находится под прицелом множества глаз, твердость слова в немалой степени определяют успешность и перспективы развития его частного хозяйства.

Из интервью с фермером, обрабатывающим более 4000 га земли: *«Насторожённое отношение ко мне продолжалось 5–7 лет. Сейчас уже такого нет. У меня 250 дольщиков. Их “кормлю”: каждому дольщику плачу 3 тонны зерна за земельный пай и 3 тонны сена, огороды пашу, уголь возжу, приходится ещё и навоз вывозить, и пиломатериал доставлять. И как они после этого будут к фермеру относиться?! Ведь им со всеми проблемами — кто заболел, кому нужно кого-то похоронить — куда идти? Туда, куда землю отдали!»* Зависимый от своих арендодателей фермер со временем становится их покровителем, чутко реагирующим на нужды «подопечных», и прекрасно понимает, что альтернативы в получении помощи у них нет: *«В сельскую администрацию за помощью сейчас ходить бесполезно — там могут справку дать и посочувствовать, а работу реально выполнить могу только я один. Поэтому идут ко мне».*

Интервью с фермерами в других сёлах, где крупные сельхозпредприятия либо разорились, либо находятся на грани банкротства, показали, что условия земельной аренды, которые они предлагают своим дольщикам, весьма схожи. В зависимости от масштабов бизнеса и урожайности фермерских полей стоимость аренды одной земельной доли может колебаться — 1,5–3 тонны зерна или комбикормов. Также дольщики получают сено, солому, просят фермера привезти уголь или вспахать огород, помочь с сенокосом. Таким образом, аренда земли позволяет создавать и поддерживать ресурсные обмены между фермерскими хозяйствами и мелкими семейными подворьями. На «земельной» основе формируются новые модели кооперации разных производителей, благодаря которым сельские семьи, даже утратив связь с крупным сельхозпредприятием, продолжают выращивать скот, вести своё хозяйство.

Фермеры подчеркивали, что их задача — удержать арендодателя у себя, создать ему такие условия, чтобы *«он не бегал от одного фермера к другому»*. Это заставляет быть внимательными к притязаниям каждого дольщика и по возможности идти ему навстречу: *«У меня один дольщик живёт в городе, а земля его здесь. За аренду я ему плачу деньгами. Мы с ним договариваемся по цене на зерно и сено. Допустим, по договору, я с ним должен рассчитаться за две тонны зерна до Нового года. Если на рынке в это время тонна зерна стоила 4000 рублей, то я ему выплачиваю за аренду его доли 8000 рублей. И ещё плачу за пять центнеров сена, допустим, по 200 рублей за центнер. Я эти суммы складываю и деньгами отдаю. Другие дольщики могут забирать у меня своё зерно, а потом его продавать».* Ещё один опрошенный нами фермер вместо зерна был готов обеспечить своего арендодателя бесплатным углём.

Фермеры, также как и описанный выше колхоз, склонны дифференцировать арендную плату в зависимости от срока эксплуатации земли. Если фермер начинает свою работу на новом поле, выделенном под недавно переданные ему доли, то он, как правило, готов платить по меньшим ставкам. Аргументация очевидна: земля ещё не освоена, её нужно дополнительно обрабатывать, поэтому аренда должна стоить дешевле.

Помимо аренды долевой земли частных лиц у сельхозпроизводителей есть возможность арендовать земли муниципалитетов. Причём этот вариант чаще оказывается дешевле. В этом случае годовая арендная ставка может варьироваться — 50–100 рублей за га, дополнительное обслуживание арендодателей здесь не предусматривается. Однако свободных земель этой категории в обследуемом

нами районе почти не осталось. Кроме того, окончательно не урегулирован вопрос о статусе и уровне управления государственными землями. Так, в Кузбассе часть земель муниципального имущества получила статус государственных и была передана для управления в областной комитет, что не только изменило порядок установления арендных плат, но и сократило срок действия заключённых договоров. Над землепользователями нависла опасность непродления арендных отношений, передачи освоенных ими земель другим хозяйствующим субъектам.

В сибирских сёлах происходит естественный процесс укрупнения фермерских хозяйств за счёт передачи в аренду земель тех фермеров, которые либо оказались слабыми хозяйственниками и не смогли выйти на достаточный уровень рентабельности, либо «сошли с дистанции» из-за проблем со здоровьем: *«Мне землю отдали уже двое фермеров. Им стало тяжело свои 25 гектаров обрабатывать. Один из них не мог развиваться дальше. Сначала мы с ним кооперировались — но у меня 4000 гектаров, а у него 25. Как ему со мной работать? Он помучился, помучился и предложил мне свою землю. Я согласился — буду теперь ему арендную плату хорошую платить».*

Казалось бы, при такой конкуренции за землю должно активизироваться движение земельных долей между разными землепользователями и, в конечном счёте, самые успешные производители смогут получить контроль над основными ресурсами. Однако в реальной жизни, как показало наше обследование, этого не происходит. По нашему мнению, перераспределение земли тормозится из-за ряда причин.

Во-первых, одна из заповедей сельского бизнеса, объединяющего людей из одной деревни, запрещает вести бескомпромиссную борьбу среди своих, даже находящихся в постоянном соперничестве друг с другом. Победа остаётся за традиционными нормами общежития и внутренней солидарности. Из интервью с фермером: *«Мы договорились между собой, чтобы друг другу не ставить палки в колеса, чтобы землю не перехватывать или людей не переманивать. Ведь мы живём в одном селе, в том числе и с колхозом».* О том же говорит и главный экономист колхоза: *«Хотя у нас конкуренция за землю очень большая, но мы с фермерами заключили джентльменское соглашение — и достигнутых договорённостей стараемся придерживаться».* Благодаря этой установке каждый желающий может попробовать начать своё дело, на одной территории найдётся место под солнцем и небольшим, и средним, и крупным хозяйствам, которые сумеют поддержать друг друга даже ценой упущенной выгоды.

Во-вторых, введение неформального запрета на переманивание дольщиков от одного арендатора к другому и мораторий на повышение арендных ставок в целом страхует сельскохозяйственный бизнес от рисков разорения. Если землевладельцы начнут каждый год передавать землю тем, кто пообещает им более привлекательные условия, возникнет угроза стабильности развития многих хозяйств. Убытки понесут и те, кто лишится земли, и те, кто поддастся шантажу арендодателя и включится в бесконечную гонку за землю. Фермеры вспоминают, что в момент становления их хозяйств именно так и возникал ажиотажный спрос: *«Поначалу дольщики бегали от одного фермера к другому — к тому, кто больше платит. Приходилось тоже поднимать оплату, чтобы они остались. Смотрели, правда, какая земля, где она находится, даёт она прибыль или нет. Если земля прибыль не даёт, то дольщика не старались удерживать».*

Потребность в негласном сговоре землепользователей, который действует не только между фермерами и крупными сельхозпредприятиями, но и внутри фермерского сообщества, возникла не случайно. Неформальные договорённости, замедляющие движение земли, стали ответной реакцией на отсутствие действенных формальных механизмов защиты интересов арендаторов. Согласно недавно введённой юридической норме долговременные арендные договора подписываются и регистрируются

в государственных структурах только в отношении земельных участков. Договор об аренде земельных долей теперь должен перезаключаться ежегодно, и арендодатель в любой момент может отказаться от его продления. О том, насколько неожиданно это может произойти, свидетельствует следующее фермерское интервью: *«Землю нужно обрабатывать, вкладывать в неё средства. В этом году один мой дольщик звонит мне перед посевной и говорит, что забирает у меня землю. Я ничего не смог ему предъявить. Мы договор с ним делали пять лет назад через земельный комитет. Но сейчас вышел закон, по которому этот договор стал недействительным. Мне сейчас с этим дольщиком нужно оформлять договор только на год, потому что это не участок, а земельная доля. Поэтому земля сейчас вообще стала неопределённая».*

Изменение институциональных правил и непроработанность механизмов защиты интересов разных участников (агентов) земельных отношений в очередной раз подвергли испытаниям основы сельскохозяйственного производства. Земля — это ценный невозобновляемый ресурс, который не терпит частой смены хозяина или пользователя. Введение адекватного принципа регистрации долгосрочных сделок только с юридически оформленной недвижимостью подхлестнуло процесс физического выделения земельных долей и формирования на их основе земельных участков, инициатором которого выступили не собственники долей, а их арендаторы. Именно руководители сельхозпредприятий и главы крупных фермерских хозяйств взяли на себя организацию и издержки проведения землеустроительных и регистрационных действий. Практики прохождения сквозь сложную процедуру изменения статуса земельной собственности ещё раз наглядно показали, насколько паллиативны были механизмы раздачи земли в начале реформы и как трудно по прошествии десяти и более лет документально удостоверить и доказать законность предъявляемых прав. Подробно о том, насколько тернист и непредсказуем может оказаться путь легализации земельных прав, — чуть ниже.

### **Оптимальная конфигурация земельных участков: поиск компромиссов**

Приобретение навыков толерантности и освоение искусства компромиссов начались среди фермеров с момента выделения и определения границ отведённых для них земельных участков. При этом следует сказать, что вызванное земельной реформой перераспределение земли произошло настолько стремительно, что о создании условий для научно обоснованного размещения производства во вновь образованных фермерских хозяйствах или реструктурированных сельхозпредприятиях никто особенно не размышлял.

Фермеры были вынуждены брать в обработку ту землю, которую им давали, серьёзно не задумываясь о территориальной разбросанности выделенных им участков и возрастающих в связи с этим затратах на транспортировку техники и грузов, а также особенно не рассуждая об удалённости пастбищных и сенокосных угодий от животноводческих комплексов. По мере того как активно развивающиеся сельхозпроизводители увеличивали свои площади, постепенно занимая земли разорившихся конкурентов, проблема оптимальной конфигурации полей и участков стала выходить на первый план. Из интервью с фермером: *«Земли у меня в разных местах, очень разбросаны друг от друга. Расстояние от поля до поля составляет 20–30 километров. Так как в селе конкуренция за землю большая — много фермеров, и колхоз работает успешно, — то нам для развития приходится брать земли даже в соседнем районе».*

Практика выделения земли фермерам в первые годы их хозяйствования носила явно дискриминационный характер и нередко принимала черты непримиримой классовой борьбы. Дело в том, что земли для выделяющихся фермерских хозяйств (не важно — в собственность или аренду) отрезались от колхозных или совхозных угодий, и именно руководство коллективных предприятий выносило вердикт, куда поместить «частников» — поближе или подальше, на одном поле или на отдельных фрагментах разных

полей. Единых правил выделения земли не было, поэтому всё зависело от колхозного начальства. Один из фермеров вспоминает: *«Раньше, когда мы брали в аренду долю, то под неё весной вместе с агрономом и председателем колхоза начинали искать, где нам отрежут землю. По закону предполагалось, что нам должны были выделять земли среднего качества — не самые лучшие, но и не самые худшие, и чтобы одним массивом. Но так как колхоз был и остаётся сильным, то он старался нам земли где-то похуже дать: там, где себе не надо. Поэтому нас подальше раскидывали и по разным местам».*

Однако со временем руководство даже сильных колхозов, не оставляющих планов внешней экспансии, стало осознавать, что и в таких неприятных случаях, как урезание собственной земли, нужно уметь правильно оценивать свои издержки и не бояться идти на компромисс. Продолжение интервью с тем же фермером: *«Когда колхоз нас раскидал по разным полям, то выяснилось, что и у него севообороты нарушились. Если на большом поле колхоз нам отрезал 20 гектаров, то и нам неудобно, но и им неудобно стало». В результате здравый смысл восторжествовал, и процедура выделения земли стала более прозрачна и демократична: «Сейчас для выделения долей в колхозе отведено одно большое поле на 200 или 300 гектаров. Все знают – вот это поле. Если я беру дольщики, то знаю, что их земли будут на этом поле. Если они мне нужны, я их буду брать. Если мне это очень неудобно или земля там не нравится, то я могу дольщикам отказать. Все-таки разум победил. Выделили поле и отрезают от него доли, а что осталось, колхоз обрабатывает. Следующие дольщики выходят, им опять земли выделяют. И всё нормально».*

Тем не менее заключение мировой с фермерами не заглушило обиду председателя колхоза на то, что ему пришлось потесниться на исконных территориях и вынужденно уйти на бывшие земли соседних хозяйств, терпя при этом прямые убытки: *«Земли у нас нет. Фермеров повысило ужас сколько, они у нас землю позабрали. Начальству ничего не надо было. Вот скажите мне, порядок это или не порядок, это по-хозяйски или нет? Нашу землю выделяли фермерам, а нам дали земли за 30 вёрст отсюда. Я вынужден там сенаж заготавливать и возить его сюда. Ну и давали бы там землю фермерам: у них же скотины нет, они кормами не занимаются. Им зерновые убрать можно одним махом, а нам ездить туда и обратно приходится».*

В других местах спор за размещение выделенных под доли участков не утихает до сих пор, и ведётся он между прежними и будущими арендаторами, то есть между сельхозпредприятиями, у которых забирают земли, и фермерами, претендующими на эти земли. Собственник земли — дольщик — в этом споре не участвует и слабо представляет, где находится его недвижимое имущество: *«Колхозник из колхоза уходит, ему отдают там землю. Но он даже не выезжает на поле и не знает, где его земля». Как правило, земельные споры между хозяйствующими субъектами не получают общественного резонанса. Стороны предпочитают мирно договариваться, до суда никто из наших респондентов дело не доводил: «Мы выходили с предложениями к агроному, в правление колхоза, они находили какой-то устраивающий нас вариант. Мы сами, в основном, с колхозом спорили, а дольщики сами инертные».*

В ряде случаев в борьбе за землю локальное фермерское сообщество объединялось и выступало сообща, предъявляя совместные требования к руководству коллективных хозяйств. Оказалось, что так проще договариваться и защищать свои интересы. К тому же далеко не все бывшие колхозы и совхозы сумели пережить тяжелые 1990-е годы, так что со временем доступ выживших сельхозпроизводителей к земле заметно облегчился в результате массового банкротства крупных сельхозпредприятий. Как следствие, те, кому ещё недавно вставляли палки в колеса (давали землю на неудобьях и участках с неблагоприятным микроклиматом), получили реальную власть в распоряжении землёй и сумели обеспечить оптимальное размещение своего производства.

Можно сказать, что в период нашего обследования в борьбе за землю наступило какое-то затишье. Реальные схватки, о которых вспоминают фермеры, шли вплоть до 1997–1998 гг., когда фермерские хозяйства ещё были технически маломощными и чувствительными к конфигурации земельных наделов: *«У меня был один тракторишко, я мог какой-то участок обрабатывать в одном месте. А если ко мне ещё два-три пая подошли и землю мне выделяют не рядом, а совсем в другом месте, то мне было очень тяжело регулярно всё это перетаскивать, технику перегонять»*. После того как ведущие фермерские хозяйства расширили парк машин и оборудования и перевооружились технически, проблемы нерационального использования земли для них отошли на второй план: *«Сейчас у меня так же земля раскидана во все стороны, но есть хорошая, мощная техника. Так что не сложно переехать с одного поля на другое. Поэтому к размещению участков у меня претензий нет. Также и у других стало»*.

Сломать сложившуюся за эти годы модель землепользования местные власти вряд ли решатся. На местном рынке земли достигнуто статус-кво: земли нашли своего обработчика, и свободного движения участков между производителями нет. Этому также способствует и уже упоминавшийся сговор между землепользователями о прекращении конкурентной борьбы за земли дольщиков. Однако это обстоятельство не отрицает и неожиданного разворота событий в будущем: в момент, когда начнётся физическое выделение всех земельных долей, на всех дольщиков земли может не хватить. Виной тому — выдача свидетельств без жёсткой привязки к реальным земельным площадям, использование среднестатистических данных для определения размера земельной доли в конкретном хозяйстве или сельском поселении.

## **Барьеры превращения земли в капитал**

Без юридического оформления земельной собственности и арендных отношений землепользователи фактически лишаются перспектив развития, не имея стимула выстраивать свои производственные программы на будущее. Здравомыслящий хозяин поостережётся вкладывать средства в повышение плодородия почвы, внедрять научно обоснованные системы севооборота, закупать дорогостоящую технику и возводить инфраструктурные объекты, если над ним постоянно висит угроза утраты обрабатываемых полей и пересмотра договоров аренды. Как убедительно показал в своих исследованиях Эрнандо де Сото [Сото 2001], ресурсы могут стать капиталом и на законных основаниях приносить доходы только тогда, когда они получают легальный статус, и государство своей властью юридически закрепляет и защищает права частной собственности. В полной мере это относится и к земельным ресурсам: только при наличии государственной регистрации они могут выступать объектом договора в бизнес-сделках, становиться залогом для получения кредитных средств, приобретать реальную рыночную стоимость и беспрепятственно менять своих владельцев.

Как мы убедились, проводя своё исследование, в прозрачности и легализации земельных отношений в большей мере сейчас заинтересованы энергично развивающиеся и капитализирующиеся хозяйства, преимущественно фермерские. Именно их владельцы реально рискуют своим капиталом и поэтому не могут позволить себе оставить без внимания движение и юридический статус самого важного фактора их хозяйствования — земли.

Тревога за судьбу своего бизнеса побуждает фермеров заняться юридическим оформлением земельных прав, в том числе и в отношении не принадлежащей им земли. Не дожидаясь, когда дольщики-арендодатели осознают ценность своей земли и отнесутся к ней как к реальному капиталу, арендаторы активно включаются в процесс физического выделения долей и формирования на их основе земельных участков. Они вынуждены брать на себя материальные затраты на межевание и постановку участка на кадастровый учет, заниматься подготовкой всех документов и передачей их в регистрационную палату.



Как свидетельствуют результаты нашего опроса, далеко не всегда фермерам, которые берут на себя оформительские заботы, удаётся быстро добиться желаемых результатов. На их пути постоянно возникают труднопреодолимые препятствия, которые не всегда связаны с дефицитом времени или финансов. Дело может застопориться из-за проблем с оформлением генеральной доверенности от лица всех дольщиков или из-за невозможности одновременно собрать их в «присутственных кабинетах»<sup>6</sup>, утраты части свидетельств на земельные доли, выхода новых поправок в федеральном или региональном законодательстве и других малопрогнозируемых событий.

Показателен в этом смысле опыт юридического оформления земельных отношений одним из самых успешных фермеров из нашей выборки. В его хозяйстве обрабатывается 4300 га земли, но самому фермеру и членам его семьи официально принадлежат только 50 га, которые оформлены в собственность по всем правилам. Большая часть оставшейся земли (всего 4000 га) арендуется у односельчан и жителей других деревень, в том числе относящихся к другому району. Для того чтобы фермер мог заключить с каждым арендодателем договоры долговременной аренды, требуется, как было сказано выше, сформировать на основе всех долей земельные участки, то есть провести их межевание, составить для каждого план расположения и зарегистрировать его в кадастровых органах. Только после этого можно будет внести сведения об этих участках в Единый государственный реестр прав на недвижимое имущество и сделок с ним.

Чтобы эта операция была проведена в кратчайший срок и прошла все необходимые согласования, указанному фермеру пришлось взять на работу специального человека, занимающегося исключительно оформлением земельных долей в землеустроительных, кадастровых и регистрационных органах: *«Я нанял бухгалтера, уже в штат его принял на работу. Он второй год занимается только землёй, постоянно ездит в земельный комитет. Но за два года нам удалось поставить на кадастровый учёт всего восемь дел. А у меня более 260 дольщиков! И это ещё не юстиция. Мне уже сказали, что там просто не оформить. Не только я, но и другие фермеры пытаются это сделать».*

Зачастую в восприятии простого крестьянина-дольщика процесс обретения законных земельных прав чересчур обременителен и необязателен, поглощает его личное время и грозит ощутимыми материальными потерями. Понимание того, что «виртуальная» долевая земля, которая сегодня в лучшем случае приносит несколько центнеров зерна, может в скором времени приобрести реальную и ощутимую цену, доступно далеко не всем<sup>7</sup>.

Именно инерционность традиционного мышления селян подгоняет фермеров, постигших на собственном опыте прописные рыночные истины, заняться оформлением земли. Они прекрасно понимают, что правовой вакуум в земельных отношениях в скором времени завершится приходом на сельские просторы более деятельных и бескомпромиссных хозяйствующих субъектов, которые найдут способы завладеть землей и установят собственные правила игры. Продолжение интервью с тем же фермером: *«Я оформление земли всех дольщиков взял на себя, потому что половине из них вообще нереально будет это сделать. Они и не будут оформлять. Но как-то землю в порядок приводить*

<sup>6</sup> По оценкам специалистов, собрать всех многочисленных участников общей долевой собственности либо в кадастровом комитете, либо в органах госрегистрации чрезвычайно сложно. Учитывая пожилой возраст многих дольщиков, никто не может гарантировать, что по состоянию здоровья они смогут добраться до райцентра и провести там целый день. К тому же некоторые дольщики могли покинуть своё место жительства и переселиться не только в другие регионы, но и в другие страны [Шагайда 2008].

<sup>7</sup> Это не отменяет продажи земельных долей по «бросовым» ценам селянами, которые остро нуждаются в деньгах и не готовы ждать, когда цена земли станет адекватной. Можно сказать, что в сегодняшнем селе проявился эффект дежавю: подобно тому как в ходе приватизации середины 1990-х гг. граждане, не имея средств для текущей жизни, легко расставались со своими правами на собственность (ваучерами) за бесценок, теперь так поступают с земельными свидетельствами некоторые группы сельских жителей — бедные, пьяницы, пожилые люди, селяне, переехавшие в город.

*надо! Мы решили, что все затраты возьмём на себя, хотя получить кадастровый номер только на один участок стоит 4500 рублей. Мне придется за всех заплатить больше миллиона рублей. Мне хотя бы кадастровые номера получить, чтобы я мог с людьми договора заключить, все границы в порядок привести. Вроде и не оформлять землю нельзя... Что-то надо же с ней делать! Пока земля болтается».*

Как правило, в выделении земельных участков под каждую долю заинтересованы те фермеры, которые в перспективе рассчитывают на выкуп этих участков. Однако эти намерения не всегда реализуются на практике. Владелец мощного агрохолдинга, выросшего за десять лет из небольшого фермерского хозяйства, поведал нам о том, что не раз терпел неудачу в приобретении долевой земли, с владельцами которой было достигнуто предварительное соглашение о продаже. После того как его юристы помогли дольщикам размежевать и оформить их участки, последние дольщики отказывались от заключения сделки.

Другой часто используемый землепользователями вариант регистрации земельных прав — юридическое оформление не отдельных участков, а единого массива, объединяющего множество долей, находящихся у хозяйства в аренде. По такому пути идут и фермеры, и крупные предприятия, заинтересованные в сохранении контроля над всем земельным клином, но не стремящиеся приобрести землю в собственность. Хотя такой способ требует меньших финансовых затрат, он также не гарантирует быстрого прохождения всех инстанций. Из интервью с главным экономистом колхоза: «Мы оформляем доли общим списком, без межевания. Земельный кадастр мы уже прошли. Мы год уже этим занимаемся, а может, даже больше».

Неудивительно, что в таких условиях регистрация земельных прав происходит очень медленно. По оценке председателя комитета по управлению муниципальным имуществом рассматриваемого района, на момент нашего обследования (июнь 2008 г.) было узаконено не более 40% сельхозугодий, при том, что официально процесс оформления земельных отношений должен завершиться в декабре 2010 г. На вопрос, какой может оказаться судьба незарегистрированных (в том числе невостребованных) частных земель, никто не смог дать внятного ответа.

Сложившаяся ситуация с легализацией прав собственности на землю, по мнению Н. Шагайды, «ведёт к повышению рисков функционирования сельскохозяйственных организаций: они продолжают использовать землю без оформления, легко становясь жертвой земельных спекулянтов и любых других лиц, заинтересованных в земле» [Шагайда 2008: 312]. В связи с этим на федеральном и региональном уровнях назрела необходимость мер, с одной стороны, упрощающих процедуры формирования земельных участков в счёт долей в праве общей собственности, с другой — заметно сокращающих затраты времени на прохождение инстанций и понижающих денежные затраты физических лиц на оплату землеустроительных работ, в том числе за счёт финансирования этих работ государством. Особая задача, требующая безотлагательного решения, — это завершение работ по выделению невостребованных земельных долей и разработка правового механизма их передачи в управление и использование.

Можно назвать ещё два значимых следствия правовой неурегулированности земельных отношений, которые отражаются не только на условиях хозяйствования в аграрной сфере, но и напрямую затрагивают жизнь селян.

Первое следствие связано с налоговой сферой и касается выплаты земельных налогов. До начала регистрации земельных прав земельный налог, поступающий в бюджет муниципальных образований, выплачивался пользователями земли. Сейчас земельный налог должен вносить в местный бюджет

непосредственно собственник земли, оформивший межевое дело и подтвердивший свой юридический статус. Из-за незавершённости процесса регистрации сбор земельного налога в разных поселениях, по оценке представителей органов самоуправления, катастрофически упал. Упомянутые налоговые поправки послужили дополнительным антистимулом для легализации земельных прав для тех дольщиков, которые не планировали продажу своей земли и не хотели бы брать на себя дополнительные расходы за обладание собственностью.

Второе следствие касается процессов внедрения земельной ипотеки. Хотя земельные сделки были разрешены в самом начале земельной реформы, федеральный закон «Об ипотеке» исключал применение залога для сельскохозяйственных угодий. Только с февраля 2004 г. земельная ипотека стала возможной. Однако, по данным о ходе выполнения национальных проектов, на 22 января 2007 г. было зафиксировано всего 65 случаев залога участков сельхозугодий для получения банковских кредитов [Шагайда 2006: 148–149]. Причина столь скромных показателей опять же связана с проблемами регистрации прав земельной собственности. По закону предметом залога может быть земельный участок, внесённый в уже упоминавшийся Единый государственный реестр. Отдавать в залог неразмежёванный участок, составленный из большого количества земельных долей, не только затруднительно из-за необходимости получения согласованного решения всех дольщиков, но и весьма рискованно. Таким образом, получателю кредита требуется сначала выделить свой индивидуальный участок из общедолевой земли, пройти все надлежащие процедуры регистрации и только после этого приступить к оформлению земли в качестве залога.

Стоит отметить, что до сих пор среди специалистов нет однозначного мнения в отношении полезности (эффективности, небезопасности массового применения) института земельной ипотеки и связанных с ним потенциальных угроз. Весьма популярна следующая позиция: отсутствие оборотных средств заставит сельских товаропроизводителей брать кредиты под землю. Но в случае возникновения дефолта по обязательствам перед банком будет происходить изъятие земли у сельхозпредприятий. При этом высока вероятность перераспределения земель сельскохозяйственного назначения не в пользу более эффективных землепользователей, а в пользу более платёжеспособных несельскохозяйственных компаний и структур, представляющих крупный капитал. Через подобный механизм кредитования и банкротства сельхозпредприятий неограниченный доступ к земельным ресурсам страны могут получить также иностранные фирмы [Широкалова 2005].

Такой пессимизм в отношении перспектив земельной ипотеки подкрепляется реалиями текущей жизни. В регионах, где ценность земли особенно высока, сегодня можно наблюдать активный процесс выкупа земельных долей крупными компаниями, ориентированными на приобретение больших участков. При этом земля скупается с разной целью — для ведения сельского хозяйства, массовой застройки пригородных территорий, освоения рекреационных ресурсов и создания туристических центров.

Можно предположить, что наиболее активно вывод территорий из категории земель сельхозназначения происходит в регионах с повышенным спросом на землю как объект застройки; например, в Московской и Ленинградской областях, Краснодарском крае. Действенный механизм контроля и регулирования этих процессов отсутствует. Хотя законом «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» введён норматив максимального размера земельной собственности для одного владельца, он очень велик и может достигать 10% от площади муниципального района. Таким образом, «Закон разрешает 18 630 человекам стать собственниками всех сельхозземель страны, так как... в необъятной, по мировым меркам, России всего 1863 административных района» [Широкалова 2005: 84]. Следовательно, возможности появления крупных землевладений латифундистского типа и создания земельных монополий в России имеются, что в конечном счёте может отразиться и на вопросах обеспечения продовольственной безопасности страны.

Ещё сложно говорить о сложившемся рынке земли в большинстве российских регионов и установлении справедливых цен на землю. В немалой степени в этом повинно отсутствие полной инвентаризации сельскохозяйственных земель и постановки их на кадастровый учёт. Другой фактор — неимение платёжеспособного спроса на землю среди сельхозпроизводителей.

Так, в сельском районе Кузбасса, где велось наше исследование, цена на землю варьировалась — 3000–5000 рублей за га<sup>8</sup>, а денежная оценка земельной доли не превышала, как правило, 50 тысяч рублей. К перспективе покупки обрабатываемых земель опрошенные нами фермеры относятся с осторожностью: слишком дорого может обойтись эта затея, несмотря на достаточно низкую стоимость гектара земли. Покупка 1000 га потребует отвлечения суммы 5 млн рублей, что, исходя из дефицита собственных ресурсов и проблем с кредитованием, весьма чувствительно скажется на функционировании фермерских хозяйств и возможностях их технической модернизации.

Малым и средним фермерским хозяйствам проще продолжать арендовать землю, но на долгосрочной (гарантированной) основе, или же выкупить землю у государства с отсрочкой платежа и последовательным погашением долга. А вот фермеры-тяжеловесы, чьи обрабатываемые площади составляют от нескольких гектаров земли до десятка тысяч, уже подошли вплотную к тому, чтобы начать скупать арендуемые земли. Поэтому, как было показано выше, они и ускоряют процесс регистрации земельных прав.

К решению о приобретении земли в собственность кузбасских фермеров подталкивает приход на их земельный рынок непрофильных игроков, не ограниченных в финансовых средствах и обладающих мощной юридической поддержкой. Речь идёт о так называемых шахтёрах, то есть владельцах предприятий, занимающихся добычей угля. Для замены выработанных угольных пластов им требуется проникновение в глубь территорий, которые сегодня имеют преимущественно сельскохозяйственное назначение. При этом «шахтёры» вынуждены считаться с действующими ограничениями перевода земель в другой статус и поэтому готовы идти к намеченным целям обходными путями, попутно диверсифицируя свой бизнес. Так, на территории исследуемого района одна из шахт выкупила за долги сельскохозяйственное предприятие, организовала на его базе крупный животноводческий комплекс и начала скупать земельные доли у местных жителей с последующим формированием и регистрацией земельных участков. С помощью особых юридических ноу-хау подобные сделки оформлялись быстро, вызывая зависть в фермерских кругах: *«Им свидетельство на землю отдаёшь, доверенность подписываешь — и всё, не надо оформлять. Они сами всё оформляют».*

Весьма подробно и образно фермеры описывали нам, как избирательно работает административная машина, оформляя и регистрируя земельные сделки в зависимости от статуса «просителя». Из интервью с фермером: *«Я второй год землёй занимаюсь. А некоторые фермеры оформляют её уже три года, дошли до юстиции, но ничего дальше сделать не могут. К примеру, мы дали объявление в газете о выделении 50 долей земли на поле, как это по закону положено. Пришли к чиновникам, показываем — вот газета, хотим сформировать земельные участки. А нам говорят: “Вы должны принести 50 экземпляров газеты — на каждого дольщика”. Вот и всё. Потом это сделаешь, начинается что-то другое. Оформляли доверенность на всех, а нас просят какую-то бабушку привезти на оформление земли, хотя она и написала нам доверенность. Вот легко сказать — бабушку привезти в юстицию. А там очередь нужно отстоять, потом могут вновь завернуть с документами, и ещё раз десять придётся свозить в райцентр старого человека. Хотя мы продолжаем это дело, но не знаю, сможем ли мы довести его до конца. Но шахты как-то землю быстро оформляют. Вот представители разреза в село приезжают, быстро скупают полторы тысячи гектаров и сразу же их регистрируют. Да, у них юристы для этого работают. Но и мы юристов нанимаем, а у нас ничего не движется».*

<sup>8</sup> Эту цену можно считать более-менее нормальной. В Новосибирской области, например, где нет такого дефицита сельхозугодий, как в Кузбассе, среднерыночная стоимость гектара земли сельхозназначения в 2008 г. не превышала 1000 рублей, хотя в пригородной рекреационной зоне тот же гектар земли стоил уже в 500 раз дороже.

Нельзя сказать, что шахтёрская экспансия носит тотальный характер. Она осуществляется локально, в соответствии с расположением угольных пластов. В тех местах, где интерес шахтёров к земле переходит в деловую плоскость, цены на землю удваиваются<sup>9</sup>. В связи со столь активным участием шахтёров в переделе земельного рынка местные сельхозпроизводители еще в большей степени осознали уязвимость своего положения и неспособность на равных конкурировать за землю с представителями крупного капитала. Причём пессимизм фермерам добавляет не только их финансовая несостоятельность, но и существующих разрыв в юридических возможностях защиты своих прав.

Из интервью с крупным фермером: *«Рынок земли одбокий. Рынок мог бы существовать, если бы земля была оформлена и я бы мог её понемногу покупать. Я бы хотел её покупать. Но сейчас земля в основном у нас продаётся втёмную: приносит человек мне своё свидетельство на землю, я отдаю ему 50 тысяч рублей. И это считается покупкой. Я уже приобрёл таким образом 1000 гектаров земли. Но это же не покупка. Я не считаю, что купил эту землю. Люди, которые уезжали, попросили меня купить их доли. Я как бы заключил договор аренды с ними на 50 лет и заплатил им 50 тысяч рублей за это. Получается, что эти доли у меня в аренде находятся, только я выплатил арендную плату за много лет вперёд. Пока я не могу купить оформленную землю, зарегистрированную в юстиции, и саму сделку оформить. Вот так устроен сейчас у нас земельный рынок. Крупный бизнес землю покупает, а мелкий, средний бизнес, мы, фермеры, её купить не можем!»*

В условиях слабой правовой базы, что чаще всего компенсируется использованием так называемого административного ресурса, в наиболее «подвешенном» состоянии оказывается производственная деятельность тех фермерских хозяйств, которые арендуют муниципальные или государственные земли. Именно они в первую очередь могут стать жертвами изменения государственной политики и пересмотра стратегий развития региона. В этом случае не помогут ни прежние заслуги, ни налаженное хозяйство: *«У нас договор на землю закончился в апреле. Договор нам пока не продляют, вообще — молчок. И не знаешь, куда земля уйдёт. Мы её засеяли, урожай уберём. Но нам могут в любой момент сказать: “Убирайте урожай и — до свидания”. Вы говорите, что нам нужно технику новую покупать. Ну накуплю я техники, а завтра земли заберут и всё. А за неё же платить надо!»*

Однако и те фермерские хозяйства, что арендуют земельные доли, не могут спать спокойно. Внешние инвесторы всегда найдут более убедительные аргументы для дольщиков и с помощью поддержки властей разных уровней без труда переформируют земельный клин по своему усмотрению. Ещё одно свидетельство отчаянного положения фермерского хозяйства: *«У меня в любой момент смогут забрать землю — и я вообще ничего сделать не смогу. Хотя я вроде как землей пользуюсь, я вроде как первоочередной претендент на эту землю. Но если власть захочет забрать эту землю, она её заберёт и даже никого не спросит. Потому что закон нас не защищает... Мы работаем с 1992 года, нас четверо, я не один. Всего у нас 1300 га, обрабатываем определённый массив, земля неоформленная. В прошлом году пришли “шахтёры”, 100 паев скупили, показывают на наш угол: “Нам вот это надо”. Созвали собрание, люди проголосовали, и нас с этого угла вот так вот отодвинули. “Шахтёры” этот участок забирают, а потом договариваются с колхозом, и нам в другом месте дают поля. В этом году мы ещё посеялись, потому что “шахтёры” документы на землю не успели оформить. А если они за следующую зиму документы оформят, значит, мы переедем».*

Стоит заметить, что для руководителей района привлечение внешних инвесторов есть способ придания нового импульса развитию территории через возрождение обанкротившихся сельскохозяйственных предприятий и размещение нового производства (промышленных и других предприятий). Создание особых, благоприятных условий для привлечения «варягов» может сильнейшим образом обострить

<sup>9</sup> Подобным образом возрастают цены в тех местах, где предполагается отвод земли под строительство дорог, линий электропередач и других объектов инфраструктуры.

противостояние «своих» и «чужих» производителей и скорее всего отразится на локальном рынке земли.

Из интервью с главой муниципального района: «Нам пришлось пойти на привлечение инвестора, который был готов рисковать и вкладывать в сельскохозяйственное производство деньги. Но при этом инвестор хотел вкладывать средства в своё собственное дело. И мы не без труда, конечно, пошли на то, чтобы это организовать. Мы продали ему землю, продали основные средства для того, чтобы основать комплекс частника».

Однако маленькие хитрости противостояния внешним захватам припасены и у местных сельхозпроизводителей. Так, владелец уже упоминавшегося агрохолдинга, который занял земли пяти колхозов (площадь всех угодий составляет более 30 тысяч га!), не собирается одномоментно выкупать все пашни и угодья, что находятся у него в аренде. В его планах — выкуп только тех участков, что расположены по периметру земельного клина. Таким образом, собственные земли станут своего рода охранной грамотой для внутренних арендуемых полей, ограничивая доступ к ним других претендентов.

\* \* \*

Подводя итоги нашего исследования истории и современного состояния земельных отношений на селе, можно сделать ряд заключений.

Сложившаяся система землепользования является результатом многочисленных компромиссов и противоречивых тенденций пореформенных лет. Её принципиальный недостаток состоит в том, что доступ к землям сельскохозяйственного назначения тех, кто мог бы организовать её эффективное использование, крайне затруднён. Главная причина такого положения — отсутствие полноценно работающего института земельной собственности.

Слабая и противоречивая правовая основа земельных отношений в сочетании с очевидными дефектами правоприменения, как мы пытались показать в данной статье, привлекая мнения непосредственных участников этих отношений, стала существенным тормозом в развитии отечественного сельского хозяйства, препятствием на пути перевода его на инновационные рельсы.

Для того чтобы в земельном вопросе наступил момент истины, нужна определённая политическая воля, базирующаяся на взвешенном понимании всех последствий, связанных с изменением земельных отношений на селе. Наличие такой воли позволит, наконец, сделать исторический выбор в пользу определённой модели земельных отношений, которая будет рассматриваться в качестве основной, и получит соответствующую правовую и организационную поддержку со стороны государства.

## Литература

Алпатов А. А. 2005. *Земельная реформа в новой России*. М.: АКДИ «Экономика и жизнь».

Ильющонок С. Е. 2006. *Аграрные отношения в России*. Новосибирск: ИЭОПП.

Ковалева Т. 2004. На Кубани может случиться крестьянский бунт. *Крестьянские ведомости*. 5 ноября. <http://www.AgroNews.ru>

Кресникова Н. И. 2008. Приватизация земли в сфере аграрных земельных отношений. В сб.: *Роль инноваций в развитии агропромышленного комплекса*. М.: ВИАПИ им. А. А. Никонова: «Энциклопедия российских деревень»; 313–317.

- Основные итоги Всероссийской сельскохозяйственной переписи 2006 г. (по материалам Росстата). 2009. *Вопросы статистики*. 1: 17–30.
- Мирошниченко С. 2004. Закон об обороте сельхозземель нужно срочно улучшать. Этого требует практика сельхозпроизводства. *Крестьянские ведомости*. 6 сентября. <http://www.AgroNews.ru>
- Смирнов В. Д. 2006. *Организационно-экономическое устройство сельского хозяйства региона: какое оно было, какое есть и какое может быть в будущем (на примере Новосибирской области)*. Новосибирск.
- Сото Э. де. 2001. *Загадка капитала. Почему капитализм торжествует на Западе и терпит поражение во всем остальном мире*. М.: ЗАО «Олимп—Бизнес».
- Шагайда Н. И. 2006. *Особенности оборота сельскохозяйственных земель в России: институциональный анализ*. М.: ВИАПИ им. А. А. Никонова: «Энциклопедия российских деревень».
- Шагайда Н. И. 2008. Новые подходы к аренде участка в общей долевой собственности. В сб.: *Роль инноваций в развитии агропромышленного комплекса*. М.: ВИАПИ им. А. А. Никонова: «Энциклопедия российских деревень»; 310–312.
- Широкалова Г. С. 2005. Социально-правовые аспекты аграрных преобразований в новой России. *Социологические исследования*. 1: 82–91.

**ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ**

М. Е. Маркин

**Социальная обусловленность возникновения деловых отношений: выбор бизнес-партнёров в российской розничной торговле****МАРКИН Максим**

Евгеньевич — студент магистратуры факультета социологии, стажёр-исследователь ЛЭСИ ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: [mmarkin@hse.ru](mailto:mmarkin@hse.ru)

*Работа<sup>1</sup> посвящена проблеме зарождения социальных отношений между фирмами при реализации хозяйственной деятельности. Ответ на вопрос, как возникают деловые отношения между бизнес-партнёрами, даётся с помощью анализа критериев отбора контрагентов поставщиками и ритейлерами на современном российском потребительском рынке. Опираясь на структурный (сетевой) подход в экономической социологии, автор показывает, что механизм выбора бизнес-партнёров представляет собой сложный процесс, не сводимый лишь к оценке выгодности сделки. Сделанные теоретические выводы подкрепляются анализом эмпирических данных, полученных в ходе стандартизированного опроса 500 менеджеров-представителей розничных сетей и поставщиков продукции в пяти городах России.*

**Ключевые слова:** деловые отношения; укоренённость; ритейл.

Данная работа посвящена одной из ключевых проблем социологической науки, а именно зарождению социальных отношений. Нас интересует вопрос о том, как возникают деловые отношения, рассмотренный с точки зрения экономической социологии. Мы распространяем подход М. Вебера, состоящий в том, что экономическое действие, по сути, есть действие социальное на исследуемые отношения [Вебер 2004: 59–64; Радаев 2005: 70, 77]. Иными словами, деловые отношения анализируются нами как социальные, при том что механизм их формирования остаётся в значительной степени неизвестным.

Понятие «деловые отношения» тесно связано с понятием «деловые связи», под которыми понимаются «повторяющиеся контакты между разными организационными структурами» [Радаев 2003: 69]. Рассмотрение деловых связей как связей социальных позволяет, в свою очередь, определить деловые отношения как набор избирательных (селективных) взаимодействий, достаточно устойчивых во времени [Радаев 2009а: 58–61].

<sup>1</sup> За помощь в подборе литературы по теме работы и за ценные комментарии к более ранним вариантам текста я признателен первому проректору ГУ ВШЭ, заведующему кафедрой экономической социологии и Лабораторией экономико-социологических исследований, доктору экономических наук, профессору В. В. Радаеву и преподавателю кафедры экономической социологии, научному сотруднику Лаборатории экономико-социологических исследований З. В. Котельниковой.



При анализе механизма возникновения деловых отношений мы исходим из предпосылки М. Грановеттера о социальной укоренённости экономического поведения [Грановеттер 2004] и рассматриваем рынок с точки зрения структурного (сетевое) подхода. Эта концепция является одной из самых популярных в новой экономической социологии, и с её помощью проведено немало исследований, посвящённых объяснению действий акторов в терминах укоренённости (см., например: [Пауэлл, Смит-Дор 2004]). Однако социологи достаточно редко занимались изучением того, как социальные сети возникают [Gulati, Gargiulo 1999: 1439], а «право организаций устанавливать или прекращать отношения чаще всего становится базовой предпосылкой, но не предметом исследования» [Бейкер et al. 2008: 154], что повышает актуальность настоящей работы.

С точки зрения структурного подхода в экономической социологии рынок может быть определён как «переплетение социальных сетей... под которыми понимается совокупность устойчивых связей между участниками рынка» [Радаев 2008а: 31]. Из данного определения следует, что участники рынка прежде всего характеризуются положением в сетях, а следовательно, они исходят из персонального взаимного доверия, и опыт взаимодействия с тем или иным контрагентом становится для них принципиально важным: предпочтение чаще всего отдаётся «своим» (проверенным), а не «чужим» (незнакомым) [Радаев 2008а: 31–33]. Большую роль в производственных сетях играют устойчивые деловые отношения, выстроенные на принципах взаимосвязи и адаптации, в то время как чистой конкуренции с безликими, не связанными между собой фирмами уже не существует [Low 1997: 189].

Мы рассматриваем деловые отношения, возникающие в розничной торговле, которая выбрана в качестве объекта исследования неслучайно. Это один из ключевых секторов хозяйства, а в России, например, он является с начала 2000-х годов и одним из наиболее динамично развивающихся [Радаев 2009b: 30]. Изучение механизма отбора контрагентов именно поставщиками и ритейлерами позволяет не только внести вклад в развитие теории социальной обусловленности возникновения деловых отношений, но и получить ряд значимых эмпирических результатов. Особенно актуальными они становятся в условиях разработки законопроекта «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», при обсуждении которого нередко звучат недостаточно обоснованные предложения, касающиеся, в том числе и определения того, как поставщикам и розничным сетям следует отбирать друг друга [Развитие российского ритейла... 2009: 7].

Таким образом, цель нашего исследования — определить, как возникают деловые отношения между бизнес-партнёрами. Ответ на поставленный вопрос даётся на примере определения критериев отбора контрагентов поставщиками и ритейлерами на современном российском потребительском рынке.

Для достижения поставленной цели нам необходимо, последовательно выполняя исследовательские задачи, определить следующее:

1. Общее распределение критериев отбора контрагентов на российском потребительском рынке;
2. Различия в значимости каждого из критериев выбора бизнес-партнёров между поставщиками и розничными сетями;
3. Наиболее распространённые стратегии отбора контрагентов для участников рынка;
4. Различия в стратегиях выбора бизнес-партнёров в зависимости от характеристик компаний.

Начнём с изложения теоретических оснований работы, отметив причины и границы избирательности при отборе контрагентов. Затем будет представлена эмпирическая модель, описывающая механизм выбора бизнес-партнёров поставщиками и ритейлерами на российском потребительском рынке, и

сформулированы исследовательские гипотезы. Последняя часть работы представляет полученные результаты, дающие ответы на поставленные вопросы. В заключении подводятся итоги исследования и отмечаются подтвердившиеся гипотезы и те, которые пришлось на каких-то основаниях отвергнуть.

## Причины и границы избирательности при отборе контрагентов

Прежде чем непосредственно рассматривать механизм отбора контрагентов в розничной торговле, необходимо обозначить его место в общей схеме развития деловых отношений между участниками данного рынка.

Весь процесс развития деловых отношений можно условно разделить на несколько этапов. Согласно одной из классификаций<sup>2</sup>, он состоит из пяти фаз [Dwyer et al. 1987: 15–20]:

- осознание (одна сторона понимает, что другая сторона — подходящий партнёр для обмена);
- изучение (согласование прав и обязанностей, а также пробная фаза в обмене);
- экспансия (продолжающееся увеличение выгод, получаемых от контрагентов по обмену, и их возрастающая взаимозависимость);
- возникновение обязательств (подразумеваемое или явное обещание продолжения отношений между бизнес-партнёрами);
- разрыв (выход из деловых отношений и «освобождение» бывших контрагентов).

Однако в этой, как и в большинстве других классификаций, вопрос выбора бизнес-партнёров рассматривается достаточно упрощённо (один участник рынка осознаёт, что другой участник — подходящий контрагент по обмену), в то время как в действительности «нахождение подходящего партнёра — это важный шаг в процессе развития отношений» [Wilson 1995: 340].

На этапе зарождения деловых отношений можно выделить следующие действующие (активные) переменные<sup>3</sup> для использования при моделировании различных рыночных ситуаций [Wilson 1995: 337–340]:

- сравнительный уровень альтернатив (выгода, которую можно получить от работы с наилучшим доступным контрагентом);
- соответствие (степень, с которой сделка соответствует ожиданиям от бизнес-партнёра);
- доверие (вера в то, что участники рынка действуют в интересах друг друга).

Таким образом, мы можем сделать вывод, что механизм отбора контрагентов — достаточно сложный процесс, который необходимо изучать как отдельный предмет исследования. Он занимает своё место в общей схеме развития деловых отношений, являясь их первой, начальной стадией, за которой следуют другие этапы (определение цели отношения, измерение его ценности, поддержание отношения), образуя единую модель [Wilson 1995: 335].

<sup>2</sup> Безусловно, указанное деление не является единственно возможным. Существует большое количество различных классификаций, которые акцентируют внимание на тех или иных аспектах этого сложного процесса, однако их детальное рассмотрение не входит в задачу настоящей работы.

<sup>3</sup> Полный список применяемых в анализе переменных см.: [Wilson 1995: 337–339].

Прежде всего проанализируем влияние цены на вероятность возникновения деловых отношений. Низкая цена, предложенная поставщиком продукции, может иметь два диаметрально противоположных следствия в интересующей нас связи. Во-первых, это повышение вероятности заключения сделки. В таком случае низкая цена ассоциируется или с тем же качеством товара, что и у конкурентов, или даже с более высоким, так как в случае удовлетворения покупателя сотрудничество будет продолжено, а следовательно, выгода может появиться в будущем. Во-вторых, это снижение вероятности заключения сделки. Тогда низкая цена ассоциируется с низким качеством, а потенциальный продавец не заинтересован в продолжении сотрудничества [Wathne et al. 2001: 56]. Иными словами, показатель цены, рассматриваемый вне социального контекста, не позволяет сделать вывод о его роли в возникновении деловых отношений.

Для того чтобы снизить свои издержки, компании следуют одной из двух стратегий. Согласно первой из них продавцы и покупатели могут противостоять друг другу, стремясь получить выгоду для себя, зачастую в ущерб своему контрагенту. Эту стратегию называют моделью соперничества. По второй — участники рынка могут работать вместе для снижения издержек как у себя, так и у своего бизнес-партнёра, за счёт более эффективного менеджмента и сокращения излишних заданий и процедур. Эта стратегия получила название модели кооперации [Wilson 1995: 336].

Построенные кооперативные деловые отношения приносят пользу их участникам. Иными словами, длительные связи между сторонами, каждая из которых вносит свой вклад в них, дают в результате конкретные выгоды [Hingley 2005: 871]. Если говорить на языке экономистов, то данные отношения повышают полезность акторов. На математическом уровне это можно выразить через уравнение, в котором общая полезность участника взаимодействия равна сумме полезности от приобретения и полезности от обмена. Первая получается из приобретенного товара, а вторая — из вклада, сделанного в социальные отношения [Frenzen, Davis 1990: 2–3]. В итоге рынок можно считать укоренённым, если хотя бы потребители получают от покупок оба типа полезности [Frenzen, Davis 1990: 9].

Однако не все компании являются подходящими бизнес-партнёрами для построения кооперативных деловых отношений [Wilson 1995: 336]. Во-первых, участники рынка предпочитают взаимодействовать с теми, с кем они уже в предыдущие годы имели связи, оправдавшие их ожидания. Во-вторых, наличие общих бизнес-партнёров в прошлом повышает вероятность возникновения деловых отношений [Gulati, Gargiulo 1999: 1473]. В-третьих, помимо этих и других внешних драйверов, большое значение имеет внутреннее желание к работе с тем или иным контрагентом [Gulati, Gargiulo 1999: 1482]. Таким образом, в числе основных причин неудачных попыток создания деловых отношений — недостаток доверия и не сочетающиеся человеческие сущности потенциальных бизнес-партнёров [Wilson 1995: 341].

Если модель кооперации всё-таки сложилась, то она защищает её участников от конкуренции [Wathne et al. 2001: 55]. Чем дольше и продуктивнее сотрудничество между компаниями, тем сложнее и менее выгодно им разрывать деловые отношения, так как они уже сделали значительные инвестиции в налаживание организационных процедур, покупку физических активов, обучение персонала [Wathne et al. 2001: 56].

Отметим, что при рассмотрении преимуществ и большой роли укоренённых связей в деятельности фирм необходимо учитывать и границы избирательности. Идея М. Грановеттера об ограниченности выгод сильных связей, когда слабые связи в определённых обстоятельствах обладают преимуществом, получила развитие и при анализе деловых отношений между компаниями [Granovetter 1973: 1371]. Сильные связи помогают участникам рынка влиять на свою привлекательность в сетях, сводя к минимуму собственные недостатки, однако они, во-первых, ограничивают круг контрагентов, а во-вторых,

требуют соблюдения серьёзных обязательств и инвестирования в контакты. Слабые связи, в свою очередь, не дают этих преимуществ, однако позволяют взаимодействовать с большим числом бизнес-партнёров, не делая значительных инвестиций [Low 1997: 193]. По мнению Б. Уци, наибольшую экономическую эффективность приносит сочетание случайных и укоренённых связей [Уци 2008: 243].

Результаты ряда исследований показывают, что межличностные отношения между продавцами и покупателями служат некоторым барьером, ограничивающим возможность разрыва деловых отношений, однако эти связи менее важны, чем рыночные переменные [Wathne et al. 2001: 54]. Более того, «наличие межличностных отношений не уменьшает эффект цены» [Wathne et al. 2001: 62]. Иными словами, существование укоренённых деловых отношений не даёт исследователям оснований больше не обращать внимания на ключевую роль материальных стимулов при отборе контрагентов [Murphy, Heide 1998: 65].

Итак, отталкиваясь от предпосылки о социальной укоренённости экономического поведения, мы обратились к изучению трёх аспектов проблемы возникновения деловых отношений. Во-первых, были рассмотрены основные причины избирательности при отборе контрагентов в розничной торговле. В результате мы пришли к выводу, что создание укоренённых деловых отношений выгодно участникам рынка. Это не иррациональное игнорирование наиболее эффективных способов поведения и не бессмысленное инвестирование различных ресурсов в не имеющие экономической отдачи связи, а сознательный выбор акторов, реализующих свои интересы. Формирование и поддержание деловых отношений приносят фирмам конкретные выгоды, что укладывается в рамки рационального поведения, но само содержание рациональности формируется из социальных отношений.

Во-вторых, мы указали на то, что не все потенциальные контрагенты являются подходящими для зарождения устойчивых деловых связей. Опыт взаимодействия, общий круг контактов и внутреннее желание работать играют важную роль при выборе бизнес-партнёров, оказывают влияние на избирательность, которой придерживаются участники рынка.

В-третьих, были рассмотрены пределы замыкания компаний на укоренённых связях и возможность вреда от преувеличения их значения для хозяйственной деятельности, что не менее опасно, чем соответствующее преуменьшение. Мы пришли к выводу о разных функциях разных типов связей, а следовательно, наиболее эффективным является их совмещение. Наконец, исследователям, прежде всего социологам, необходимо учитывать важность не только межличностных, но и сугубо рыночных переменных (например цены), что позволит выйти за пределы как экономического, так и социологического детерминизма.

### Механизм отбора контрагентов и исследовательские гипотезы

При выборе бизнес-партнёров поставщики и ритейлеры принимают во внимание определённый набор условий, которые оказывают влияние на возможность заключения сделки. В зависимости от того, что является значимым для компании, можно определить тип используемой ею стратегии отбора контрагента. В свою очередь, влияние на осуществляемый выбор оказывают и характеристики фирмы (см. рис. 1).

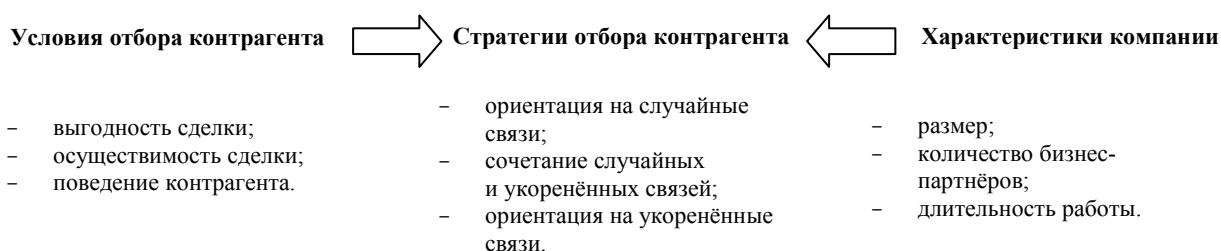


Рис. 1. Механизм отбора контрагентов поставщиками и розничными сетями

При изучении возникновения любой сделки исследователи прежде всего обращаются к анализу оценки контрагентами количества товара для купли-продажи и его цены, иными словами, — выгоды, которая может быть получена при совершении обмена [Wilson 1995: 339]. Как мы уже отмечали, данные параметры должны присутствовать при использовании и экономического, и экономико-социологического подходов, и при реализации любых других теоретических взглядов, так как они представляют собой суть сделки [Murphy, Heide 1998: 65]. На операциональном уровне в нашем исследовании применяются переменные объёма закупок и поставок и их условия.

Помимо сравнения альтернатив, необходимо также обратить внимание и на возможность осуществления сделки. Бизнес-партнёры должны доверять друг другу, видеть акт обмена как способ реализации интересов друг друга, а не как «игру с нулевой суммой» [Wilson 1995: 336–338]. Кроме того, большое влияние оказывает и институциональная среда, в которой осуществляется сделка, иными словами, важную роль играет уровень институционального доверия, понимания, что интересы акторов защищены от оппортунистического поведения недобросовестных контрагентов [Чепуренко 2007: 202–206]. В настоящей работе рассматривается роль оценки надёжности бизнес-партнёров и успешности опыта взаимодействия с компанией, так как он также является источником информации о контрагенте и, как следствие, о его надёжности [Грановеттер 2004: 139–140].

Гибкая политика бизнес-партнёров, размер их рекламных бюджетов, наличие хороших знакомых в этих компаниях также включены нами в анализ в качестве переменных. Возможность договариваться заложена в суть рыночного обмена [Радаев 2008b: 23]. Известность же фирм в обществе, где «главную трудность стало представлять не производство товаров, а их сбыт» [Рощина 2007: 259], может оказать ключевое влияние на отбор контрагента, а хорошие знакомые обеспечивают желание бизнес-партнёров работать друг с другом [Gulati, Gargiulo 1999: 1482].

Чтобы перейти от анализа условий отбора контрагентов к изучению стратегий реализации данного процесса, осуществим классификацию связей между фирмами на случайные и укоренённые. Случайные отношения определяются как сделки, основанные только на соотношении выгод и издержек, что в наибольшей степени соответствует модели неоклассической экономической теории [Уци 2008: 214]. Укоренённые связи, в свою очередь, означают встроенность акторов в структуру социальных отношений [Грановеттер 2004: 139–140]. Исследовав деятельность компаний-производителей одежды, Б. Уци пришёл к выводу, что «укоренённость даёт позитивные результаты только до определённого предела, за которым выгоды от неё превращаются в потери» [Уци 2008: 243]. Иными словами, наиболее эффективными являются фирмы, сочетающие случайные и укоренённые связи.

Мы полагаем, что различные характеристики фирм могут оказывать влияние на выбор типа используемой стратегии. Крупные компании выделяются в глазах других участников рынка [Podolny 1993: 830], а следовательно, статусные процессы значимы для понимания рыночной конкуренции [Podolny 1993: 868]. Количество контрагентов, в свою очередь, оказывает влияние на лёгкость входа и выхода из деловых отношений, на свободу участия в сделках [Baker 1990: 595]. Наконец, длительность работы на данном рынке создает определённый имидж компании среди бизнес-партнёров, формирует их взаимные ожидания [Уци 2008: 215]. Переменные размера фирм, количества их контрагентов и длительность работы также включаются в анализ в настоящей работе.

Для достижения поставленной цели (определения того, как возникают деловые отношения между бизнес-партнёрами на примере критериев отбора контрагентов поставщиками и ритейлерами на современном российском потребительском рынке) нам необходимо проверить ряд гипотез.

Прежде всего нас интересует общее распределение критериев отбора контрагентов на российском потребительском рынке. Эта информация позволяет определить значимость каждой конкретной характеристики для групп поставщиков и розничных сетей. Текущая ситуация в России, которая характеризуется низким уровнем институционального доверия [Чепуренко 2007: 202–206], неверием предпринимателей в то, что при возникновении у них проблем они сумеют добиться компенсации, позволяет нам сделать ряд предположений относительно важнейшего критерия выбора бизнес-партнёров.

**Гипотеза 1.** *Наиболее важным критерием выбора бизнес-партнёра как для поставщиков, так и для ритейлеров является надёжность контрагента, своевременность исполнения своих обязательств.*

Информация о структуре условий, которые рассматриваются поставщиками и розничными сетями при выборе бизнес-партнёров, необходима, но недостаточна для понимания механизма возникновения деловых отношений. Нас также интересуют различия в значимости каждого из критериев отбора контрагентов между поставщиками и ритейлерами.

Следующие две гипотезы касаются оценки важности таких классических для любой сделки параметров, как объём закупок и поставок и их условий. По отношению к этим показателям поставщики и розничные сети находятся в неравном положении, так как ритейлеры, имея широкий выбор каналов поставок, могут отбирать наиболее выгодные варианты, в то время как поставщики вынуждены останавливаться на более или менее приемлемых ввиду существования лишь ограниченного количества каналов сбыта и обращая внимание скорее на величину поставляемой партии товаров.

**Гипотеза 2.** *Большой объём закупок и поставок более важен для поставщиков, чем для ритейлеров:*

- *большой объём закупок и поставок более важен для поставщиков, чем для ритейлеров;*
- *выгодные условия закупок и поставок более важны для ритейлеров, чем для поставщиков.*

**Гипотеза 3.** *Выгодные условия закупок и поставок более важны для ритейлеров, чем для поставщиков.*

Как мы уже отмечали, надёжность контрагента скорее всего играет одну из важнейших ролей при выборе бизнес-партнёров, но оценка её значимости может различаться для каждой группы. Считается, что розничные сети в основном строго следуют заключённым контрактам, в то время как дисциплина исполнения договоров поставщиками достаточно низка [Радаев 2009b]. Одним из источников информации о степени надёжности контрагента является прошлое взаимодействие с ним [Грановеттер 2004: 139–140]. Всё это позволяет сделать ещё некоторые предположения.

**Гипотеза 4.** *Надёжность бизнес-партнёра более важна для ритейлеров, чем для поставщиков.*

**Гипотеза 5.** *Успешный опыт работы с бизнес-партнёром более важен для ритейлеров, чем для поставщиков:*

- *надёжность бизнес-партнёра более важна для ритейлеров, чем для поставщиков;*
- *успешный опыт работы с бизнес-партнёром более важен для ритейлеров, чем для поставщиков.*

Применяя концепцию Г. Джереффи о глобальных товаропроводящих цепях, в которой товарные цепи делятся на два типа — регулируемые производителем и регулируемые потребителем [Джереффи 2004: 633], — мы можем говорить о том, что в настоящее время в российской розничной торговле преобладает второй тип, где ключевая роль отводится ритейлерам [Радаев 2007: 176]. Ввиду доминирующего

положения розничных сетей поставщикам приходится искать возможности договариваться с ними, в то время как ритейлеры могут требовать заключения договоров на своих условиях.

**Гипотеза 6.** *Гибкая политика бизнес-партнёра более важна для поставщиков, чем для ритейлеров:*

– *гибкая политика бизнес-партнёра более важна для поставщиков, чем для ритейлеров.*

Известность контрагента — одно из немногих условий, которое скорее всего равно значимо для обеих рассматриваемых групп. Она прямо влияет на успех продвижения товара, в чем заинтересованы обе стороны. Отсюда ещё одно предположение.

**Гипотеза 7.** *Известность бизнес-партнёра, его рекламные бюджеты одинаково важны как для ритейлеров, так и для поставщиков:*

– *известность бизнес-партнёра, его рекламные бюджеты одинаково важны как для ритейлеров, так и для поставщиков.*

Последнее предположение, выдвинутое нами относительно различий в значимости каждого из критериев отбора контрагентов между поставщиками и ритейлерами, касается наличия «своего» человека в фирмах-партнёрах. Поскольку возможны ситуации, при которых у потенциальных контрагентов отсутствует, например, внутреннее желание работать друг с другом [Gulati, Gargiulo 1999: 1482], личные знакомства способны оказать неоченимую помощь в установлении контакта и снижении психологического напряжения при переговорах [Рыбкин 2009]. В условиях доминирования розничных сетей «свои» люди в них становятся очень полезными для поставщиков.

**Гипотеза 8.** *Наличие хороших знакомых в компании-партнёре более важно для поставщиков, чем для ритейлеров:*

– *наличие хороших знакомых в компании-партнёре более важно для поставщиков, чем для ритейлеров.*

После определения различий в оценках поставщиками и розничными сетями отдельных условий, рассматриваемыми ими при выборе бизнес-партнёров, необходимо выделить общие принципы отбора контрагентов. Основываясь на типологии, используемой в исследовании Б. Уци, и полученных выводах [Уци 2008], мы предполагаем, что ориентации исключительно на случайные или укоренённые связи не являются экономически эффективными.

**Гипотеза 9.** *Для поставщиков и ритейлеров равно характерно сочетание случайных и укоренённых связей:*

– *для поставщиков и ритейлеров равно характерно сочетание случайных и укоренённых связей.*

Следующие гипотезы касаются влияния различных характеристик компании на стратегии выбора бизнес-партнёров. Большой размер компании позволяет ей рисковать при стремлении к наибольшей краткосрочной экономической выгоде, а широкая сеть закупок и поставок — диверсифицировать риски [Флигстин 2004: 191].

**Гипотеза 10.** *Чем крупнее компания, тем меньше она ориентируется на укоренённые связи.*

**Гипотеза 11.** *Чем больше у компании бизнес-партнёров, тем меньше она ориентируется на укоренённые связи:*

- чем крупнее компания, тем меньше она ориентируется на укоренённые связи;
- чем больше у компании бизнес-партнёров, тем меньше она ориентируется на укоренённые связи.

Длительность работы компании на данном рынке также оказывает влияние на стратегию отбора контрагентов, так как за длительный период деятельности складываются взаимные ожидания бизнес-партнёров, они начинают доверять друг другу [Уци 2008: 215].

**Гипотеза 12.** *Чем дольше компания работает с партнёрами, тем больше она ориентируется на укоренённые связи.*

- чем дольше компания работает с партнёрами, тем больше она ориентируется на укоренённые связи.

Выдвинутые гипотезы мы проверим на конкретных эмпирических данных, полученных при опросе менеджеров розничных сетей и поставщиков.

### Источник эмпирических данных

Количественные данные были собраны в октябре — ноябре 2007 г. в рамках исследовательского проекта «Власть и дискриминация на потребительских рынках: отношения розничных сетей и их поставщиков в современной России» (руководитель — профессор, д. э. н. В. В. Радаев) по заказу ГУ ВШЭ (при поддержке Инновационной образовательной программы)<sup>4</sup>.

Используемая для анализа эмпирическая база включает в себя ответы 501 менеджера, из которых 249 человек представляют поставщиков продукции, а 252 — розничные сети.

В рамках исследования опрашивались представители компаний, работающих в двух крупных секторах российского потребительского рынка. Во-первых, это сектор продовольственных товаров; во-вторых, сектор бытовой техники и электроники, компьютерной техники и средств телефонной связи. Их выбор объясняется тем, что «вместе они охватывают около половины оборота российской розничной торговли» [Радаев 2009с: 31]. Более 70% опрошенных менеджеров (как фирм-поставщиков, так и фирм-ритейлеров) представляют компании, работающие в продуктовом секторе.

Таблица 1

**Параметры выборки исследования по городам (в % от числа опрошенных)**

Город	Доля опрошенных поставщиков	Доля опрошенных ритейлеров
Москва	20	26
Санкт-Петербург	20	15
Екатеринбург	20	20
Новосибирск	20	19
Тюмень	20	20
Всего (чел.)	249	252

Опрос проводился в пяти городах России: Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и Тюмени. Доли опрошенных менеджеров компаний примерно равны для всех регионов (см. табл. 1).

<sup>4</sup> Опрос проводился Аналитическим центром Юрия Левады и коллективом социологов Тюменского государственного университета.



Выбор именно этих городов объясняется тем, что, во-первых, в них розничная торговля развивается высокими темпами; во-вторых, они обладают своими характерными особенностями, отличительными чертами. Москва — центр российского ритейла, аккумулирующий больше всего фирм; Санкт-Петербург — город наибольшей концентрации современных торговых форматов; Екатеринбург и Новосибирск — регионы повышенной конкуренции между местными розничными сетями и федеральными компаниями; Тюмень — периферия развития современного ритейла, которая, однако, имеет хорошие перспективы из-за неплохой обеспеченности населения [Радаев 2009с: 32].

Таблица 2

### Параметры выборки исследования по размеру компании (в % от числа опрошенных)

Размер компании	Доля опрошенных поставщи- ков	Доля опрошенных ритейлеров (справочно)
Крупная	41	54
Средняя	45	33
Малая	14	13
Всего (чел.)	249	252

Выборка исследования формировалась для розничных сетей и поставщиков по-разному. Ритейлеров опрашивали по общим спискам в каждом из указанных городов (сплошной опрос). В отношении поставщиков же были установлены квоты, так как провести их сплошной опрос не представляется возможным. Квоты определялись, во-первых, по размеру компании, во-вторых, по типу деятельности (производитель или дистрибутор продукции).

В итоге большинство опрошенных компаний (как поставщиков, так и ритейлеров) являются крупными или средними фирмами (см. табл. 2). Среди поставщиков примерно равные доли имеют непосредственные производители продукции и её дистрибуторы.

### Общее распределение критериев выбора бизнес-партнёров

Рассмотрение результатов исследования мы начнём с представления общего распределения критериев выбора бизнес-партнёров с точек зрения поставщиков и ритейлеров. Затем будут определены основные отличия между розничными сетями и поставщиками в механизме отбора контрагентов, изучена их ориентация на тот или иной вид связей. В заключение мы рассмотрим влияние характеристик компаний на критерии выбора бизнес-партнёров, отметим ключевые стратегические различия в зависимости от типов фирм.

#### *Как совершают отбор контрагентов поставщики?*

Практически все опрошенные поставщики (91%) указывают в качестве обязательного условия, которое рассматривается при выборе бизнес-партнёра, надёжность контрагента, своевременность оплаты поставленного ему товара (см. табл. 3). Этот критерий отбора важен даже для большего числа фирм, чем большой объём (71%) и выгодные условия (64%) закупок. Одним из объяснений сложившейся ситуации может быть состояние институциональной среды в России. Низкий уровень доверия к институтам, прежде всего государственным [Чепуренко 2007: 202–206], вынуждает предпринимателей постоянно держать в уме надёжность бизнес-партнёров, не позволяет относить этот критерий в графу «по умолчанию», так как в случае возникновения проблем, например, со своевременностью оплаты, добиться компенсации пострадавшему будет очень непросто. С этим же связана и важность для боль-

шого количества компаний (59%) успешного опыта работы с контрагентом, потому что информация, полученная в результате прошлого взаимодействия, является наиболее надёжной [Грановеттер 2004: 139–140].

Две трети опрошенных поставщиков относят к числу обязательных условий при выборе бизнес-партнёра проведение им гибкой политики. Во времена достаточно жёсткого диктата розничных сетей, предъявления ритейлерами большого количества требований к поставщикам [Радаев 2007: 182–185] крайне важным становится поиск компании, с которой можно договариваться, а в тех или иных случаях — пойти на компромисс.

Своевременность оплаты называется большинством поставщиков (57%) и в качестве одного из самых важных критериев выбора бизнес-партнёров. В сумме с теми, кто обозначил надёжность контрагента основным условием успешный опыт работы с компанией (ещё один индикатор того, что на неё можно положиться), своевременность оплаты является ключевым признаком почти для двух третей опрошенных поставщиков (63%). Важность большого объёма закупок велика для 15% поставщиков, а ещё 8% подчеркивают значимость гибкой политики ритейлера.

Таблица 3

**Общее распределение условий отбора контрагентов поставщиками и розничными сетями (в % от числа опрошенных)**

Условие отбора	Доля выбравших*		Доля назвавших наиболее важным	
	Поставщики	Розничные сети	Поставщики	Розничные сети
Надёжность компании, своевременность оплаты	91	77	57	27
Большой объём закупок-поставок	71	31	15	2
Гибкая политика компании, возможность договариваться	67	58	8	12
Выгодные условия закупок-поставок	64	78	6	36
Успешный опыт работы с компанией	59	56	7	7
Известность компании, её рекламные бюджеты	31	37	2	1
Наличие хороших знакомых в компании	27	10	2	1
Раскрученный товарный бренд**	—	54	—	8
Новый товарный бренд***	—	25	—	1
Другое	5	5	2	4
Затрудняюсь ответить	2	1	1	1
Всего (чел.)	249	252	249	252

\* Сумма превышает 100%, так как респонденты могли выбрать все подходящие варианты ответа.

\*\* Поставщикам этот вариант ответа предложен не был.

\*\*\* Поставщикам этот вариант ответа предложен не был.

### *Как розничные сети совершают отбор контрагентов?*

С нарушениями обязательств, взятых на себя контрагентами, прежде всего в вопросах о сроках поставок товаров, сталкиваются и розничные сети [Радаев 2009b], поэтому достаточно большое их количество (77%) в качестве критерия выбора бизнес-партнёра называют надёжность компании, а 56% — успешный опыт работы с ним. Примерно столько же фирм (78%) обращают первостепенное внимание на выгодные условия поставок, в то время как важность их большого объема оценивается меньше чем третью опрошенных ритейлеров (31%). Объяснить данные предпочтения можно исходя из наличия широкого выбора у розничных сетей — число потенциальных поставщиков продукции значительно, а следовательно, не имеет смысла акцентировать своё внимание на объёме поставок каждого из них, лучше выбрать наиболее выгодные условия.

Выгодные условия поставок являются и наиболее важным критерием выбора бизнес-партнёров, по мнению более трети опрошенных ритейлеров (36%). Примерно такую же долю «голосов» (35%) получили в сумме надёжность компании (27%) и успешный опыт работы с ней (7%), а на гибкую политику контрагента в качестве ключевого условия указали 12% розничных сетей. Отметим также значимость раскрученного бренда: его упомянули как один из обязательных критериев выбора бизнес-партнёров более половины ритейлеров (54%), а как наиболее важный — 8%.

### **Различия критериев отбора контрагентов поставщиками и ритейлерами**

До настоящего момента мы рассматривали критерии выбора бизнес-партнёров отдельно для поставщиков и отдельно для розничных сетей. Это позволило нам определить, какие приоритеты имеются среди участников российского потребительского рынка внутри каждой из данных групп. Ниже мы рассмотрим, как различается значимость указанных критериев отбора контрагентов для поставщиков и ритейлеров.

В 2000-е годы в России произошёл ряд трансформаций в структуре потребительского рынка, по нашему мнению, серьёзно повлиявших на важность такого условия выбора бизнес-партнёра, как большой объём закупок-поставок. Во-первых, сетевые ритейлеры, работающие с использованием современных торговых форматов, окончательно заняли позиции ведущих участников рынка [Телицына 2003]. Во-вторых, один за другим начали открывать свои магазины крупные транснациональные розничные операторы [Радаев 2003: 171]. В-третьих, отечественные ритейлеры стали придерживаться стратегии экстенсивного роста [Радаев 2007: 126–133]. Всё это привело к тому, что на российском потребительском рынке доминирующие позиции заняты небольшим числом крупных игроков. Следовательно, у поставщиков сократилось количество каналов сбыта своей продукции. Иными словами, в 2000-е годы для поставщиков значимее иметь большой объём закупок и поставок, чем для ритейлеров. Эмпирический анализ подтверждает наше предположение: 71% опрошенных поставщиков назвал этот критерий обязательным условием, которое рассматривается при выборе бизнес-партнёра, в то время как среди розничных сетей таких только 31%<sup>5</sup>.

Указанные трансформации структуры российского потребительского рынка повлияли и на значимость такого критерия отбора контрагентов, как выгодные условия закупок и поставок. Имея немалый выбор потенциальных бизнес-партнёров, ритейлеры могут отбирать наиболее выгодные варианты, при этом относительно низкая цена привлекает розничную сеть ещё и потому, что она демонстрирует желание поставщика сотрудничать достаточно долго, чтобы успеть получить выгоду от взаимодействия [Wathne et al. 2001: 56]. В то же время реализации оппортунистической стратегии поставщиков (сбыть товар низкого качества и исчезнуть) препятствует используемое ритейлерами правило: «При заключе-

<sup>5</sup> Различия являются статистически значимыми (уровень значимости не более 0,001).

нии контракта поставщик должен разместить на депозите сети-продавца некую сумму, которая будет возвращена по истечении контракта» [Литвинова 2006]. Иными словами, розничным сетям, во-первых, есть из кого выбирать; во-вторых, они практически не рискуют получить товар ненадлежащего качества, так как поставщик сам предоставляет им финансовую подушку безопасности, позволяющую моментально оштрафовать нарушителя. В свою очередь, поставщики прежде всего не могут выбирать бизнес-партнёра из такого же широкого круга (розничных сетей просто физически меньше, чем поставщиков), а, следовательно, чтобы присутствовать на полках в магазинах крупных ритейлеров, им приходится соглашаться на более или менее приемлемые варианты. В итоге важность выгодных условий закупок и поставок отметили 78% опрошенных розничных сетей и 64% опрошенных поставщиков<sup>6</sup>.

Когда речь заходит о чрезмерности требований, выдвигаемых ритейлерами по отношению к поставщикам, торговые сети обычно парируют критику тем, что поставщики постоянно нарушают свои обязательства, срывают сроки поставок товаров, поэтому устанавливаемые жёсткие правила работы являются лишь защитной мерой, попыткой дисциплинировать контрагентов [Радаев 2009b]. В связи с этим логично предположить бóльшую значимость такого критерия выбора бизнес-партнёров, как надёжность компании, для ритейлеров, чем для поставщиков, чьи жалобы в данном контексте, как минимум, не звучат столь часто. Однако наша гипотеза не подтвердилась: 91% опрошенных поставщиков указали надёжность розничной сети как обязательное условие, рассматриваемое при отборе контрагентов, в то время как среди ритейлеров важность надёжности поставщиков отметили 77%<sup>7</sup>. Это говорит о том, что проблема нарушений своевременности оплаты розничными сетями стоит для поставщиков более (по крайней мере не менее) остро, чем проблема несвоевременности поставок поставщиками для ритейлеров, хотя в средствах массовой информации и деловых кругах особое ударение делается на ненадёжность поставщиков.

Ещё одним показателем дисциплинированности контрагента является опыт работы с ним. Как мы уже отмечали, он позволяет анализировать наиболее достоверную информацию о компании, полученную из прошлого взаимодействия [Грановеттер 2004: 139–140]. Здесь также логично предположить, что указанная переменная будет важнее для розничных сетей, чем для поставщиков, ввиду сложившегося мнения делового сообщества о ситуации на современном российском потребительском рынке. Однако значимых различий в ответах между ритейлерами и поставщиками нет: на важность опыта работы с бизнес-партнёром указали 59% опрошенных поставщиков и 56% опрошенных розничных сетей. Таким образом, проблема надёжности контрагента, необходимость анализа результатов прошлого взаимодействия с ним актуальна для всех участников рынка, а не только для ритейлеров, которые, судя по общественному мнению, являются единственными борцами за исполнение подписанных договоров.

Сложившаяся в России в 2000-е годы цепь поставок, регулируемая покупателем (розничными сетями), в противовес существовавшей в 1990-е годы ключевой роли поставщиков [Радаев 2007: 176], изменила положение сторон при заключении сделок. Теперь в гибкой политике контрагента более заинтересованы поставщики, которые упрашивают ритейлеров разместить свои товары на полках сетевых магазинов, идут на различные уступки, выплачивают всевозможные бонусы, проводят бесплатные рекламные акции и т. п. Всё только с одной целью — договориться с потенциальным бизнес-партнёром. Розничные сети, напротив, не стремятся снижать свои требования, демонстрируют собственную значимость и с неохотой, как будто делая одолжение, дают добро на более или менее компромиссное решение. Полученные нами данные показывают, что 67% опрошенных поставщиков подчеркивают важность

<sup>6</sup> Различия являются статистически значимыми (уровень значимости не более 0,001).

<sup>7</sup> Различия являются статистически значимыми (уровень значимости не более 0,001).

проводимой контрагентом гибкой политики, в то время как среди ритейлеров таких 58%<sup>8</sup>. Столь частое упоминание указанной переменной даже розничными сетями можно объяснить, во-первых, необходимостью сотрудничать и с крупными поставщиками (например транснациональными), где при подписании договоров коса находит на камень [Кром 2002]; во-вторых, немногими, но в последнее время участвовавшими случаями объединения мелких поставщиков в союзы для отстаивания своих прав в борьбе с диктатом ритейлеров [Марчук 2007]. Тем не менее актуальность проведения гибкой политики выше именно для поставщиков, вынужденных чаще, чем розничные сети, идти на уступки своим контрагентам.

Известность компании-контрагента, её рекламные бюджеты называют обязательными условиями, рассматриваемыми при выборе бизнес-партнера, 31% опрошенных поставщиков и 37% опрошенных розничных сетей. Статистически значимых различий в ответах поставщиков и ритейлеров обнаружено не было. Это можно объяснить тем, что данная характеристика фирмы является одинаково важной как для тех, так и для других, потому что поставщики видят в известных розничных сетях широкие каналы сбыта своей продукции [Кром 2002], а ритейлеры в узнаваемых потребителями производителях — «марки, которые сами себя продают» [Матвеева 2005]. Иными словами, популярность розничных сетей и поставщиков взаимовыгодна, так как она увеличивает объёмы продаж, что в интересах как одних, так и других. Большую сложность представляет собой объяснение столь низкой частоты упоминания (около одной трети при неограниченном числе возможных вариантов ответа) указанной характеристики контрагентов и ритейлерами, и поставщиками. Известность компании, её рекламные бюджеты находятся в тени ключевых показателей, таких как надёжность потенциального бизнес-партнёра, своевременность поставок и оплаты, проводимая гибкая политика, возможность договариваться, которые образуют наиболее проблемные области в деловых отношениях розничных сетей и поставщиков на российском потребительском рынке.

Наконец, нередки случаи, когда контрагентам не удается выстроить деловые отношения из-за не сочетающихся человеческих сущностей [Wilson 1995: 341], то есть в ситуациях, в которых у представителя компании нет внутреннего желания работать с той или иной фирмой [Gulati, Gargiulo 1999: 1482]. Особенно острой проблемой это становится для участников рынка, находящихся в менее привилегированном положении, так как им необходимо использовать все доступные способы для заключения сделки. В нашем случае наличие хороших знакомых в розничной компании может быть очень полезным для поставщиков, которым приходится постоянно испытывать сильное психологическое давление во время ведения переговоров с ритейлерами [Рыбкин 2009]. Более того, добрые межличностные отношения помогают быстрее находить общий язык, получать поддержку от «своих», а в результате — успешно «промыливаться» в сеть. Безусловно, такие социальные связи в компании-поставщике не приносят вреда розничным сетям, однако для них это не столь актуально, и на первый план выходят другие переменные. В итоге 27% опрошенных поставщиков называют наличие хороших знакомых в фирме в качестве обязательного условия, рассматриваемого при выборе бизнес-партнёра, в то время как среди ритейлеров таких только 10%<sup>9</sup>.

### **Ориентация контрагентов на разные типы связей в зависимости от характеристик компаний**

Выше мы представили общее распределение критериев выбора бизнес-партнёров розничными сетями и поставщиками, а также проанализировали, какие из указанных переменных важнее для ритейлеров, а какие — для поставщиков. Теперь нам необходимо перейти от рассмотрения частных аспектов к изу-

<sup>8</sup> Различия являются статистически значимыми (уровень значимости не более 0,05).

<sup>9</sup> Различия являются статистически значимыми (уровень значимости не более 0,001).

чению общих принципов выстраивания деловых отношений. Прежде всего нас интересует, на какие типы связей в основном ориентируются участники российского потребительского рынка.

Используя терминологию Б. Уци, мы разделяем применяемые розничными сетями и поставщиками стратегии на три вида: ориентация на случайные связи; ориентация на укоренённые связи и сочетание случайных и укоренённых связей [Уци 2008: 214, 227]. На операциональном уровне в настоящем исследовании указанные типы связей соотносятся с отмечаемыми поставщиками и ритейлерами условиями, обязательно рассматриваемыми при отборе контрагента, следующим образом:

- ориентация на случайные связи — выбор хотя бы одного из таких критериев, как большой объём и выгодные условия закупок и поставок, при игнорировании остальных критериев;
- ориентация на укоренённые связи — выбор хотя бы одного из таких критериев, как надёжность компании, её известность, успешный опыт работы с ней, наличие хороших знакомых в данной фирме, проводимая ею гибкая политика, при игнорировании остальных критериев;
- сочетание случайных и укоренённых связей — выбор хотя бы двух критериев, один из которых характеризует случайные связи, а второй — укоренённые.

Таблица 4

**Ориентация поставщиков и ритейлеров на различные типы связей (в % по строке от числа ответивших)**

Вид компании	Тип используемых связей			Всего (чел.)
	Случайные связи	Укоренённые связи	Сочетание случайных и укоренённых связей	
Поставщик	3	17	80	243
Ритейлер	7	14	79	248
В среднем	5	16	79	491

*Примечание:* Прерогатива исследователя — считать различия статистически значимыми или нет, однако данная ситуация выглядит наиболее спорно (уровень значимости не более 0,1). Мы принимаем указанное значение в качестве показателя наличия статистически значимых различий, имея в виду, что грань здесь очень тонкая.

Для десяти опрошенных компаний (2%) не удалось определить их принадлежность к той или иной стратегии, так как они или затруднились с ответом, или отметили вариант «Другое»<sup>10</sup>. Таким образом, мы приняли решение сократить выборку на указанное количество респондентов.

Ориентация исключительно на тот или иной тип связей является скорее маргинальной стратегией, в то время как мейнстрим представлен сочетанием случайных и укоренённых связей. Это соответствует выводам, к которым пришел Б. Уци при анализе деятельности компаний-производителей одежды: наилучших результатов добиваются фирмы, не вступающие только в случайные связи, с одной стороны, но и не замыкающиеся на укоренённых связях — с другой. Иными словами, наиболее разумной стратегией является сочетание случайных и укоренённых связей [Уци 2008: 243]. Большинство (79%) участников российского потребительского рынка следуют именно этому принципу, однако отметим, что пятая часть опрошенных компаний делает выбор между одним из типов связей, причем три четверти

<sup>10</sup> В данном исследовании мы не стали кодировать вариант «Другое» для отнесения той или иной компании к числу отверженных одной из стратегий, так как, во-первых, это повлекло бы дополнительные оговорки, а во-вторых, количество таких фирм очень мало, поэтому принципиального влияния на распределение ответов они не оказали бы.

из них (16%) ориентируется на укоренённые связи (см. табл. 4). Возможно, у этих фирм был неудачный опыт работы по принципу ориентации на случайные связи, и они больше не хотят рисковать, даже сочетая различные типы отношений, либо сложившиеся взаимные обязательства с контрагентами по укоренённым связям не позволяют им выходить из данной замкнутой сети.

Рассмотрев общую картину ориентации компаний на тот или иной тип связей, мы переходим к анализу различий в выборе соответствующих стратегий в зависимости от характеристик фирм. Прежде всего нас интересуют отличия между поставщиками и ритейлерами.

Большинство как поставщиков, так и розничных сетей стремятся сочетать случайные и укоренённые связи, но при анализе компаний, ориентирующихся исключительно на один из типов связей, появляются различия. По принципу использования только случайных связей работают больше ритейлеров, чем поставщиков (7 и 3% соответственно), в то время как в основанных на укоренённых связях сетях функционируют больше поставщиков, чем розничных сетей (17 и 14% соответственно).

Это можно объяснить несколькими обстоятельствами. Во-первых, находясь в менее привилегированном положении, поставщики вынуждены использовать всю силу укоренённых связей для заключения контрактов, тогда как ритейлеры могут диктовать свои условия и отбирать наиболее выгодные варианты [Кром 2002]. Во-вторых, опросный этап в рамках настоящего исследования проводился в то время, когда на розничные сети стало оказываться серьёзное давление со стороны, прежде всего, Федеральной антимонопольной службы России, которая обвиняла их в монополизации рынка и нарушении правил конкурентной борьбы [ФАС ждет закона... 2008], что могло повлиять на ответы респондентов, склонить их к более одобряемым вариантам (в данной ситуации — к выбору ориентации на случайные связи), в то время как поставщики здесь были пострадавшей стороной, у них отсутствовал стимул к сознательному искажению информации о своих стратегиях.

Каждая компания, собирающаяся налаживать деловые отношения, обладает различными характеристиками. Мы в настоящей работе рассматриваем три из них, с нашей точки зрения, ключевые.

Во-первых, это размер компании. Он указывает на то, является ли фирма видным игроком на данном рынке, есть ли у нее запас устойчивости в случае возникновения проблем.

Во-вторых, мы включили в свой анализ такую характеристику компании, как широта её контактов, количество контрагентов, с которыми она в настоящее время работает. Эта переменная позволяет судить о том, насколько фирма зависит от своих бизнес-партнёров, есть ли у неё возможность диверсифицировать риски.

В-третьих, в центре нашего внимания оказывается длительность работы компании в современном ритейле. Этот показатель демонстрирует опыт её взаимодействия с розничными сетями (если речь идёт о поставщиках) или накопленные навыки функционирования в качестве ритейлера (если речь идёт о розничных сетях).

Таким образом, прежде всего фирмы можно разделить на крупные, средние и малые. Логично предположить, что чем крупнее компания, тем более она ориентируется на случайные связи и менее на укоренённые, так как, в силу своей значимости на рынке, она готова стремиться к наибольшей экономической выгоде в каждом конкретном случае, способна отстаивать свои интересы в случае проблем с исполнением некоторых договоров. Однако полученные нами данные не позволяют подтвердить эту гипотезу: статистически значимых отличий в выборе стратегий использования тех или иных типов связей обнаружено не было. Указанный результат соответствует мнению М. Грановеттера о том, что

укоренённость экономического поведения несвойственна каким-то определённым акторам, фирмам, удовлетворяющим тем или иным условиям; она характерна для всех компаний [Грановеттер 2004: 131–133].

Правда, рассмотренное положение теории М. Грановеттера не стоит преувеличивать: укоренённость экономического поведения в социальных отношениях присутствует всегда (зачастую этот тезис относят к разряду аксиом и не доказывают, что делаем в настоящей работе и мы), но её степень и распространённость может достаточно сильно различаться для разных акторов. Так, чем больше у компании контрагентов, тем менее она ориентируется на укоренённые связи, тем бóльшую роль в выборе бизнес-партнёров играют случайные связи. Это можно объяснить используемой фирмами стратегией диверсификации рисков, когда вероятные потери в одной сделке перекрываются выигрышем в других, и совокупный результат оказывается для актора положительным [Флигстин 2004: 191]. В среднем поставщики, ориентирующиеся на укоренённые связи, имеют 10 контрагентов-ритейлеров; сочетающие различные типы связей — 17; ориентирующиеся на случайные связи — 97 контрагентов-ритейлеров<sup>11</sup>. Анализ количества бизнес-партнёров у розничных сетей в зависимости от используемой стратегии статистически значимых различий не выявил.

Опыт работы в сетевом ритейле также оказывает влияние на ориентацию компаний в пользу того или иного типа связей. За относительно длительный период у участников рынка складываются определённые деловые и личностные отношения, формируются взаимные ожидания, появляется доверие друг к другу, которое очень важно для успешной деятельности [Уци 2008: 215]. В среднем розничные сети, ориентирующиеся на укоренённые связи, работают в сетевом ритейле 11 лет (то есть вышли из середины 1990-х годов, этапа становления современной сетевой торговли [Телицына 2003]); сочетающие случайные и укоренённые связи — 9 лет («дети» финансового кризиса 1998 г.); ориентирующиеся на случайные связи — 7 лет (представители XXI в., десятилетия прихода в Россию транснациональных операторов, «захвата российских территорий» [Радаев 2007: 120–122]). Анализ длительности работы поставщиков с современными ритейлерами статистически значимых различий в зависимости от используемой стратегии не выявил.

Итак, одним из наиболее важных критериев выбора бизнес-партнёров как поставщиками, так и розничными сетями называется надёжность контрагента, своевременность оплаты, с одной стороны, и своевременность поставок — с другой. Также для большинства поставщиков ключевую роль играет большой объём закупок, а для ритейлеров — выгодные условия поставок. Опыт работы с той или иной компанией является ещё одним показателем надёжности контрагента, что оказывается достаточно важным, особенно в сложившейся на современном российском потребительском рынке ситуации частого неисполнения его участниками договорных обязательств. Данные проблемы привели к тому, что такие характеристики фирмы, как её известность и рекламные бюджеты, не играют ключевой роли в процессе зарождения деловых отношений; в центре внимания и розничных сетей, и поставщиков находятся другие вопросы. Занятие ритейлерами более привилегированной позиции на рынке делает для поставщиков достаточно важными критериями выбора бизнес-партнера проводимую им гибкую политику и наличие в компании-контрагенте хороших знакомых. Это позволяет поставщикам договориться с розничными сетями о своём присутствии на полках их магазинов, выдержать психологическое давление во время переговоров. Для ритейлеров указанные характеристики поставщиков менее важны, так как они сами в сложившейся ситуации диктуют условия работы.

Большинство как розничных сетей, так и поставщиков при отборе контрагентов ориентируется на сочетание случайных и укоренённых связей, что можно объяснить наибольшей экономической эффективностью данного подхода. Однако среди маргинальных стратегий (ориентация только на случайные

<sup>11</sup> Различия являются статистически значимыми (уровень значимости не более 0,001).



или только на укоренённые связи) поставщики предпочитают укоренённые связи, в то время как ритейлеры — случайные, что является по меньшей мере неожиданным, так как сами поставщики привлекли внимание деловых кругов и государственных органов к излишней, по их мнению, избирательности розничных сетей.

Характеристики компаний и условия деятельности могут оказывать влияние на критерии выбора бизнес-партнёров. Так, поставщики, ориентирующиеся на случайные связи, стремящиеся диверсифицировать риски, имеют больше контрагентов, а ориентирующиеся на укоренённые, соответственно, меньше. В то же время ритейлеры, работающие в сетевой розничной торговле дольше, сформировавшие с другими компаниями взаимные ожидания, выстроившие доверительные отношения, склонны к ориентации на укоренённые связи, а новички — к ориентации на случайные.

## Заключение

В настоящей работе мы намеривались изучить проблему зарождения социальных отношений, поставленную в контекст экономической социологии, а именно — определить, как возникают деловые отношения. Наш выбор пал на сферу розничной торговли — один из наиболее динамично развивающихся секторов российского хозяйства. Кроме высоких темпов развития (по крайней мере до глобального экономического кризиса), для розничной торговли в России характерно ещё и повышенное внимание со стороны деловых кругов и государства, а возникающие напряжённые вопросы в этом секторе прямо касаются интересующей нас проблематики.

Структурный (сетевой) подход был выбран нами в качестве основного. С нашей точки зрения, применение концепции укоренённости экономического поведения позволяет получить достаточно хорошие содержательные результаты при ответе на поставленный вопрос.

Первое наше предположение подтвердилось: для компаний прежде всего важна надёжность контрагента, своевременность исполнения им своих обязательств, так как нарушения случаются достаточно часто, а к государству как к ключевому институту обеспечения порядка доверия нет. Статистически значимые различия между ответами контрагентов по данному вопросу опровергли гипотезу о том, что надёжность бизнес-партнёра важнее для ритейлеров, чем для поставщиков: напротив, данный показатель более значим для поставщиков. В связи с этим же мы отвергли гипотезу, предполагающую бóльшую значимость опыта работы с компанией для розничных сетей (с определёнными оговорками опыт также можно рассматривать как показатель надёжности фирмы).

У нас не нашлось оснований отвергнуть гипотезы, касающиеся объёмов закупок-поставок и их условий. В сложившейся на рынке ситуации большой объём закупок более важен для поставщиков, чем для розничных сетей, в то время как выгодные условия поставок важнее для ритейлеров. Ограниченное число каналов сбыта продукции вынуждает поставщиков ориентироваться на объём закупок, а имеющие широкий выбор потенциальных бизнес-партнёров розничные сети обращают внимание скорее на выгодные условия заключения сделки.

Гибкая политика, проводимая контрагентом, как и предполагалось, более важна для поставщиков, чем для ритейлеров. Занимая менее привилегированную позицию, им приходится постоянно договариваться с розничными сетями, в то время как последние чаще диктуют условия своим бизнес-партнёрам.

И поставщики, и ритейлеры сходятся в оценке значимости известности контрагента, его рекламных бюджетов, что позволяет принять соответствующую гипотезу. Взаимная популярность выгодна и магазинам, продающим продукцию конечным потребителям, и производителям, её выпускающим.

Наличие хороших знакомых в компании-контрагенте, как и предполагалось, более важно для поставщиков, чем для ритейлеров, так как оно позволяет им «промылиться» в розничные сети, лично договориться с потенциальным бизнес-партнёром, что достаточно сложно ввиду занятия ритейлерами более привилегированного положения.

Наиболее распространённой стратегией выбора бизнес-партнеров как для поставщиков, так и для ритейлеров является ориентация на сочетание случайных и укоренённых связей. Такое построение деловых отношений представляется компаниям эффективным, что соответствует выдвинутой нами гипотезе.

Нами не было выявлено статистически значимых различий между стратегиями в зависимости от размера фирмы. Таким образом, мы отвергаем гипотезу, касающуюся влияния размера компании. Напротив, последние две гипотезы — 11 и 12, в которых также рассматривается влияние характеристик фирм на выбор той или иной стратегии, частично подтверждаются. Поставщики, ориентирующиеся на случайные связи, поддерживают деловые отношения с большим количеством контрагентов, тем самым проводя диверсификацию рисков, в то время как работающие достаточно долгое время в современном ритейле розничные сети склонны ориентироваться на укоренённые связи, следуют сформировавшимся взаимным ожиданиям.

Итак, выбор бизнес-партнёров является социально обусловленным. Стратегия отбора контрагентов, ориентирующаяся исключительно на случайные связи и рассматривающая в качестве значимых переменных только выгодность сделки, широко не распространена, маргинальна на фоне остальных стратегий. Большинство опрошенных компаний сочетают использование случайных и укоренённых связей. Однако степень избирательности неоднородна для различных участников рынка. Одни условия отбора контрагентов более актуальны для ритейлеров, другие — для поставщиков. Выбор той или иной стратегии также зависит от количества бизнес-партнёров, длительности работы компании на данном рынке.

Подводя итоги работы, мы хотим ещё раз отметить, что, несмотря на значительную разработанность тематики зарождения социальных отношений в социологической теории, такой аспект, как возникновение деловых отношений, остаётся на периферии экономической социологии. В данной проблематике существует ещё немало «тёмных пятен», нуждающихся в лучах света.

## Литература

- Бейкер У., Фолкнер Р., Фишер Дж. 2007. Риски рынка: продолжение и разрыв межорганизационных рыночных связей. В сб.: Радаев В. В., Добрякова М. С. (отв. ред.). *Анализ рынков в современной экономической социологии*. М.: ИД ГУ ВШЭ; 153–207; см. также: *Экономическая социология*. 2006. 7 (3): 27–52; 7 (4): 43–64. <http://www.ecsoc.hse.ru/topics/translations/index.html>
- Вебер М. 2004. Хозяйство и общество (глава II). В сб.: Радаев В. В. (сост. и науч. ред.). *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН; 59–81; см. также: *Экономическая социология*. 2005. 6 (1): 46–68. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2005-6-1/index.html>
- Грановеттер М. 2004. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности. В сб.: Радаев В. В. (сост. и науч. ред.). *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН; 131–158; см. также: *Экономическая социология*. 2002. 3 (3): 44–58. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2002-3-3/index.html>

- Джереффи Г. 2004. Международное хозяйство и экономическое развитие. В сб.: Радаев В. В. (сост. и науч. ред.). *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН; 632–658; см. также: *Экономическая социология*. 2004. 5 (5): 35–62. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2004-5-5/index.html>
- Развитие российского ритейла: меры государственного регулирования и их последствия (закон о торговле в зеркале исследований)*. 2009. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Кром Е. 2002. Терапия по сетевой методике. *Эксперт Северо-Запад*. 46. 9 декабря. <http://www.sostav.ru/articles/2002/12/17/torg171202>
- Литвинова Н. 2006. Антиэкономическая война. *Эксперт*. 10. 13 марта. <http://www.retail.ru/articles/18402/>
- Марчук И. 2007. Право слабого. *Секрет фирмы*. 44. 12 ноября. <http://www.retail.ru/articles/18632/>
- Матвеева А. 2005. Полки в цене. *Эксперт*. 33. 5 сентября. <http://www.expert.ru/printissues/expert/2005/33/33ex-plata/>
- Пауэлл У., Смит-Дор Л. 2004. Сети и хозяйственная жизнь. В сб.: Радаев В. В. (сост. и науч. ред.). *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН; 226–280; см. также: *Экономическая социология*. 2003. 4 (3): 61–105. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2003-4-3/index.html>
- Радаев В. В. 2003. *Социология рынков: к формированию нового направления*. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Радаев В. В. 2005. *Экономическая социология*. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Радаев В. В. 2007. *Захват российских территорий: новая конкурентная ситуация в розничной торговле*. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Радаев В. В. 2008а. Современные экономико-социологические концепции рынка. В сб.: Радаев В. В., Добрякова М. С. (отв. ред.). *Анализ рынков в современной экономической социологии*. М.: ИД ГУ ВШЭ; 21–60; см. также: *Экономическая социология*. 2008. 9 (1): 20–50. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2008-9-1/index.html>
- Радаев В. В. 2008b. Что такое рынок: экономико-социологический подход. В сб.: Радаев В. В. (отв. ред.). *Теория рынков в социологии. Аналитика ЛЭСИ*. Вып. 1. М.: ИД ГУ ВШЭ; 7–56.
- Радаев В. В. 2009а. Атомизированные действия и социальные связи: основы конкуренции в российской розничной торговле. *Мир России*. 2: 50–88. <http://www.ecsocman.edu.ru/mirros/msg/329616.html>
- Радаев В. В. 2009b. *Как объяснить конфликты в российском ритейле: эмпирический анализ взаимодействия розничных сетей и их поставщиков*. Доклад на семинаре «Институциональные проблемы российской экономики». Москва. ГУ ВШЭ. 2 апреля. <http://www.hse.ru/data/476/516/1240/radaev.pdf>
- Радаев В. В. 2009c. Экономическая борьба и социальные связи: структура конкурентных отношений в новом российском ритейле. *Экономическая социология*. 10 (1): 19–56. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2009-10-1/index.html>
- Рощина Я. М. 2007. *Социология потребления*. М.: ИД ГУ ВШЭ.

- Рыбкин А. 2009. *На кого расставили сети? Новая структура розницы — благо или..?* Доклад на семинаре ЛЭСИ из цикла «Социология рынков». Москва. ГУ ВШЭ. 27 января.
- Телицына И. 2003. Равнение на Запад. Как российские сети набирали вес. *Компания*. 22. 9 июня. <http://www.sostav.ru/articles/2003/06/11/torg110603/>
- Уци Б. 2007. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей. В сб.: Радаев В. В., Добрякова М. С. (отв. ред.). *Анализ рынков в современной экономической социологии*. М.: ИД ГУ ВШЭ; 208–252; см. также: *Экономическая социология*. 2007. 8 (3): 44–60; 8 (4): 43–59. <http://www.ecsoc.hse.ru/topics/translations/index.html>
- ФАС ждет закона «О торговле», чтобы приструнить торговые сети. 2008. *Крестьянские ведомости*. 11 марта. [http://www.fas.gov.ru/article/a\\_17632.shtml](http://www.fas.gov.ru/article/a_17632.shtml)
- Флигстин Н. 2004. Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам. В сб.: Радаев В. В. (сост. и науч. ред.). *Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН; 185–210; см. также: *Экономическая социология*. 2003. 4 (1): 45–63. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2003-4-1/index.html>
- Чепуренко А. Ю. 2007. *Социология предпринимательства*. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Baker W. 1990. Market Networks and Corporate Behavior. *American Journal of Sociology*. 96 (3): 589–625.
- Dwyer F., Schurr P., Oh S. 1987. Developing Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*. 51 (2): 11–27.
- Frenzen J., Davis H. 1990. Purchasing Behavior in Embedded Markets. *Journal of Consumer Research*. 17 (1): 1–12.
- Granovetter M. 1973. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. 78 (6): 1360–1380.
- Gulati R., Gargiulo M. 1999. Where Do Interorganizational Networks Come From? *American Journal of Sociology*. 104 (5): 1439–1493.
- Hingley M. 2005. Response to comments on «Power to all Friends? Living with imbalance in supplier-retailer relationships». *Industrial Marketing Management*. 34: 870–875.
- Low B. 1997. Managing Business Relationships and Positions in Industrial Networks. *Industrial Marketing Management*. 26: 189–202.
- Murry J., Heide J. 1998. Managing Program Participation within Manufacturer-Retailer Relationships. *Journal of Marketing*. 62 (1): 58–68.
- Podolny J. 1993. A Status-Based Model of Market Competition. *American Journal of Sociology*. 98 (4): 829–872.
- Wathne K., Biong H., Heide J. 2001. Choice of Supplier in Embedded Markets: Relationship and Marketing Program Effects. *Journal of Marketing*. 65 (2): 54–66.
- Wilson D. 1995. An Integrated Model of Buyer-Seller Relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 23 (4): 335–345

## ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОБЗОРЫ

Е. В. Гладникова

# Обзор подходов к исследованию частных межпоколенных трансфертов



**ГЛАДНИКОВА Екатерина Владимировна** — выпускница кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

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

*В данной статье<sup>1</sup> представлен обзор теоретических подходов и эмпирических исследований межпоколенных трансфертов. Эта проблема широко изучается западной наукой, поэтому подавляющее большинство источников принадлежит иностранным авторам, хотя результаты некоторых российских исследований также освещаются. В статье представлены подходы, предложенные учеными-экономистами, социологами и демографами.*

**Ключевые слова:** межсемейные (межпоколенные) трансферты; модель обмена; модель альтруизма; реципрокность; социальные сети.

Несмотря на высокую вовлечённость российских домохозяйств в систему занятости, межсемейная взаимопомощь сохраняет свою важность и по сей день. Наличие государственных трансфертов (в виде пенсий, пособий и др.) не исключает существование и частных, являющихся одной из важнейших сторон межсемейного и межпоколенного взаимодействия.

Межпоколенная взаимопомощь, а также межсемейные трансферты в целом изучаются в рамках таких наук, как экономика, социология, демография, психология. Очевидно, что подходы к изучению трансфертов в каждой из областей свои, в первую очередь потому, что различается предмет исследования, которым может быть мотив оказания помощи, социальные предпосылки обмена ресурсами, взаимопомощь как часть психологической стороны семейных отношений и т. д. Остановимся на существующих подходах, выработанных в рамках экономической и социологической теорий.

## Классификация видов трансфертов

Область применения понятия «трансфер» очень широка. Под трансфертами подразумевается передача каких-либо ресурсов. Даже в рамках социально-экономических наук и демографии существует множество различных употреблений данного термина. Рассмотрим основные из них.

---

<sup>1</sup> Работа выполнена в рамках гранта № 08-04-0026 по конкурсу Научного фонда ГУ ВШЭ «Учитель-Ученики» 2008–2009 годов (руководитель — Я. М. Рощина).

## 1. По типу каналов передачи:

- горизонтальные (внутрипоколенные, то есть между представителями одного поколения);
- вертикальные (межпоколенные, то есть между представителями разных поколений).

## 2. По типу участников:

- внутри домохозяйства;
- между домохозяйствами.

## 3. По типу передаваемых ресурсов:

- материальные (финансовые и нефинансовые);
- нематериальные (трудовые, эмоциональные и проч.).

## 4. По типу донора:

- частные;
- государственные.

## 5. По критерию совместного проживания:

- совместное проживание детей с родителями как вид помощи;
- трансферты при раздельном проживании.

## 6. По времени передачи трансфертов:

- наследства;
- трансферты при жизни родителей.

## Теоретические модели анализа межпоколенных трансфертов

### Экономические теории

В экономической теории в концепциях межпоколенных трансфертов акцент делается на двух основных вопросах: в каком направлении передаются трансферты и что побуждает людей передавать трансферты? Для ответа на первый вопрос была разработана модель жизненного цикла, на второй — модели мотивов передачи трансфертов. В рамках этих двух моделей существуют различные их подвиды, которые ниже рассмотрены подробнее.

### *Модели мотивов передачи трансфертов*

Часто (но далеко не всегда) вывод о том или ином мотиве делается исходя из того, каким образом принимается решение о передаче трансфертов на основании доходов доноров и акцепторов. Кроме дохода, определяющим является также соотношение направлений различных видов трансфертов (например, материальных и трудовых), учитываются также и другие параметры.

Наиболее распространены две модели мотивов трансфертов: альтруизм и обмен.

**Модель альтруизма** особенно известна в связи с именем Гарри Беккера, который применил данную концепцию к анализу межпоколенных трансфертов [Becker 1974]. Как правило, речь в этом случае идёт о нисходящих трансфертах (от старшего поколения к младшему). Предполагается, что одним из аргументов функции полезности доноров (родителей) является функция полезности акцепторов (детей). Вследствие этого, передавая трансферты, доноры повышают уровень полезности детей, повышая тем самым свою полезность. Очевидно также, что фактом передачи трансфертов доноры одновременно и снижают свою полезность, так как их потребление падает. Таким образом, чтобы максимизировать свою полезность, доноры должны найти равновесие между передачей средств и собственным потреблением [Laferrere, Wolff 2006].

Согласно рассматриваемой модели родители передают большие трансферты менее обеспеченным детям. При росте дохода детей трансферты от родителей уменьшаются, а при росте доходов родителей — увеличиваются. Все эти выводы делаются на основе предпосылки о стремлении родителей максимизировать свою полезность, которая положительно связана с полезностью детей.

Существуют также более сложные модели альтруизма; например, модель взаимного альтруизма, которая предполагает, что не только функция полезности детей является аргументом функции полезности родителей, но и наоборот. Однако в данной работе мы ограничимся представлением концепции альтруизма лишь в общем виде<sup>2</sup>.

**Модель обмена** предполагает, что люди передают трансферты в обмен на что-то, и в этом состоит её основная идея. Исходя из этого, допустимы различные интерпретации данной концепции. Можно разделить трансферты, передаваемые в обмен на какие-либо ресурсы в краткосрочном и долгосрочном периодах [Lee, Parish, Willis 1994]. Как пример краткосрочного обмена может быть рассмотрена следующая ситуация: родители оказывают детям материальную помощь, в ответ на что дети передают им трудовые трансферты. Обмен в долгосрочном периоде происходит, когда доноры ожидают получить обратную помощь в неопределённый период времени: например, родители, помогая детям, надеются на то, что сами получат поддержку в старости или в трудной ситуации.

Некоторые исследователи выделяют эту вторую группу трансфертов (обмен в долгосрочном периоде) в отдельный вид моделей — **модель мотива страхования** [Sloan, Zhang, Wang 2002]. Имеется в виду, что, предполагая взаимность помощи само собой разумеющейся, люди, передающие трансферты в настоящем, обеспечивают себе будущий источник помощи в случае её надобности. Однако выделение упомянутой модели в отдельный вид или подвид — это вопрос классификации, не меняющий сути явления.

Ещё один момент, связанный с моделью обмена, — соотношение данного мотива с мотивом взаимного альтруизма. Эмпирически сложно определить, какова природа помощи: то ли родители и дети строят отношения, исходя из принципа «ты мне — я тебе», то ли дело в достижении общего преимущества, зависящего от роста благосостояния каждого (перераспределение дохода для максимизации общей полезности). В обоих случаях внешние действия сторон одинаковы.

### **Модель жизненного цикла**

Модель жизненного цикла определяет направление межпоколенных трансфертов в зависимости от возраста сторон. В классическом представлении модели предполагается, что люди стремятся поддерживать в течение жизни постоянный уровень потребления. В молодости доход обычно ниже того,

<sup>2</sup> См. подробнее: [Laferrere, Wolff 2006].

который необходим для поддержания потребления на этом уровне (перманентного дохода), поэтому люди берут в долг дополнительные средства, одним из источников которых являются межпоколенные трансферты от родителей. В среднем возрасте, когда доход выше перманентного, есть возможность делать сбережения, а также выступать в роли доноров в межпоколенной поддержке. В пожилом возрасте ситуация снова становится близкой к первоначальной: текущий доход ниже перманентного, то есть необходимы дополнительные средства, которые можно в том числе получить от детей.

Как указывает Дэвид Чил, в связи с тем, что многими исследованиями в таком виде модель не подтверждалась, была разработана другая модель зависимости межпоколенных трансфертов от стадии жизненного цикла [Cheal 1983]. Согласно этой модели основной принцип межпоколенных трансфертов — последовательность. В течение жизненного цикла человек накапливает ресурсы, и, таким образом, его возможности как донора также растут, а перераспределение ресурсов происходит так, что каждое предыдущее поколение помогает следующему, за исключением особых случаев (плохое здоровье и проч.) — тогда направление трансфертов может измениться [Moore 1966, Riley 1971].

Общее в обоих вариантах модели то, что в молодости люди являются акцепторами, а в среднем возрасте — донорами. Отличие касается пожилых людей: в первом случае они являются акцепторами, а во втором — донорами. Ниже мы рассмотрим то, какие из моделей подтверждаются эмпирическими исследованиями.

### **Социологические теории**

Социологи, наряду с экономистами, исследуют межпоколенные трансферты и с точки зрения мотивов, и с точки зрения стадии жизненного цикла, однако помимо этих двух в рамках социальных наук были разработаны некоторые другие концепции. В данной работе будут рассмотрены теория социальных сетей и теория реципрокности.

#### ***Теория социальных сетей***

Теорию социальных сетей для анализа межпоколенных трансфертов применила Г. В. Градосельская [Градосельская 1999]. Социальные сети при данном подходе рассматриваются как совокупность связей, по которым передаются различного рода ресурсы. Г. В. Градосельская использует понятие «социальный капитал» в интерпретации Дж. Коулмена, то есть указывает, что он «приравнивается к сумме связей актора с другими акторами и является посредником для мобилизации чужих ресурсов» [Градосельская 1999: 156].

Среди основных видов трансфертов, передаваемых по сетям, Г. В. Градосельская отмечает следующие: (1) денежные; (2) труд; (3) продукты и вещи; (4) информация и связи. Для каждого вида ресурсов выделяются следующие типы домохозяйств, участвующих в обмене: (1) донор (только отдаёт данный ресурс и ничего не получает); (2) реципиент (только получает данный ресурс и ничего не отдаёт); (3) обмен (и получает, и отдаёт данный трансферт); (4) независимый (вообще не участвует в обмене данным ресурсом) [Градосельская 2001].

При пересечении различных видов ресурсов и типов домохозяйств обнаруживаются различные типы сетевых акторов (табл. 1).



Таблица 1

**Типология сетевых акторов**

ДД — доноры денег	ДП — доноры продуктов	ДС — доноры по связям (информации)	ДТ — доноры труда (услуг)
ПД — потребители денег	ПП — потребители продуктов	ПС — потребители связей	ПТ — потребители труда
ОД — обмен деньгами	ОП — обмен продуктами	ОС — обмен связями	ОТ — обмен трудом
НД — независимые по деньгам	НП — независимые по продуктам	НС — независимые по связям	НТ — независимые по труду

Источник: [Градосельская, 1999].

Зная структуру сети и тип каждого сетевого актора, можно построить графическую картину передачи трансфертов в сети, анализ которой позволяет выявить взаимосвязи между различными видами потоков. Кроме того, возможен анализ такой структуры по стратификационным переменным. Например, построение графов с учётом дохода домохозяйства (по квартилям) позволило обнаружить, что самые богатые являются ключевым звеном в цепи независимо от типа передаваемых трансфертов — материальных или нематериальных. Аналогичным образом модель позволяет проводить анализ по другим переменным (пол, стадия жизненного цикла и проч.) и выявлять закономерности.

**Теория реципрокности**

Понятие реципрокности ввёл в научный оборот антрополог Карл Поланьи. Он использовал этот термин для обозначения одной из форм — наряду с перераспределением и обменом — интеграции хозяйства и трактовал реципрокность как «перемещения между соответствующими точками в симметричных группах» [Поланьи 2002: 68 ].

Для анализа частных трансфертов понятие реципрокности применила С. Ю. Барсукова [Барсукова 2004]. В её понимании реципрокность — это прежде всего нерыночные обмены между домохозяйствами. Среди основных функций дарения как межсемейного обмена С. Ю. Барсукова выделяет следующие:

- экономическая взаимопомощь, кооперация усилий и средств;
- создание системы неформального кредитования;
- установление стабильных отношений и контактов, как равноправных, так и доминантных;
- подтверждение социального статуса семьи;
- моральная поддержка в рамках сети, скорая психологическая помощь;
- трансляция этических ценностей, религиозных и этнических традиций.

Исследователь подчеркивает отличие реципрокных отношений от патрон-клиентских и от отношений товарного обмена. Она проводит сравнение по ряду критериев, хотя, на наш взгляд, основные отличия состоят в цели этих отношений: максимизация прибыли (товарный обмен), получение дополнительных выгод от позиции в иерархии (патрон-клиентские отношения), выживание сообщества (реципрокные отношения), а также в структурной основе (деперсонифицированные контакты, вертикальные и горизонтальные сети соответственно).

Из несходства целей реципрокных и других видов отношений также вытекают и общие различия в экономических и социологических теориях межпоколенных трансфертов. Если в первых, идёт ли речь о модели альтруизма или модели обмена, основной целью обмена является максимизация полезности, то во вторых возможны и другие цели, например, выживание сообщества, как при реципрокных отношениях. Однако социологи, изначально предполагая множественность мотивов трансфертов, прямо не выдвигают собственные модели, акцентирующие такие мотивы.

С. Ю. Барсукова также выделяет различные типы трансфертов [Барсукова 2004]:

- продуктовые трансферты (продукты питания и вещи, включая товары длительного пользования);
- денежные трансферты (деньги, переданные в дар, то есть безвозмездно);
- долговые трансферты (одалживаемые суммы и отдаваемые в счёт погашения долга);
- трудовые трансферты (трудовая помощь).

Помимо составления теоретической схемы нерыночных обменов между домохозяйствами, автор исследования также тестирует её на практике, о чём и пойдёт речь ниже, при рассмотрении российских эмпирических исследований в области межпоколенных трансфертов.

## **Обзор эмпирических исследований, посвящённых проблеме межпоколенных трансфертов**

### **Российские исследования**

Мы уже упоминали, что тема межпоколенных трансфертов пока не получила широкого распространения среди российских исследователей. Кроме того, из множества возможных ракурсов данного объекта зачастую избираются только два: механизмы взаимопомощи в сельской местности и роль пожилых людей в межпоколенных отношениях. Ввиду этого рассмотрим российские эмпирические исследования, посвящённые интересующей нас теме, выделяя три группы: пожилые люди в межпоколенных отношениях, межпоколенная поддержка в сельской местности и общие исследования межпоколенных трансфертов.

#### ***Пожилые люди в межпоколенных отношениях***

Исследование, проведённое в 1997 г. М. Б. Денисенко, касается изучения благосостояния, а также семейных трансфертов пожилых людей [Денисенко 1999]. Автор использует понятие «трансферт» в широком смысле, включая в него и межсемейные, и внутрисемейные обмены, а также — между и родственниками, и не родственниками. В упомянутой работе отдельно изучались несколько видов трансфертов: финансовая помощь, заём и предоставление денег в долг, материальная помощь, инструментальная поддержка.

Основные потоки **финансовых трансфертов** направлены от пожилых людей: оказывали такого рода помощь 26,5% опрошенных, а получали только 8%; среднее значение переданных пожилыми людьми трансфертами (за месяц, предшествующий опросу) — 8193 рубля, а полученных — 264 рубля.

Частота предоставления кредита пожилым людям и одалживания средств ими примерно одинакова, однако средние объёмы потоков значительно отличаются в пользу кредитов от пожилых людей — 260,3 и 94,5 рубля.

Материальные трансферты (исключая продукты питания) более распространены, чем денежные, причём наиболее активный обмен подобными ресурсами происходит между родителями, детьми и внуками. Однако и здесь нисходящие трансферты значительно превышают восходящие.

Довольно широко распространена и инструментальная помощь. Пожилым женщинам она оказывается чаще, чем мужчинам; наиболее редко её получают «одинокки», которые в большинстве своём исключены из сети интенсивного обмена. Пожилые семейные пары, как правило, получают **инструментальную помощь** от близких родственников, а «одинокки» — от посторонних людей, среди которых значительна доля как доноров соседей, знакомых и проч.

Ещё одно исследование, проведенное Е. И. Ивановой, также было посвящено роли межпоколенных трансфертов в жизни пожилых людей, однако в этом случае рассматривались только жители сельской местности [Иванова 2002]. Совмещение количественных и качественных методов сбора данных позволило получить разнообразные результаты.

Большую часть опрошенных можно отнести к малообеспеченным слоям населения — 65% пожилых людей считают себя бедными и не очень обеспеченными. Однако финансовую помощь от своих близких получает только треть из них, тогда как более половины сами помогают деньгами, преимущественно своим детям и внукам. Таким образом, финансовые трансферты движутся, по большей части, от старших к младшим (нисходящие потоки).

Потоки материальных трансфертов примерно равноценны, такого рода помощь получает примерно половина пожилых людей. Практически все представители старшего поколения нуждаются в тех или иных видах инструментальной поддержки, однако получают её от своих близких далеко не все.

Результаты количественного и качественного исследований показали, что только около половины респондентов надеются на помощь со стороны своих ближайших родственников. Другая половина либо имеет альтруистские установки на содействие детям и внукам, надеясь на поддержку с их стороны только в случае крайней необходимости, либо сохраняют с ними отношения на основе специфических, индивидуальных для каждого респондента мотивов.

Последнее исследование в данном блоке обзоров, проведенное О. Красновой, изучает роль пожилых людей в семье и обществе [Краснова 1999]. Автор уделяет особое внимание роли пожилых людей (в большей мере женщин) в оказании помощи по уходу и воспитанию внуков. В работе разработана типология бабушек в зависимости от степени их вовлечённости в исполнение данной роли. В целом такая помощь представителей старшего поколения расценивается как очень важная для их детей.

### ***Межпоколенная поддержка в сельской местности***

В исследовании О. В. Лыловой изучалась неформальная взаимопомощь в сельском сообществе [Лылова 2002]. Результаты показали, что вовлечённость семей в неформальную сеть имеет широкие масштабы: только 18% людей не занимали и не одалживали деньги; 5% не обменивались услугами; 4,5% не просили помощи в повседневных домашних делах; практически не было ни одной семьи, которая не прибегала бы к поддержке при работе на личном подворье и при обсуждении важных вопросов. Причём в данной сети одни и те же домохозяйства совмещали роли и доноров, и акцепторов, хотя обмен не всегда являлся прямым (скорее здесь применимо понятие реципрокности).

Согласно исследованию О. В. Лыловой (2002) особенно выделяются в сельской местности связи между родителями и детьми. Если раньше родители традиционно являлись донорами нефинансовой помощи детям (передача продуктов, совместное выполнение работ по дому и на приусадебном

участке, уход за малолетними детьми), то сейчас всё значимей становится роль родителей как доноров финансовой поддержки. В обратном же направлении чаще всего передаются трудовые трансферты. Причём они представляют собой не только ответ детей на полученную помощь, но и действительно необходимый ресурс для родителей, без которого они не могут вести хозяйство (заготовка корма для скота, привлечение социального капитала детей: «достать трактор» или «договориться с сослуживцем, у которого есть мотоцикл» и проч.).

Изучению механизмов взаимоподдержки в российском селе посвящено и исследование О. П. Фадеевой, показавшее аналогичные результаты [Фадеева 1999]. Обмены между родителями, детьми и внуками имеют наибольший удельный вес. Причем основное направление трансфертов опять же — от старших к младшим: «В сознании многих людей сложился чёткий стереотип: молодой семье, только что образовавшейся либо уже обзаведшейся маленькими детьми, обязаны прийти на помощь родители. Родительские пары (с той и другой стороны) организуют свадьбу, вытаскивают из “запасников” заготовленные на этот случай приданое и деньги. Зачастую при их непосредственном участии решаются проблемы с жильём для молодых и его обстановкой. Не редкость, когда родительская помощь становится мощным фактором жизнеобеспечения уже отделившихся под свою крышу детей» [Фадеева 1999: 191].

В ответ дети, как правило, помогают родителям собственным трудом или продуктовыми трансфертами (если они имеют собственное хозяйство), чтобы рационализировать структуру производства, позволяющую удовлетворить потребности нескольких семей и способную обеспечивать бесперебойный график получения мясных и молочных продуктов. Если дети живут в городе, они могут в обмен на продуктовые трансферты родителей передавать денежные.

Таким образом, исследования показывают, что в сельской местности трансфертный обмен в обоих направлениях очень интенсивен и имеет широкий масштаб, хотя основной поток трансфертов направлен от старших к младшим.

### **Общие исследования межпоколенных трансфертов**

В работе С. Ю. Барсуковой представлены результаты исследования «Неформальная экономика городских и сельских домашних хозяйств: реструктурирование сетей межсемейного обмена», в котором межсемейные взаимодействия изучались с помощью сбора информации трёх видов: сетевых бюджетов, графических изображений сети и интервью, посвящённых сетевой тематике [Барсукова 2004]. Такое совмещение методов позволило получить результаты по широкому кругу вопросов. Отметим те из них, которые касаются межпоколенных трансфертов.

Сеть выступает перераспределительным механизмом, выравнивающим жизненные возможности своих участников. Семья, как правило, получает помощь более зажиточных и поддерживает менее обеспеченных. В одной материальной нише донорство усиливается по мере взросления супругов. В отличие от сельских молодых семей городские являются радикальными реципиентами, независимо от своего материального положения. Молодым оказывают содействие даже тогда, когда экономическое положение семей диктует противоположную направленность потоков в сетях. От старших к младшим также идут трудовые трансферты в виде помощи по уходу и воспитанию внуков; в семьях, где есть внуки, степень донорства старшего поколения выше. Вновь результаты показывают, что нисходящие трансферты доминируют<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Не описывая результатов, отметим, что данный вывод подтверждается и в работе Е. И. Ивановой и Е. А. Смирновой, где вопрос выявления межпоколенных трансфертов изучается с точки зрения конфликта между поколениями [Иванова, Смирнова 2003].

Г. В. Градосельской было проведено изучение обмена частными трансфертами по социальным сетям [Градосельская 1999]. Основная задача этого исследования — выявление соотношения потоков различных видов трансфертов, а также характеристик позиций ключевых акторов социальной сети. Эта тема много шире межпоколенных обменов трансфертами, поэтому покажем полученные результаты кратко.

Интересно, что центральной вершиной обмена и деньгами, и продуктами являются доноры денег, среди которых большая доля руководителей; средний доход представителей этой группы достаточно высокий. Наиболее интенсивный поток связывает доноров денег с группой потребителей денег. Среди них гораздо меньше руководителей; средний доход также значительно меньше, чем в предыдущей группе. Следующий по интенсивности поток связывает доноров денег с потребителями продуктов, среди которых большая доля рабочих; средний доход еще ниже. Таким образом, выявляются значительные социально-демографические различия между представителями каждой из вершин. Подробный анализ интенсивности потоков, структуры их взаимосвязей и характеристик звеньев цепи позволяет получить важные содержательные результаты.

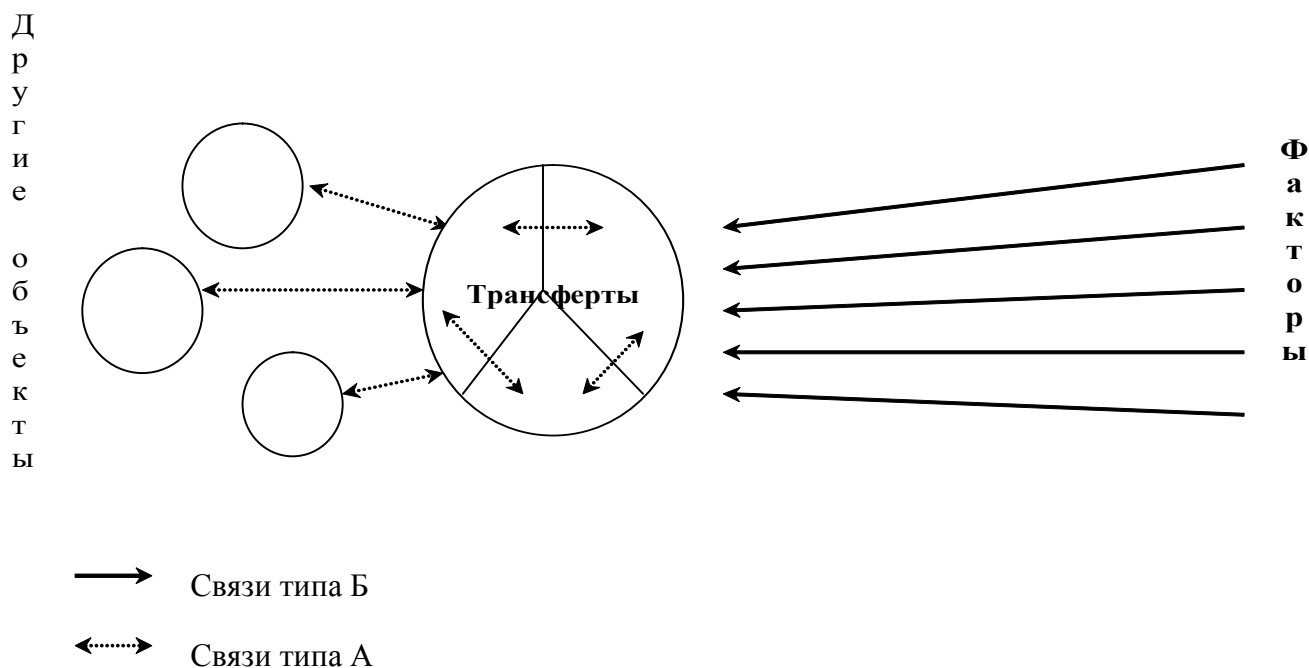
Работа Е. В. Гладниковой была посвящена построению типологии семей по их участию в межсемейных трансфертах, а также выявлению факторов, определяющих их объем, и сделана на основе данных исследования «Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе (РидМиЖ)», проведенного в рамках международной программы «Generation and Gender Survey» («Поколения и гендер»; GGS) [Гладникова 2007]. В результате автор пришла к выводам, что «в современной России распространена система частной межпоколенной поддержки, при которой в основном каждое последующее поколение передает материальную помощь предыдущему. Эта помощь имеет избирательный характер: чаще она оказывается наиболее нуждающимся реципиентам, обладающим высоким уровнем образования, обучающимся в учебных заведениях, не имеющим партнёров, проживающим в городской местности и пр. Обратная же помощь от детей к родителям встречается гораздо реже и слабо зависит от материальных нужд принимающей стороны. Определяющими здесь являются такие параметры представителей старшего поколения, как пожилой возраст, отсутствие партнёра и наличие высшего образования (высокий уровень социального капитала)» [Гладникова 2007: 146]

### **Западные исследования**

Как уже отмечалось, среди западных исследователей по сравнению с российскими учёными проблема межпоколенных трансфертов получила гораздо большее распространение; в данной области разработаны различные теоретические концепции, проведено также множество эмпирических исследований, рассматривающих трансферты с разных точек зрения.

Надо сказать, что проблемой трансфертов на Западе интересуются не только социологи, но (возможно, даже в большей степени) и экономисты и демографы. Вследствие этого существует немало работ, отличающихся друг от друга использованием разнообразных подходов и методов. Однако если в России в основном распространены исследования трансфертов с помощью методов сетевого, дескриптивного<sup>4</sup>, а также качественного анализом, то в западных работах преобладают те, в которых используется построение более сложных моделей (регрессионных, пробит-моделей, тобит-моделей и проч.). Вероятно, такое различие объясняется разным уровнем исследований данного объекта: в российской науке трансферты только начинают завоевывать интерес широкого круга учёных (поэтому необходимо сначала выявить общие тенденции), тогда как на Западе данный объект достаточно глубоко изучен (интерес представляют уже более мелкие детали, отдельные стороны обмена трансфертами).

<sup>4</sup> Анализ с применением одномерных и многомерных частотных распределений, методов сравнения средних и т. п.



**Рис. 1. Структурная схема межпоколенных трансфертов**

На рис. 1 представлена схема изучаемого объекта — трансфертов. Во-первых, на трансферты (их передачу/не передачу, получение/не получение, регулярность, объём и проч.) влияет ряд факторов, обозначенный как связи типа Б. Однако внутри самого объекта также существуют различные связи: как правило, это соотношения между различными видами трансфертов. Эти связи, а также взаимовлияния трансфертов и других, внешних по отношению к ним объектов (например, инвестиции в человеческий капитал), обозначены как связи типа А.

Очевидно, что при рассмотрении трансфертов практически все исследователи в той или иной степени изучают оба типа связей. Однако удобнее будет рассматривать исследования, опираясь на некоторую схему. В качестве таковой мы предлагаем схему, представленную на рис. 1. Поскольку основная цель — выявить факторы, влияющие на трансферты, более подробно обзор будет касаться исследований, сконцентрированных на связях типа Б. Однако необходимо помнить, что это деление является структурно-аналитическим и введено лишь в целях удобства представления множества разнообразных исследований. В действительности большинство работ затрагивают и то, что влияет на трансферты, и то, как соотносятся разные типы трансфертов.

Начнём с рассмотрения различных видов межпоколенных трансфертов в эмпирических исследованиях (связи типа А).

***Материальные и временные трансферты (по типу передаваемой помощи)***

Данное разделение также можно встретить как противопоставление финансовых и трудовых трансфертов. Независимо от выбора названия суть остается одинаковой: помощь может быть оказана в виде выполнения какой-либо деятельности или в виде передачи материальных ресурсов (в форме денег или товаров). Кроме того, что каждый из этих видов трансфертов представляет интерес сам по себе<sup>5</sup>, учёных зачастую занимает то, как соотносятся эти виды помощи и от чего они зависят.

<sup>5</sup> Например, в данной работе будут рассмотрены только материальные трансферты.

Данную проблему изучал, в частности, канадский исследователь Дэвид Чил [Cheal 1983]. Он рассматривал межпоколенный обмен трансфертами с точки зрения того, что превалирует: денежные трансферты или передача товаров и услуг<sup>6</sup>, и от чего это зависит. Далее, когда будут рассматриваться результаты исследований влияния на трансферты различных факторов, мы остановимся подробнее на детерминантах финансовых и нефинансовых трансфертов, которые выявил Чил в своём исследовании. Пока же лишь упомянем, что, как правило, эти два вида помощи являются субститутами [Cheal 1983].

Также проблема соотношения временных и материальных трансфертов затрагивается в исследовании американских учёных К. Коуча, М. Дали и Д. Вольфа, посвящённом передаче ресурсов старшему поколению [Couch, Daly, Wolf 1999]. Авторы интересуют, какого рода поддержку дети оказывают своим родителям: денежная помощь; время (трудовые трансферты); оба типа трансфертов. Здесь опять же был выявлен ряд характеристик, оказывающих различное влияние на каждый из видов помощи, такие как структура семьи, доход и проч. Подробнее мы рассмотрим это ниже, когда будем говорить о каждом из этих факторов.

### **Совместное проживание с родителями (как вид помощи детям) и трансферты после ухода детей из родительского дома (по критерию совместного/несовместного проживания участников обмена)**

В данной работе будут рассматриваться трансферты лишь между родителями и детьми, живущими отдельно. На самом же деле при совместном проживании происходит ещё более тесный обмен — и эмоциональный, и трудовой, и финансовый, и зачастую в таком случае изучать опросными методами межпоколенный обмен трансфертами невозможно в силу ряда причин. В этих семьях, во-первых, как правило, существует общий бюджет; во-вторых, случаи передачи и получения помощи настолько часты, что их сложно зафиксировать. Однако сам факт совместного проживания можно учесть в качестве трансфертов и исследовать. В первую очередь как значительную помощь нужно рассматривать совместное проживание с родителями детей, пока не обеспечивающих себя материально, и пожилых родителей, которые уже не в состоянии жить самостоятельно.

Нам неизвестны работы, где проживание престарелых родителей с детьми рассматривалось бы в качестве одного из видов трансфертов, тогда как исследования соотношения финансовых трансфертов детям, живущим отдельно, и совместного проживания с ними встречаются. Например, среди прочих данный вопрос освещён в работе американских учёных Е. Ли, В. Пэриша и Р. Виллиса, посвящённой изучению межпоколенной поддержки на Тайване [Lee, Parish, Willis 1994]. Авторы утверждают, что данный тип трансфертов по-прежнему играет важную роль для детей, хотя в долгосрочном периоде складывается тенденция к более раннему отделению молодого поколения от родителей<sup>7</sup>. Среди детерминант, определяющих выбор совместного проживания детей с родителями или получения денежной помощи при раздельном проживании, основными являются доход и культурные особенности. Чем ниже доход представителя младшего поколения, тем более вероятно совместное проживание с родителями; чем выше доход, тем вероятнее получение трансфертов при раздельном проживании.

Этот же вопрос изучается американскими учёными Марком Розенцвайгом и Кеннетом Волпиным [Rosenzweig, Wolpin 1993]. В их работе рассматриваются только молодые мужчины и их родители, однако полученные результаты аналогичны приведённым выше, хотя, кроме дохода и культурных факторов, авторы также отмечают важную роль ещё одной переменной — учится ли ребенок. Ситуация,

<sup>6</sup> Несколько иная группировка: товары объединены не с денежными трансфертами, а с услугами, то есть — фактически — разделяются финансовые и нефинансовые трансферты.

<sup>7</sup> Надо сказать, что эта же тенденция прослеживается и в России, и в Америке; см.: [Синявская, Гладникова 2007; Michael, Fuchs, Scott 1980].

когда молодой человек учится, увеличивает вероятность совместного проживания с родителями, а если нет, возрастает вероятность получения материальной помощи при раздельном проживании.

### **Частные и государственные трансферты (по типу донора)**

Все предыдущие виды поддержки, как правило, изучаются с помощью данных выборочных опросов, тогда как государственные трансферты чаще всего исследуются на макроуровне. С их помощью можно сравнить потоки разных видов трансфертов в масштабе страны. Подобный анализ провели в 1982 г. американские учёные Дж. Лиллидал и Л. Сигнелл [Lillydahl, Signell 1982]. Согласно их данным, в США в 1977 г. объём государственных трансфертов увеличился на 62,5% по сравнению с 1970 г., тогда как объёмы межсемейных и внутрисемейных трансфертов сократились на 8,3 и 15,1%, соответственно. Таким образом, наблюдается явная тенденция замещения межсемейной помощи государственной, хотя темп роста последней значительно выше темпа снижения первой<sup>8</sup>. Однако не стоит забывать, что здесь учитываются только денежные межсемейные трансферты, тогда как не исключено, что трудовая помощь между домохозяйствами или иные виды поддержки могут возрастать.

Степень влияния государственных трансфертов на частные выявляется при сравнении стран, где существуют различные системы государственной поддержки. В работе французских учёных К. Аттас-Донфут, Дж. Огга и Ф. Вольфа проведено сравнение межпоколенных временных и финансовых трансфертов в европейских странах и выявлены некие общие модели для одних стран, а также различия в моделях для других [Attias-Donfut, Ogg, Wolff 2005]. Одним из значимых факторов оказалась степень государственной поддержки пожилого населения. В государствах, где предоставляются меньшие пенсии, передаются большие трансферты от детей к родителям. Это означает, что частные и государственные трансферты являются в какой-то степени субститутами, и недостаток одних компенсируется ростом других.

Влияние различных факторов на межпоколенные трансферты (**связи типа Б**) в эмпирических исследованиях изучается разными способами. Некоторые из исследований имеют задачу выяснить, оказывает ли влияние какой-то конкретный фактор (например, занятость женщин), другие рассматривают ряд независимых переменных с целью выделить значимые.

Рассмотрим основные из выделяемых факторов.

### **Стадия жизненного цикла участников трансфертного обмена**

Стадия жизненного цикла — один из главных параметров, которые отмечают среди влияющих на трансфертное поведение. Напомним, что согласно модели жизненного цикла, описанной выше, люди, для того чтобы сгладить своё потребление в течение жизни в молодости и пожилом возрасте, имея текущий доход ниже перманентного, являются заёмщиками (акцепторами в терминологии трансфертов), а в среднем возрасте, имея текущий доход выше перманентного, — заимодателями (донорами в терминологии трансфертов). Многие исследователи тестируют эту модель и получают различные результаты. Однако в большинстве случаев она подтверждается лишь частично.

Дэвид Чил, уже упоминавшийся выше в связи с разделением трудовых и финансовых трансфертов, является одним из тех учёных, которые изучали изменение трансфертного поведения с течением жизненного цикла в Канаде. Его исследования подтвердили, что в молодости люди действительно в большинстве случаев являются акцепторами, то есть получают трансферты от старшего поколения [Cheal 1983]. Однако он также обнаружил, что в старших возрастах эта тенденция не выполняется:

<sup>8</sup> Аналогичными данными по России автор не располагает. Однако подобный анализ лежит в сфере, смежной рассматриваемой в данной работе, поэтому, возможно, станет предметом дальнейших наших исследований.



большинство людей и среднего, и пожилого возраста оказывают помощь детям, то есть являются донорами. В результате автор делает вывод о том, что в целом обязательства представителей старшего поколения помогать младшим сильнее, чем обязательства представителей младшего поколения помогать старшим.

Ещё одно важное наблюдение, сделанное Чилом, касается того, что возможности передачи трудовой помощи уменьшаются с возрастом, причём более высокими темпами, чем возможности передачи финансовой поддержки. Это верно и для частоты оказания помощи, и для объёмов трансфертов.

Более раннее исследование, проведённое в США, показало, что финансовые трансферты чаще передаются от старших к младшим (причём независимо от дохода старших), а нефинансовые трансферты чаще — от старших к младшим, если у старших высокий доход, и от младших к старшим, если низкий [Streib 1958].

Исследование трансфертного поведения в России<sup>9</sup> западными учёными показывает, что у нас также основной поток материальных трансфертов направлен от старших к младшим [Kuhn, Stillman 2002].

Очевидно, что в большинстве исследований модель жизненного цикла подтверждается лишь частично — относительно преимущественного акцепторства молодых людей и донорства людей среднего возраста. Акцепторство людей пожилого возраста не подтверждается, хотя существует ряд работ, в которых отмечается, что после определённого возраста (примерно 65 лет) передача трансфертов становится более редкой и меньшей по объёму, хотя «чистые» трансферты продолжают быть отрицательными [Cheal 1983], то есть переданные превышают полученные<sup>10</sup>.

### **Доход участников трансфертного обмена**

Доход участников трансфертного обмена и стадия их жизненного цикла являются двумя основными детерминантами. Именно на основе предположений об их влиянии строятся основные теоретические концепции межпоколенных трансфертов. Модели жизненного цикла — это, по сути, структурированный набор гипотез о том, как меняются трансферты в зависимости от возраста участников, а модели мотивов передачи трансфертов — набор гипотез о том, как меняются трансферты в зависимости от доходов участников.

Множество исследователей-экономистов пытались проверить модели обмена и альтруизма, используя эмпирические данные. Обратная зависимость между доходом реципиента и вероятностью передачи ему трансфертов свидетельствует о наличии модели альтруизма; модель обмена предполагает, что контакты детей с родителями положительно зависят от объёма потенциально наследуемого имущества [Sloan, Zhang, Wang 2002]. Строго говоря, на практике не подтверждается ни одна из моделей, однако с некоторыми допущениями все-таки результаты свидетельствуют в пользу модели альтруизма [McGarry, Schoeni 1995]. Это подтверждают выводы о том, что трансферты скорее зависят от нужд акцептора, чем от возможностей донора<sup>11</sup>.

Однако есть и исследования, подтверждающие модель обмена, см., например: [Cox, Rank 1993], где приводятся результаты о положительной связи между переданными детям материальными трансфертами и полученными от них нематериальными трансфертами.

<sup>9</sup> По данным РМЭЗ.

<sup>10</sup> Отметим, что модель жизненного цикла в классическом понимании не предполагает существования государственных трансфертов (пенсий). В их отсутствие, вероятно, пожилые люди были бы акцепторами.

<sup>11</sup> О нисходящих трансфертах см.: [Rosenzweig, Wolpin 1994; Wolff, Spilerman, Attias-Donfut 2005]; о восходящих — [Couch, Daly, Wolf 1999].

Интересная идея о том, как может быть изучено влияние дохода на трансферты, содержится в исследовании американских учёных, проведённом на данных Российского мониторинга экономики и здоровья населения [Kuhn, Stillman 2002]. Располагая панельными данными, авторы рассчитали перманентный доход (средний за годы проведения исследования) и транзиторный доход (разность между текущим доходом в данном году и средним за все годы), что позволило выявить отдельно влияние каждой из этих составляющих дохода. В результате получилось, что перманентный доход оказывает более сильное влияние на вероятность и получения, и передачи трансфертов (отрицательное в первом случае и положительное во втором), а также на объём полученных трансфертов. Помимо этого авторы выявили множество различий во влиянии двух составляющих дохода в зависимости от ступени жизненного цикла респондента и структуры его семьи. Эти данные позволяют прояснить многие закономерности (например, пожилые люди обычно являются донорами, что подтверждают многие исследования, однако, когда они испытывают материальные трудности в краткосрочном периоде, то становятся акцепторами).

### **Параметры занятости участников трансфертного обмена**

Среди параметров занятости, как правило, рассматривается влияние ставки заработной платы на трансферты. Коуч, Дали и Вольф установили, что чем выше ставка заработной платы представителей младшего поколения, тем большие финансовые и меньшие трудовые трансферты они передают представителям старшего [Couch, Daly, Wolf 1999]. Авторы дают этому объяснение в терминах цены времени. С одной стороны, с ростом зарплаты время детей становится дороже, что приводит к снижению вероятности тратить его на помощь родителям. С другой — с ростом зарплаты (при фиксированном количестве отработанных часов) общий доход увеличивается, что приводит к высвобождению дополнительных средств, которые могут быть переданы родителям в виде финансовых трансфертов.

### **Структура семьи**

Среди исследователей, изучающих взаимосвязи между различными переменными и межпоколенными трансфертами, существуют междисциплинарные предпочтения: если влияние первых двух из перечисленных факторов (стадия жизненного цикла и доход участников трансфертного обмена) изучается практически во всех исследованиях межпоколенных трансфертов, то параметры занятости, как правило, интересуют в большей степени экономистов, а на влияние структуры семьи чаще обращают внимание социологи и демографы.

В частности, взаимосвязь экономического благосостояния семьи, её структуры и частных трансфертов исследовал американский социолог Лингксин Хао [Hao 1996]. Он выявил три основных параметра структуры семьи, которые необходимо учитывать: первый брак или повторный; брак или неформальный партнёрский союз; воспитание ребёнка мужчиной или женщиной без партнёра. Например, одинокая женщина, воспитывающая ребёнка, с меньшей вероятностью получает трансферты, чем семейная пара. Это может быть обусловлено рождением нежелательного для родственников ребёнка вне брака, что приводит к разрыву или ослаблению связи с родителями. Также исследование показало, что впервые женатые люди (по сравнению с людьми, состоящими в повторном браке), а также официально женатые люди чаще получают трансферты<sup>12</sup>; кроме того, эти трансферты оказывают больший положительный эффект на рост благосостояния семьи. Автор объясняет это разным отношением родителей: и второго супруга, и партнёра, с которым отношения не зарегистрированы, родители приемлют реже. Все эти выводы о вероятности получения трансфертов от родителей верны для семей, в которых есть собственные дети.

<sup>12</sup> Аналогичные результаты получены одним из российских исследований; см.: [Елисеева, Прокофьева, Фести 1999].

Ещё одно исследование, в котором рассматриваются трансферты в обратном направлении — от детей к родителям — показывает, что структура семьи старшего поколения также оказывает влияние на помощь [Couch, Daly, Wolf 1999]. Например, овдовевшие матери получают бóльшие и материальные, и трудовые трансферты. Среди значимых факторов, характеризующих представителей младшего поколения, авторы выделяют число собственных детей в возрасте 0–18 лет; с увеличением числа детей в возрасте 0–18 лет объём финансовых трансфертов родителям уменьшается.

Исследование Розенцвайга и Волпина также указывают на то, что наличие детей у женщины способствует получению бóльших трансфертов от родителей [Rosenzweig, Wolpin 1994]. Таким образом, данный фактор увеличивает объём нисходящих межпоколенных трансфертов и уменьшает объём восходящих.

### **Гендерные и культурные аспекты**

Последняя группа факторов — гендерные и культурные характеристики, — как и предыдущая, в основном исследуется социологами. Изучение гендерных различий показывает, что контакты между дочерьми и родителями теснее, чем между сыновьями и родителями, будь то передача трансфертов от старшего поколения [Нао 1996] или встречи [Regnier-Loilier 2006].

Исследование, проведённое на Тайване [Lee, Parish, Willis 1994], дало несколько иной результат: сыновья обычно помогают родителям в зависимости от материального благосостояния последних, тогда как помощь дочерей обычно отвечает неким специальным нуждам (помощь овдовевшей матери или другие специфические ситуации)<sup>13</sup>.

Различия в межпоколенных трансфертах также обусловлены культурными особенностями. Этот эффект ярко проявился при исследовании помощи родителей детям среди мигрантов во Франции [Wolff, Spilerman, Attias-Donfut 2005]. Параметры трансфертов отличались среди мигрантов-мусульман и не мусульман. Например, влияние такого фактора, как наличие братьев и сестёр, на вероятность помощи от родителей различалось почти в десять раз: среди не мусульман наличие каждого дополнительного брата или сестры снижает вероятность на 4,9%, а среди мусульман — на 0,5%. В целом среди мусульман по сравнению с не мусульманами решение о передаче нисходящих трансфертов в меньшей степени зависело от возможностей родителей, а в большей — от потребностей детей.

О важной роли культурных факторов свидетельствует также уже упоминавшееся выше исследование на Тайване [Lee, Parish, Willis 1994]. Несмотря на то что в этом регионе в связи с развитием системы государственной поддержки происходят изменения в принципах межпоколенных взаимоотношений, многие традиционные культурные нормы остаются по-прежнему сильны (строгие обязательства взрослых детей заботиться о своих родителях).

\* \* \*

В России актуальность изучения межсемейной взаимопомощи в целом и межпоколенной поддержки в частности возрастает в связи с изменением пенсионной системы. В новых условиях ответственность человека за накопление своей будущей пенсии увеличивается. Для того чтобы понять, как люди поведут себя в такой ситуации, необходимо знать механизм частных межпокольных трансфертов, так как результаты исследований показывают, что частные и государственные<sup>14</sup> трансферты являются субститутами [Attias-Donfut, Ogg, Wolff 2005].

<sup>13</sup> Здесь играют важную роль специфические культурные особенности межпокольных отношений на Тайване.

<sup>14</sup> Основную часть государственных трансфертов составляют пенсии.

Обзор существующих подходов показывает, что есть разработанная теоретическая база исследования трансфертов: в экономике это сложные эконометрические модели, тогда как в социологии — ряд отдельных подходов, рассматривающих проблему с различных точек зрения. Однако при всей актуальности проблемы частных трансфертов, а также наличии теоретических подходов, она пока не получила широкого распространения среди российских исследователей.

## Литература

- Барсукова С. Ю. 2004. *Нерыночные обмены между российскими домохозяйствами: теория и практика реципрокности*. Препринт WP4/2004/02. Серия WP4. Социология рынков. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Гладникова Е. В. 2007. Межпоколенные трансферты: направление, участники и факторы, их определяющие. *Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры (SPERO)*. 7 (осень–зима). [http://spero.socpol.ru/docs/N7\\_2007-125-148.pdf](http://spero.socpol.ru/docs/N7_2007-125-148.pdf)
- Голофаст В. Б. 2006. Семья в крупном городе. В сб.: Голофаст В. Б. *Социология семьи. Статьи разных лет*. СПб.: Алетейя; 17–236.
- Градосельская Г. В. 1999. Социальные сети: обмен частными трансфертами. *Социологический журнал*. 1/2: 156–163.
- Градосельская Г. В. 2001. *Анализ социальных сетей*. Автореферат на соискание ученой степени кандидата социологических наук. На правах рукописи. Москва. <http://ecsocman.edu.ru/db/msg/174950.html>
- Денисенко М. Б. 1999. Благополучие и трансферты пожилых людей в городах России (по материалам обследований в Нижнем Новгороде, Орле и Твери). Тезисы доклада. В сб.: Моисеенко В. М. (науч. ред.). *Демографические и социально-экономические аспекты старения населения. Вторые Валентеевские чтения*. Москва. МГУ. 18–19 ноября. В 2 кн. М.: Диалог-МГУ. Кн. 1: 150–161.
- Елисеева И. И., Прокофьева Л. М., Фести П. 1999. Влияние развода на межпоколенные контакты. Тезисы доклада. В сб.: Моисеенко В. М. (науч. ред.). *Демографические и социально-экономические аспекты старения населения. Вторые Валентеевские чтения*. Москва. МГУ. 18–19 ноября. В 2 кн. М.: Диалог-МГУ. Кн. 1: 171–188.
- Иванова Е. И. 2002. *Межпоколенные трансферты и их роль в решении социальных проблем пожилых людей в сельской местности*. The Fifth International Conference on «Public Sector Transition». Association for Studies in Public Economics. St. Petersburg. May 24–25. [http://www.aspe.spb.ru/Papers/24\\_6.pdf](http://www.aspe.spb.ru/Papers/24_6.pdf)
- Иванова Е. И. Смирнова Е. А. 2003. *Риск конфликта между поколениями в современной России: семья, общество, государство*. Итоговый научный отчет. Программа «Социальная политика: реалии XXI века». Москва. <http://www.socpol.ru/grantprog/pdf/Ivanova.pdf>
- Краснова О. Е. 1999. Роль пожилых людей в семье и обществе. В сб.: Моисеенко В. М. (науч. ред.). *Демографические и социально-экономические аспекты старения населения. Вторые Валентеевские чтения*. Москва. МГУ. 18–19 ноября. В 2 кн. М.: Диалог-МГУ. Кн. 1: 189–202.
- Крыштановский А. О. 2006. *Анализ социологических данных с помощью пакета SPSS*. М.: ИД ГУ ВШЭ.

- Лылова О. В. 2002. Неформальная взаимопомощь в сельском сообществе. *Социологические исследования*. 2: 83–86.
- Полян К. 2002. Экономика как институционально оформленный процесс. *Экономическая социология*. 3 (2): 62–73. [http://www.ecsoc.msses.ru/pdf/ecsoc\\_t3\\_n2.pdf](http://www.ecsoc.msses.ru/pdf/ecsoc_t3_n2.pdf)
- Синявская О. В. Гладникова Е. В. 2007. Взрослые дети и их родители: интенсивность контактов. *Демоскоп Weekly*. 30 апреля – 20 мая: 287–288. [http://demoscope.ru/weekly/2007/0287/s\\_map.php#1](http://demoscope.ru/weekly/2007/0287/s_map.php#1)
- Фадеева О. П. 1999. Межсемейная сеть: механизмы взаимоподдержки в российском селе. В сб.: Шанин Т. (ред.) *Неформальная экономика: Россия и мир*. М.: Логос; 183–218.
- Attias-Donfut C., Ogg J., Wolff F. 2005. *European Patterns of Intergenerational Financial and Time Transfers*. [http://www.sc-eco.univ-nantes.fr/~fcwolff/wolff/eja\\_H\\_20.pdf](http://www.sc-eco.univ-nantes.fr/~fcwolff/wolff/eja_H_20.pdf)
- Becker G. S. 1974. A Theory of Social Interactions. *Journal of Political Economy*. 82: 1063–1093.
- Cheal D. 1983. Intergenerational Family Transfers. *Journal of Marriage and the Family*. 45 (4): 805–813.
- Couch K., Daly M., Wolf D. 1999. Time? Money? Both? The Allocation of Recourses to Older Parents. *Demography*. 36 (2): 219–232.
- Cox D. 1990. Intergenerational Transfers and Liquidity Constraints. *The Quarterly Journal of Economics*. 105 (1): 187–217.
- Cox D., Rank M. 1992. Inter-Vivos Transfers and Intergenerational Exchange. *The Review of Economics and Statistics*. 74 (2): 305–314.
- Hao L. 1996. Family Structure, Private Transfers, and the Economic Well-Being of Families with Children. *Social Forces*. 75 (1): 269–292.
- Jellal M., Wolff F. 2006. Gifts, Bequests and Family Incentives. *Economic Letters*. Second revision. March. [http://www.sc-eco.univ-nantes.fr/~fcwolff/wolff/bequest\\_r2.pdf](http://www.sc-eco.univ-nantes.fr/~fcwolff/wolff/bequest_r2.pdf)
- Kuhn R., Stillman S. 2002. *Understanding Interhousehold Transfers in a Transition Economy: Evidence from Russia*. Institute of Behavioral Science. Population Aging Center. Working Paper PAC2002-0003. August.
- Laferrere A., Wolff F. 2006. Microeconomic Models of Family Transfers. Version 2.3 for chapter 11. In: Kolm S. C., Mecier-Ytier J. (eds). *Handbook on the Economic on Giving, Reciprocity and Altruism*. North Holland. <http://www.sc-eco.univ-nantes.fr/~fcwolff/wolff/chapt11.pdf>
- Lee Y., Parish W., Willis R. 1994. Sons, Daughters, and Intergenerational Support in Taiwan. *The American Journal of Sociology*. 99 (4): 1010–1041.
- Lillydahl J., Signell L. 1982. The Scope of the Grants Economy and the Income Distribution: An Examination of Intergenerational Transfers of Income. *American Journal of Economics and Sociology*. 41 (2): 125–139.
- McGarry K., Schoeni R. 1995. Transfer Behavior in the Health and Retirement Study: Measurement and the Redistribution of Recourses within the Family. *The Journal of Human Resources*. 30 (0): S184–S226.

- Michael R. ., Fuchs V. R., Scott S. R. 1980. Changes in the Propensity to Live Alone: 1950–1976. *Demography*. 17: 39–56.
- Moore W. 1966. *Aging and the Social System. Aging and Social Policy*. New York: Appleton-Century-Crofts; 23–41.
- Régnier-Loilier A. 2006. How Often Do Adult Children See Their Parents? *Population & Societies*. 427 (October). [http://www.ined.fr/en/resources\\_documentation/publications/pop\\_soc/bdd/publication/1211/](http://www.ined.fr/en/resources_documentation/publications/pop_soc/bdd/publication/1211/)
- Riley M. W. 1971. Social Gerontology and the Age Stratification of Society. *Gerontologist*. Spring. Part 1: 79–87
- Rosenzweig M., Wolpin K. 1993. Intergenerational Support and the Life-Cycle Incomes of Young Men and Their Parents: Human Capital Investments, Coresidence, and Intergenerational Financial Transfers. *Journal of Labor Economics*. 11 (1). Part 1. Essays in Honor of Jacob Mincer; 84–112.
- Rosenzweig M., Wolpin K. 1994. Parental and Public Transfers to Young Women and Their Children. *The American Economic Review*. 84 (5): 1195–1212.
- Sloan F., Zhang H., Wang J. 2002. Upstream Intergenerational Transfers. *Southern Economic Journal*. 69 (2): 363–380.
- Streib G. 1958. Family Patterns in Retirement. *Journal of Social Issues*. Spring. 14: 46–60.
- Wolff F., Spilerman S., Attias-Donfut C. 2005. *Do parents Help More Their Less Well-off Children? Evidence from a Sample of Migrants to France*. <http://www.sc-eco.univ-nantes.fr/~fcwolff/wolff/unequal-0305.pdf>

## НОВЫЕ КНИГИ

С. Ю. Барсукова

# Российский крупный бизнес: неформально по-крупному

Рецензия на книгу:

Паппэ Я. Ш., Галухина Я. С. 2009. *Российский крупный бизнес: первые 15 лет. Экономические хроники 1993–2008 гг.* М.: ИД ГУ ВШЭ.



**БАРСУКОВА**

**Светлана**

**Юрьевна** — доктор социологических наук, профессор кафедры экономической социологии ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: [svbars@mail.ru](mailto:svbars@mail.ru)

### Читать нельзя конспектировать

Раньше я думала, что хорошие научные работы отличаются от прочих тем, что подлежат конспектированию. В ходе аналитического препарирования вычленяется конструкция тезисов и оценивается прочность аргументов. Многостраничные книги при таком подходе уменьшаются до весьма скромных размеров. Но на то и конспект, лишаящий книгу пышного оперения цитат, эмпирики, статистики, стилистических красот, в конце концов. Книга Я. Паппэ и Я. Галухиной — особый случай. Конспектировать её бессмысленно, поскольку сама книга — классический конспект. Плотность текста можно считать эталонной. Выбросить слово — значит потерять смысл. Тезис оставляется в покое при полной доказанности. Эмпирика — строго по делу, а не как знак владения материалом.

Книга немного суховатая и абсолютно не кокетливая. Ожидания пикантных подробностей жизни олигархов умирают на входе под тяжестью первых параграфов. Не всякий, читая объяснение базовых понятий и количественных критериев выделения субъектов крупного бизнеса, устремится вперёд. Но чем дальше, тем интереснее. То ли текст разгоняется, то ли привыкаешь к сдержанной манере авторов, но в «экономических хрониках» появляется накал и экспрессия. Поэзия досье, если угодно.

Эмоциональный фон от чтения — озноб от зависти. К авторам, а не к владельцам крупного бизнеса. У последних жизнь слишком напряжённая, да и тень отца ЮКОСа покоя не даёт. Про линии напряжения и суть перемен, случившихся в крупном бизнесе в 2000-е годы по сравнению с 1990-ми, написана лучшая книга

Этим грех не воспользоваться. С упорством, едва ли достойным лучшего применения, вижу мир хозяйствования через прорезь формального—неформального. Крупный бизнес казался заповедником формальных правил — слишком велики ставки в этой игре. Да и литература про неформальные правила в экономике традиционно апеллирует к малым субъектам, возводя в статус кано-

нических форматов неформального мира домохозяйства, малый бизнес, крестьянское подворье. В стерильности от неформальных практик крупный бизнес, разумеется, не подозревали, но отказывали им в претензии на базовые логики хозяйствования. Всевозможные формы воровства, закодированные под различные оффшоры и «дочки», всеми признавались и отчаянно живописались, но этот неформальный путь притязаний на доходы как будто исчерпывал тему неформального. А поскольку даже в зоопарке «тигру мяса недодают», то воровство можно было вынести за скобки как общий множитель всей нашей экономики. В скобках же ничего не оставалось. Определяющие события в жизни крупного бизнеса проходили под свет софитов, зачастую в присутствии первых лиц страны, что создавало мнение об исключительном приоритете формальных алгоритмов построения бизнес-империй. Книга доказывает, что это заблуждение. Формальное оформление и публичное представление важных решений неотрывны от неформальных правил развития крупного бизнеса. Что это за правила? И какие изменения происходят в континууме формального—неформального?

### Рождение крупного бизнеса: неформальная история

Годом рождения крупного бизнеса авторы считают 1993. Тогда правительством РФ были выданы «путёвки в жизнь» «Газпрому», ЮКОСу, «Роснефти», «ЛУКойлу»<sup>1</sup>, «Сургутнефтегазу» и РАО «ЕЭС России». Особо впечатлительные слушатели кратких рыночных ликбезов считали, что этих динозавров ждёт эволюционная катастрофа под названием «рынок», когда мелкие и юркие переживут больших и неповоротливых. Мелкие оказались сильными, но легкими. Их выдувало рыночными сквозняками.

Однако рождение, пусть и гигантов, лишь неотвратимое следствие потери невинности. Таковым в новейшей российской истории стала приватизация. Её суть — отнюдь не поиск хозяев для «ничейной» собственности, а передача юридически оформленных прав собственности тем, кто ими реально обладал. Это были «красные директора», высшее чиновничество и теневые предприниматели. Под слова о принципиальной новизне переживаемого момента был разыгран довольно рутинный сюжет: новая форма укоренялась благодаря соответствию старому содержанию. Приватизация стала формализацией обыденного права и потому вызвала не протест, а всплеск речевого брожения — от ворчания до возмущения, заполнившего освободившееся место критики советских порядков. Тандем формального и неформального исполнил классическое «па»: формально был узаконен негласный порядок, порицаемый и привычный, что в конечном счете и примирило с новшеством.

Но оказалось, что с хозяйственной свободой новые владельцы огребли массу проблем. Быстро выяснилось, что нерв экономических процессов находится не внутри предприятий, а во взаимодействии между ними, в инфраструктурном сопровождении бизнеса. Трудностью стало не произвести товар, а продать его, обменять, найти сырье, получить необходимые разрешения, укротить аппетиты бандитов и проч. В условиях экономического провала 1990-х годов успех стал определяться не технологией производства, а технологией бизнеса — умением застраховать, выправить экспортные документы, найти деньги на модернизацию, организовать бартерно-вексельные схемы и т. д. Жизнь предприятий стала зависеть от инфраструктурного сопровождения ничуть не меньше, чем прежде от центров планового координирования.

Предприятия стали «сбиваться в стаи» вокруг тех, кто организовывал их жизнь, — центров управленческого мастерства. Или самостоятельно плодить структуры, необходимые для жизни в новых условиях: торговые дома, банки, пенсионные фонды, страховые компании и проч., то есть создавать рынок

<sup>1</sup> Компания была создана и продолжает существовать под названием «ЛУКОЙЛ» (см.: Постановление Правительства РСФСР № 18 от 25 ноября 1991 года), однако автор рецензии придерживается другого написания, используемого в книге Я. Паппэ и Я. Глухиной, — «ЛУКойл» (см.: Постановление Правительства РФ № 861 от 1 сентября 1995 года // Официальный сайт ОАО «ЛУКОЙЛ». [http://www.lukoil.ru/static\\_6\\_Sid\\_2159\\_.html](http://www.lukoil.ru/static_6_Sid_2159_.html)). — *Примеч. ред.*



вокруг себя и для себя. Как вариант, это делали не отдельные предприятия, а новые хозяева, накупившие разномастные активы, которые пытались сделать взаимопользными, достраивая недостающие элементы самодостаточного бизнеса. Так формировались интегрированные бизнес-группы.

Центральные элементы бизнес-групп могли скупать акции «подшефных» предприятий, а могли игнорировать эту возможность. Одни приобретали тех, кого опекали (или опекали тех, кого покупали), а другие управляли ситуацией, презрев институт собственности, потому что без них эта собственность чахла. Так формировались, в терминах авторов книги, интегрированные бизнес-группы двух видов — имущественные и управленческие. В качестве центра имущественных бизнес-групп, как правило, выступали банки. Они скупали предприятия, снабжали их кредитами и помогали удержаться на плаву, что, надо признать, им неплохо удавалось. Самые профессиональные команды экономистов играли в ту пору за банки. Затем происходило смещение акцентов: предприятия «перетягивали одеяло» на себя, начиная определять смысл деятельности банков.

И это был звёздный час «неформальной темы». Игнорируя неформальный аспект, логику образования бизнес-групп понять невозможно. Ведь формально предприятия вполне могли обойтись без «интеграции» вокруг рыночного поводыря. А уж создание собственной рыночной инфраструктуры и вовсе кажется абсурдным. Можно было заключить договора с различными конторами, гордо именовавшими себя банками, страховыми компаниями, инвестиционными фондами, консалтинговыми фирмами и проч. Но специфика 1990-х годов состояла в том, что реальная помощь предоставлялась только «своим». Это было время узких радиусов доверия. Услуги, которые сейчас рутинны и обыденны, оказывались как эксклюзив. Формальные договоры были как бракованные подушки безопасности: радовали вплоть до момента их использования. И только неформальные контуры «своих» могли рассчитывать на скорость и качество участия в их проблемах (повторюсь, не обязательно на правах собственников). Интегрированные бизнес-группы не имели формально зарегистрированного членства. Их очертания не всегда совпадали с формальными правами собственности. Основные субъекты крупного бизнеса 1990-х годов были *неформальными образованиями* (кроме ФПГ как частного случая формальной интеграции)! Это была совокупность юридических лиц, которые могли не иметь между собой никаких формальных связей, но их соединяли контролирующие собственники и ключевые менеджеры, что позволяло им выступать в ряде вопросов как единое целое. Основатели бизнес-групп исповедовали идею универсального менеджмента, а попросту говоря, были всеядными, поэтому никакого технологического или иного единства интегрированные бизнес-группы не имели. Конечно, в эшелон крупного бизнеса прорывались также отдельные предприятия и компании, но такие «индивидуалисты» были в меньшинстве.

Снимем шляпу перед авторами книги. Колоссальная по трудоёмкости задача — выявить бизнес-группы, очертить их границы и описать состав — была для них лишь стартовой точкой предпринятого анализа. И отдельное спасибо им за смелость: почти все данные идут без ссылок, поскольку авторская оценка сформирована множеством источников. Все претензии авторы, тем самым, готовы принять на себя.

Для тех, кто любит косить оппонентов цифрами, неформальность интеграции бизнес-групп — довольно неприятный факт. Официальная статистика, которая ведётся в разрезе юридических лиц, оказывается «не по делу», если речь заходит о крупном бизнесе. Двойной счёт в этом случае неустраним, ведь внутренний оборот формально не связанных между собой предприятий выделить невозможно. А потому экономические показатели деятельности бизнес-групп — поле экспертных оценок, но не статистических фактов.

Другой сюжет, необъяснимый без привлечения неформальной темы, связан с желанием банков овладеть собственностью в реальном секторе. Казалось бы, кредитуй себе да радуйся. Зачем из банковской тиши перетекать в гул цехов? Но кредитовать предприятия, которые не контролируешь, было довольно рискованно. Опять же в силу переживаемого момента. Никакая формальная отчётность не вызывала доверия, о положении дел на предприятии можно было судить только изнутри. Понимание того, что формальное — неинформативно и расходится с реальностью, подталкивало банки покупать предприятия. Работа со «своими» означала снижение рисков, что было крайне важно, хотя и не исчерпывало мотивацию банков.

Самым значительным эпизодом конвертации банковских капиталов в собственность крупнейших предприятий явились залоговые аукционы. Их формальный антураж скрывал неформальные договорённости: никто кредиты возвращать не собирался, а заранее выбранные банки через год или два становились собственниками залоговых активов. Банки рассчитывались политической лояльностью. Формальные процедуры использовались как инструмент достижения неформальных договорённостей.

Суть усилий создателей бизнес-групп сводилась к формированию местечковых институтов рынка, которые в масштабах экономики ещё не работали. Их творения были специфичными — то были «институты для своих», «институты малого радиуса действия». Поэтому, когда в 2000-е институты станут универсальными, интегрированные бизнес-группы сместятся в экономический кордебалет крупного бизнеса, уступив место на авансцене отдельным компаниям. В отличие от бизнес-групп компании имеют чёткие юридические очертания и логичный вектор роста, будь то технологическая цепочка или захват определённого рынка. А управленческих бизнес-групп просто не останется, сохранятся только имущественные. По мере универсализации рыночных институтов субъекты крупного бизнеса сместятся в континууме формального—неформального в сторону формализации границ и принципов деятельности. Неформальные основы зарождения и развития интегрированных бизнес-групп в 1990-е годы были адекватны партикуляристским институтам неразвитого рынка.

## Неформальные закулисы крупного бизнеса

Формальное право собственности — не повод быть богатым. Примерно так, если чуть упростить, звучала первая заповедь крупного бизнеса в 1990-е годы. Формально собственнику положены дивиденды как часть прибыли после налогообложения. А налоги платить не хотелось. Поэтому базу налогообложения делали миниатюрной, что, естественно, отражалось на размере дивидендов. Реальные деньги получали в недивидендной форме как результат манипулирования финансовыми потоками. И распределялись эти деньги сообразно не формальным правам собственников, а их включённости в проблемы предприятия. Спасённые от налогообложения средства делились между теми, кто прокладывал русла теневого финансовых рек, — придумывал и реализовывал «схему», обеспечивал невнимание налоговых органов и запоздалость политической реакции. Остальным доставался финансовый отчёт, обосновывающий отсутствие дивидендов. Формальным собственникам — формальный отчёт. Таким путём пассивные держатели акций отжимались от собственности. Неформальное правило предписывало собственникам включённость в проблемы предприятия всеми доступными им ресурсами. И только следование неформальному правилу неразделённости отношений собственности и управления гарантировало финансовую радость от обладания формальными правами.

Включённые в управление собственники не были карьеристами. Зачастую они довольствовались очень скромными должностями, а то и вовсе обходились без них. Следов в виде подписей почти не оставляли, что делает забавными попытки реконструировать управление, изучая документооборот фирм. Например, можно позавидовать Р. Абрамовичу. Не его капиталам, а его скромности. В «Сибнефти» он

не поднялся выше главы московского представительства и рядового члена совета директоров. Неформальное влияние собственников слабо пересекалось с формальной процедурой принятия решений.

Журналисты, играя в образность, сравнивали представителей крупного бизнеса то с львами, то с волками. В зависимости от желания похвалить или обругать. Но куда больше объективное сходство с зайцами. Ведь главное не размер, а повадки. Речь идёт не о любви к капусте: крупный бизнес одержимо запутывал следы. Из чувства самосохранения. Боялись, что пересмотрят итоги приватизации, поинтересуются легальностью источников выкупа собственности, что поменяется политическая власть и экономическая политика, а импульсивный правитель 1990-х сделает тот самый шаг, который отделяет любовь от ненависти. И пока на более высоких этажах пищевой цепи был упадок и раздрой, как гимн звучало «А нам всё равно!..». Правда, очень скоро запевалы начинали искать политическое убежище в соседнем лесу.

Непрозрачность формального строения бизнеса не оставляла шансов внешнему наблюдателю понять, кто всем этим владеет. Предприятия принадлежали фирмам-пустышкам, которые создавались только для того, чтобы повесить на них активы реального объекта. Владельцами «пустышек» были им подобные фирмы. Как правило, оффшоры. Формальная организация бизнеса походила на матрёшку, лишь в середине которой обнаруживались реальные собственники. Как правило — физические лица. Заметим, формально всё было организовано безукоризненно и быстро рекомбинировалось при изменении внешних условий, но отнюдь не отражало внутреннюю логику бизнеса. Запутанные и динамичные формальные отношения собственности защищали от противоречивого законодательства, от конфликта интересов федеральных и региональных властей. Точнее, помогали использовать эти течения себе во благо. Да и итоги приватизации пересмотреть было нереально, поскольку объект многократно менял формальных хозяев. Общее знание того, кто за чем стоит, не имело ясной формальной основы. Запутывание следов было нормой для 1990-х годов. Формальная организация бизнеса прятала реальные отношения собственности.

Но кризис 1998 г. изменил ситуацию кардинально. Финансовый сектор, как известно, пострадал сильнее реального. Банки, питающие бизнес-группы финансами, погибли. Внутри страны стало почти невозможно найти источник финансирования, адекватный запросам крупного бизнеса. Но отчаянные предприниматели не отчаялись. В очередной раз прозвучало: «Заграница — нам поможет!» Однако мировой финансовый рынок не хотел рисковать, полагаясь на неформальные правила российских бизнесменов; национальная специфика никого не интересовала. Выходить на мировой рынок можно было с понятным бизнесом, важными характеристиками которого являлись капитализация и дивиденды, а не рассказы о выгодности различных «схем». И у российского крупного бизнеса не осталось другого выхода, кроме как таковым стать. По крайней мере на уровне головного предприятия, чьи «дочки» и «внучки» могли вести прежнюю вольную жизнь. Помимо косметических мер, вроде независимых членов в совете директоров, были и существенные перемены: сворачивание неформальных, нефиксируемых правил управления бизнесом, подвижка в сторону общепризнанных норм разделения прибыли между акционерами. Собственно, это было единственной возможностью привлечения ресурсов внешнего мира. Так в 2000-е годы в результате вынужденной переориентации с внутреннего на внешний финансовый рынок крупный бизнес стал отказываться от неформальной неразделённости отношений собственности и управления, а также от непрозрачной, «матрёшечной» архитектуры бизнеса. Вектор перемен был направлен в сторону формализации процедурной стороны бизнеса.

С выходом на мировой финансовый рынок оказалось, что тщательно возделываемая сеть взаимоувязанных интересов крупных бизнесменов с отдельными чиновниками и политиками снижает привлекательность бизнеса в глазах потенциальных инвесторов. Эти связи не продавались вместе с активами, и чем значимее они были, тем больший риск представляли для кредиторов и покупателей. Внемя пред-

почтениям мирового рынка, российский крупный бизнес попытался дистанцироваться от неприкрытого неформального единения с властью, сократить амплитуду торга по поводу взаимных обязательств, хотя бы в какой-то мере приблизиться к зафиксированным правилам взаимодействия. Но власть, с одной стороны, напуганная политическими амбициями и экономическим могуществом крупного бизнеса, с другой — под воздействием собственных внутренних процессов, пошла значительно дальше — на качественное изменение характера диалога с крупным бизнесом.

В 1990-е годы крупный бизнес торговался с властью, а в 2000-е с удивлением (а порой и с опозданием) узнал, что «торг неуместен». Вспомним залоговые аукционы: производственные активы в обмен на политическую поддержку. Теперь это невозможно в принципе. Интонация просьб ещё сохранилась, но, по сути, у бизнеса уже нет возможности им не внять, причём условия не обсуждаются. Постепенно власть обрела широкую электоральную поддержку, бюджет стал заметно профицитным, региональные амбиции были задавлены федеральным центром, политический процесс лишился элементов неожиданности, монополия легитимного насилия была восстановлена. Торг с властью сменился подчинением ей. Заметим, речь идёт не об изменениях формальных рамок их сотрудничества, а исключительно о неформальных правилах диалога. Например, формальные нормы позволили «ЛУКойлу» отстоять в арбитражном суде свою правоту по поводу налоговых недоимок, но неформальные нормы предписали эти недоимки (юридически не доказанные) перечислить государству в качестве дара. Судя по опыту ЮКОСа, это был высокорентабельный дар. Если раньше в обмен на свои услуги крупный бизнес требовал от власти специальных привилегий, то теперь надеется на селективное бездействие.

Или, например, много говорят о грядущей и уже идущей национализации. Интересный факт: акции, которых государству не хватало до контрольного пакета «Атомстройэкспорта», были выкуплены «Газпромбанком» у К. Бендукидзе и тут же переданы государству. Подчеркнём, сделано это было до того, как государство получило контрольный пакет акций «Газпрома». В неформальном режиме компания выполняла пожелания властей и без установления формального права диктовать. Кстати, получив контрольный пакет «Газпрома», государство пошло на явную либерализацию рынка его остальных акций, что удерживает от идеологизированных упрощённых выводов.

Отношения власти и крупного бизнеса вряд ли можно диагностировать как однозначное сокращение или расширение зоны неформальных правил. Речь идёт об их качественном изменении. Это хорошо видно на примере коррупции. Прежде чиновник пользовался бесконтрольной властью как представитель слабого государства, в котором ни один институт не работал. Своими стараниями чиновник компенсировал эти сбои, по заявкам конструируя отдельные правила. Теперь же как представитель сильного государства чиновник может направить грозную и вполне работающую машину в указанном им направлении — к прибыльному сотрудничеству или каре.

Изменение неформальных норм диалога с государством при полном сохранении формальных рамок продемонстрировало «дело ЮКОСа». Мы опускаем причины, по которым это случилось. Налоговые претензии государства держались на решении суда о признании ряда фирм, где, собственно, и концентрировалась прибыль, аффилированными с ЮКОСом. Но формальных признаков аффилированности не было и быть не могло, за это отвечали не самые последние корпоративные юристы. Суд поставил экономическое содержание выше юридической формы, что вызвало одобрение одних и порицание других. Была продемонстрирована эластичность юридических норм при отчётливом неформальном давлении власти. Это повысило лояльность остальных, поскольку схемы работы были едиными как у самого государственного «Газпрома», так и у самого частного «ЛУКойла». Важно, что государству не потребовалось изменять форму закона, достаточно было не допустить отпочкования судебной власти от единой властной вертикали.

Усилившиеся политические риски играли не последнюю роль в экспансии российского крупного бизнеса в зарубежье. Лидировали в этом отношении металлурги. Конечно, выход на новые рынки обосновывался экономической целесообразностью, но ею не исчерпывался. Зависимость от власти подталкивала искать новые формы защиты, в частности, вписываться в образ «правильного» бизнесмена, конструируемого в контексте национал-патриотического дискурса. Российский флаг над доменной печью в США — это уменьшенный и мирный вариант советского знамени над Рейхстагом.

Заметим, что в это же время ряд отраслей «сдали без боя». Тот же АПК — лидера по числу сделок и влиянию иностранного капитала. К формальным экономическим расчётам всё не сводится. В этом движении капиталов была и неформальная составляющая — негласная, исторически укоренённая иерархия отраслей. Неформальное всегда объясняется через опыт поколений. Наш опыт предписывает пietet к стали. И наплевать к здоровью, что объясняет полное равнодушие к продаже «Лебедянского», «Мултона» и «Нидан Соки» иностранным компаниям. Единая формальная рамка закона, наложенная на неформальную иерархию отраслей, привела к двухполюсной модели крупного бизнеса в отраслевом разрезе — одни покупали зарубежные активы, другие продавались иностранным инвесторам.

\* \* \*

Неформальные правила в экономике выполняют три функции. Первая: заполняют вакуум формальных норм. Вторая: вытесняют формальные нормы, предлагая более выгодное экономическому субъекту соотношение цены и качества решения проблем. Третья: превалируют над формальными нормами, используя последние как инструменты достижения неформальных договоренностей. В книге Я. Паппэ и Я. Галухиной можно найти иллюстрации всех трёх функций. Будем ждать продолжения этой истории, ведь авторы считают, что мировой кризис придаст новый образ российскому крупному бизнесу. В одном можно не сомневаться: история о заклятых друзьях — формальных нормах и неформальных правилах — не завершится никогда.

## ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

# Мониторинг поведения домохозяйств

Лаборатория экономико-социологических исследований на базе панельного исследования «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения» (РМЭЗ/RLMS) проводит социологическое обследование экономических стратегий домохозяйств и инновационного поведения населения. Проект реализуется при финансовой поддержке Центра фундаментальных исследований ГУ ВШЭ.

**Сроки реализации проекта:** июнь — ноябрь 2009 г.

**Руководитель проекта:** первый проректор ГУ ВШЭ, зав. кафедрой экономической социологии, д. э. н., проф. В. В. Радаев.

**Участники проекта:** Я. М. Рощина, Л. Я. Косалс, Л. М. Гохберг, О. Р. Шувалова, З. В. Котельникова, И. С. Чириков, М. А. Малкова.

## Заделы проекта

Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения, РМЭЗ (Russian Longitudinal Monitoring Survey, RLMS) — это одна из самых качественных с методологической точки зрения баз панельных исследований домохозяйств в России, которая к тому же до недавнего времени полностью находилась в открытом доступе.

С 1992 г. РМЭЗ/RLMS проводился исследовательским центром ЗАО «Демоскоп» совместно с Институтом социологии РАН и Университетом штата Северная Каролина в Чапел-Хилл (США); с 2006 г. в его реализации активное участие принимает ГУ ВШЭ.

В ходе 17 волн по общенациональной выборке ежегодно опрашивались около 4,5 тыс. домохозяйств, более 12 тыс. человек в 160 населённых пунктах. Опрос проводился с использованием вероятностной, стратифицированной, многоступенчатой территориальной выборки.

Уникальной особенностью РМЭЗ/RLMS является широкий набор социально-экономических показателей о структуре доходов и расходов, занятости, материальном благосостоянии, образовании, миграционном поведении и др. Среди них есть целый ряд показателей, которые отсутствуют в государственной статистике, но в которых так нуждаются аналитики. Кроме того, РМЭЗ/RLMS является практически единственным в России панельным обследованием, отслеживающим состояние конкретных домохозяйств и индивидов за более чем десятилетний период. Эти данные широко используются при разработке и оценке ключевых преобразований в социальной сфере, включая пенсионную реформу, модернизацию систем образования, здравоохранения, социальной помощи, оценку и прогнозирование процессов на рынке труда, доходов населения, динамику экономического неравенства, реформу жилищно-коммунального хозяйства и проч.

## Цель проекта

Целью проекта является проведение 18-й волны панельного обследования Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ/RLMS) и на её базе реализация двух дополнительных модулей: «Инновационное поведение населения» и «Комплексные экономические стратегии домохозяйств».

## Задачи проекта

В ходе реализации проекта решаются следующие задачи:

1. Доработка и модификация методологии проведения исследования в 2009 г.;
2. Разработка изменений и дополнений комплекта основных опросных документов исследования;
3. Разработка опросных документов для двух новых дополнительных модулей (инновационное поведение и комплексные экономические стратегии домохозяйств);
4. Подготовка выборки опрашиваемой совокупности респондентов;
5. Проведение опроса (интервьюирование) отобранных по выборке респондентов в 39 регионах России в 2009 г.;
6. Ввод и чистка данных, подготовка итоговых файлов 18-й волны;
7. Написание отчётов о проведении полевых исследований;
8. Анализ данных об инновационном поведении и комплексных стратегиях домохозяйств.

## Описание проекта

В рамках 18-й волны панельного исследования Российский мониторинг экономики и здоровья населения на основе общенациональной выборки опрашиваются домохозяйства (более 4,5 тыс.) по специально разработанной анкете, а также каждый член домохозяйства (более 12 тыс. человек). Особенностью опроса является сохранение панельного характера выборки и инструментария (анкет), использованных Российским мониторингом экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ/RLMS) в 1994–2008 гг.

Обеспечение преемственности методологии опроса и панельного характера данных, а также полевые исследования проводит исследовательский центр «Демоскоп» (руководители проекта — М. С. Косолапов, П. М. Козырева).

Реализуемый в 2009 г. проект предполагает:

а) включение в комплекс инструментария 18-й волны РМЭЗ дополнительных блоков вопросов относительно бюджета времени, здоровья и финансового поведения:

- введён раздел по мотивации труда (аналогично опросу РМЭЗ 2006 г.);
- добавлен блок вопросов о степени влияния членов домохозяйства на принятие экономических решений (аналогично опросу РМЭЗ 2006 г.);
- уточнены формулировки и введены новые вопросы о сберегательном и кредитном поведении домохозяйства;
- переработан блок вопросов об использовании медицинских услуг населением, в частности, касающийся неформальных платежей;

б) опрос в рамках дополнительного модуля «Комплексные экономические стратегии домохозяйств» на полной выборке 18-й волны РМЭЗ:

- разработан вопросник, позволяющий выделить типы экономических стратегий домохозяйств на основе предпочтений в сфере распределения времени и сберегательных установок членов домохозяйства, а также дифференцировать домохозяйства по качеству жизни и здоровья его членов;

с) опрос в рамках дополнительного модуля «Инновационное поведение населения» на подвыборке (объём — 2 тыс. человек) 18-й волны РМЭЗ:

- разработан вопросник, позволяющий оценить распространённость инновационных практик в российских домохозяйствах, а также выделить факторы инновационного поведения населения.

Данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения будут безвозмездно предоставлены для выполнения научных исследований всем студентам и сотрудникам ГУ ВШЭ.



## УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ

О. В. Синявская

# Европейское социальное государство и его трансформация перед вызовами глобализации и миграции

Факультет мировой экономики и мировой политики, Государственный университет — Высшая школа экономики (Москва), 2009.



**СИНЯВСКАЯ Оксана Вячеславовна** — кандидат экономических наук, заместитель директора АНО «Независимый институт социальной политики», доцент кафедры международных экономических организаций и европейской интеграции.

Email: [o.sinyavskaya@socpol.ru](mailto:o.sinyavskaya@socpol.ru)

### Описание курса

#### Общие сведения об учебном курсе

Дисциплина читается студентам второго курса магистерской программы «Европейские исследования» факультета мировой экономики и мировой политики. Курс — по выбору и читается в первом-втором модуле учебного года. Продолжительность курса составляет 60 аудиторных часов, в том числе 32 часа лекционных занятий. Рубежный контроль — эссе.

#### Требования к студентам

Студентам необходимо иметь базовые знания по новой и новейшей истории и по крайней мере по одной социальной дисциплине (экономике, социологии, политологии или демографии), читать обязательные источники и литературу к каждому занятию и владеть английским языком для ознакомления с литературой.

#### Цель курса

Дать систематизированное представление о вызовах, стоящих перед социальными государствами стран-членов ЕС, и о направлениях трансформации основных моделей социального государства в Европе.

#### Учебные задачи курса

1. Познакомить студентов с основными моделями социального государства в Европе и важнейшими этапами их становления.
2. Проанализировать основные типы вызовов, стоящих перед социальными государствами, — демографические, экономические и социальные.
3. Показать особенности взаимодействия государственных, частных институтов и населения (семьи) в сфере социальной политики и специфику влияния социальных институтов на экономические процессы.

4. Сформировать навыки критического анализа мер социальной политики с точки зрения их способности решать социальные проблемы.
5. Дать практические навыки аналитической работы в области изучения социальных процессов, эффективности национальных социальных политик и сравнительного анализа моделей социальной политики.

### **Аннотация курса**

Данный курс рассматривает ключевые вопросы и проблемы социальной политики и развития европейских социальных государств; углубляет знания магистрантов, полученные в рамках изучения курсов «Европейский союз: теория и практика управления (Институты и учреждения Европейского союза)» и «Основные направления деятельности (политики) Европейского союза», и их понимание содержания и регулирования социальной политики в странах ЕС.

Курс последовательно анализирует становление европейских моделей социальной политики и причины их кризиса в современных условиях, под влиянием демографических (старение, миграция), экономических (постиндустриальное развитие, глобализация) и социальных (социальное гражданство, новые гендерные роли, новые социальные риски и проблема социального исключения) процессов. Особое внимание уделяется теоретическим и методологическим подходам, позволяющим выделять и сравнивать различные модели социальной политики. Курс рассматривает перспективы конвергенции этих моделей внутри ЕС и барьеры на пути создания единой европейской социальной политики.

Специфика европейского дискурса о новой парадигме социального государства обсуждается в контексте мировой и российской дискуссии о будущем социальной политики. Студенты знакомятся с различными подходами к объяснению причин кризиса и выработке «идеальной модели» социальной политики, предлагаемыми в рамках экономических, социологических и политических (политэкономических) теорий.

Одновременно магистранты учатся анализировать правовые документы, регулирующие социальную политику, экономическую и социальную статистику в странах ЕС, и применять полученные теоретические знания для обсуждения конкретных направлений социальной политики.

### **Новизна курса**

Данный курс специально разработан для магистерской программы «Европейские исследования» ГУ ВШЭ. Фокусирование на социальной политике стран-членов ЕС отличает его от большинства существующих в России курсов по данному предмету, которые в основном базируются на российском опыте. Здесь же особенности российского пути в создании социального государства рассматриваются лишь в контексте европейских моделей. Социальная политика анализируется в двух ракурсах: историческом (от возникновения социальных государств до наших дней) и сравнительном (между странами). Методологические особенности курса включают междисциплинарный (прежде всего социологический и экономический) анализ европейских социальных государств, сочетание обсуждения теоретических подходов и результатов эмпирических исследований, макро- и микроуровень анализа. В ходе чтения литературы студенты знакомятся с основными подходами и методами изучения социальной политики в европейских странах. Большое внимание в курсе уделяется новым проблемам, с которыми сталкиваются социальные государства, социальным реформам, предпринимаемым в ответ на эти вызовы, и обсуждению последствий функционирования социальных государств для отдельных семей и общества в целом.

## Базовые учебники

### Основные учебники по всему курсу

Baldock J., Manning N., Vickerstaff S. (eds.). 2007. *Social policy*. Oxford: Oxford University Press.

Pestieau P. 2006. *The Welfare State in the European Union*. Oxford: Oxford University Press.

Hantrais L. 2007. *Social Policy in the European Union*. 3rd edn. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan and St Martin's Press.

Geyer R. R. 2000. *Exploring European Social Policy*. Harvard Polity Press.

Kleinman M. A. 2002. *A European Welfare State? European Union Social Policy in Context*. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan.

Основная и дополнительная литература по отдельным темам курса приведена в разделе «Содержание программы».

### Формы контроля знаний студентов

Работа студентов на семинарах является формой текущего контроля.

Студенты в течение курса:

1. Активно участвуют в обсуждении предложенных тем, дебатах. Литература, рекомендованная для конкретных семинаров, является обязательной для прочтения.
2. Делают два доклада: обзор рекомендованной литературы; обзор социальной политики в одной из стран-членов ЕС.

Доклад по рекомендованной литературе рассчитан на 10 минут и должен включать описание и критическую оценку основных положений прочитанного.

Доклад по социальной политике конкретной страны-члена ЕС рассчитан на 15 минут. Тезисы доклада и список использованных источников и литературы необходимо сдать за три дня до назначенной даты доклада. Доклады делаются в соответствии с графиком, поэтому студентам следует заранее планировать своё время.

После каждого доклада следуют вопросы докладчику и дискуссия, которая должна базироваться на обязательной для всех студентов литературе и на докладе. Докладчик выступает как модератор дискуссии и готовит вопросы для обсуждения.

3. Пишут домашнее эссе, что является обязательным и представляет собой итоговую форму контроля успеваемости студентов и освоения ими материала.

В самостоятельную работу студента входит: освоение материала и сведений, полученных в ходе лекционного курса; изучение обязательной литературы по каждой теме курса согласно графику занятий; самостоятельный подбор и изучение литературы, источников и статистических данных в рамках подготовки обзора социальной политики одной из стран-членов ЕС; подготовка двух докладов; подготовка эссе по выбранной теме.

Итоговая оценка по учебной дисциплине складывается из следующих элементов:

- работа на семинарах — 60%.

Оценка за работу на семинарах складывается следующим образом: (а) оценка каждого из двух докладов; (б) оценка умения докладчика модерировать дискуссию; (в) оценка участия в обсуждениях, в том числе — умения аргументировать собственную позицию. Студент, получивший неудовлетворительную оценку за работу на семинарах или пропустивший более 30% семинарских занятий, для получения положительной оценки обязан пройти устное собеседование по всем обязательным текстам.

- эссе — 40%.

Эссе предоставляется студентами по окончании курса. Минимальный объем эссе (без учета титульной страницы, содержания и списка литературы) — 15 тыс. знаков без пробелов; максимальный — 30 тыс. знаков без пробелов. Шрифт — Times New Roman, кегль — 12, интервал — 1,5.

## Содержание программы

### Темы курса

Тема 1. Государство — человек — экономика: социальная политика, идея и концепция социального государства.

Тема 2. Истоки, происхождение и причины возникновения социального государства.

Тема 3. Разнообразие национальных моделей социальной политики: режимы государств благосостояния — какие и сколько?

Тема 4. Социальные расходы и их финансирование.

Тема 5. Политика на рынке труда в контексте социальной политики.

Тема 6. Политика регулирования доходов населения и программы социальной помощи.

Тема 7. Социальное страхование и пенсионное обеспечение.

Тема 8. Политика в сфере здравоохранения и социальное обслуживание.

Тема 9. Различные модели социальной политики — разные последствия? Запланированные и неожиданные результаты функционирования европейских социальных государств.

Тема 10. Демографические вызовы социальному государству в конце XX — начале XXI вв.

Тема 11. Постиндустриальное развитие, глобализация и будущее европейских социальных государств

Тема 12. Социальная политика в ЕС. Возможна ли единая европейская модель социального государства?

### Темы семинаров

Тема 1. Почему возникли современные социальные государства? Роль экономического развития, партийной структуры, государственного/политического устройства.

Тема 2. Разнообразие национальных моделей социальной политики: режимы государств благосостояния — какие и сколько?

- 2.1. Типология государств благосостояния Г. Эспин-Андерсена и её критика.
- 2.2. Социальная политика в Скандинавских странах.
- 2.3. Социальная политика во Франции и в Германии.
- 2.4. Социальная политика в Великобритании.
- 2.5. Социальная политика в странах Южной Европы.
- 2.6. Социальная политика в странах — новых членах ЕС: Центральная и Восточная Европа.

Тема 3. Социальные государства и их вклад в преодоление бедности и неравенства. Парадокс перераспределения.

Тема 4. Демографические вызовы социальному государству в конце XX — начале XXI вв.

- 4.1. Старение и векторы социальных реформ в странах Европы.
- 4.2. Международная миграция, миграционная политика и будущее европейских социальных государств.

Тема 5. Постиндустриальное развитие, глобализация и будущее европейских социальных государств.

- 5.1. Социальные государства Европы перед вызовами постиндустриального развития и новых социальных рисков.
- 5.2. Глобализация и социальная политика.

Тема 6. Социальная политика в ЕС. Возможна ли единая европейская модель социального государства?

- 6.1. Социальные вопросы и социальная политика в ЕС.
- 6.2. Возможна ли единая европейская модель социального государства?

## **Раздел I. История и причины возникновения и развития современного социального государства в странах Европы**

### **Тема 1. Государство — человек — экономика: социальная политика, идея и концепция социального государства**

- Вводная беседа со студентами. Важность изучения социальной политики в курсе европейских исследований. Краткий обзор курса и его структура. Объяснение требований к освоению курса.
- Что такое социальная политика? Различные подходы к анализу социальной политики. Методы анализа. Социальные риски. Семья, рынок и государство в производстве благосостояния.
- Социальное государство (государство благосостояния) — определение, цели, структура. Концепция социальных прав (Т. Маршалл). Концепция справедливости Дж. Роулза и социальная полити-

ка. Роль государства в достижении большей справедливости (вертикальное перераспределение) и повышении эффективности (горизонтальное перераспределение, внешние эффекты). Зачем нужно социальное государство?

– Важнейшие источники данных.

#### Основная литература

Pestieau P. 2006. *The Welfare State in the European Union. Economic and Social Perspective*. Oxford: Oxford University Press. Ch. 1.

Barr N. 2004. *The Economics of the Welfare State*. 4th edn. Oxford: Oxford University Press. Ch. 1, 3.

#### Дополнительная литература

Вейт-Уилсон Д. 2001. Государство благосостояния: проблема в самом понятии. *Pro et Contra*. 3 (6): 128–157. <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/56013.htm>

Шишкин С. В. 2003. *Экономика социальной сферы*. М.: ИД ГУ ВШЭ. Гл. 1.

Pestieau P. 2006. *The Welfare State in the European Union. Economic and Social Perspective*. Oxford: Oxford University Press. Ch. 3.

Barr N. 2004. *The Economics of the Welfare State*. 4th edn. Oxford: Oxford University Press. Ch. 4.

Барр Н. (ред.). 1997. *Рынок труда и социальная политика в Центральной и Восточной Европе*. М.: ИКЦ «ДИС». Гл. 2.

#### Ссылки на статистические данные и законодательство

Статистические данные по странам–членам ЕС на сайте Евростата <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

Документация по социальной политике в ЕС <http://europa.eu/> (см. в Activities/Employment and Social Affairs).

Данные по социальному законодательству стран мира, включая Европу, см.: Social Security Programs Throughout the World <http://www.ssa.gov/policy/docs/progdesc/ssptw/>

Демографическая и социальная статистика и данные по законодательству на сайте ООН <http://unstats.un.org/unsd/Demographic/default.htm>

Статистика и другая информация по социальной политике на сайте МОТ <http://www.ilo.org>

NATLEX, база данных законодательства различных стран по труду, социальной защите, правам человека [http://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex\\_browse.home?p\\_lang=en](http://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex_browse.home?p_lang=en)

Данные по социальной политике стран–членов ОЭСР, включая европейские страны <http://www.oecd.org> (обратить особое внимание на материалы Директората по занятости, труду и социальным вопросам — Directorate for Employment, Labour and Social Affairs).

**Тема 2. Истоки, происхождение и причины возникновения социального государства**

- Краткий обзор истории социальных программ в европейских странах. Логика развития.
- Основные этапы возникновения социального государства. Первые социальные законы в европейских странах. Возникновение социального страхования. От Бисмарка к Бевериджу: социальная политика в европейских странах в период между мировыми войнами. Послевоенное становление социальных государств Европы. Особый путь США. Социальная политика дореволюционной России и СССР.
- Альтернативные подходы к объяснению развития социальных государств. Значение индустриализации и модернизации. Экономическое развитие, партийная структура, или государственное / политическое устройство?

**Основная литература**

Myles J., Quadagno J. 2002. Political Theories of the Welfare State. *Social Service Review*. 76: 34–57.

Каслс Ф. 2001. Собака, которая не залаяла: экономическое развитие и послевоенное государство благосостояния. *Pro et Contra*. 3 (6): 158–186. <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/procontra/56015.htm>

Сидорина Т. Ю. 2005. *Два века социальной политики*. М.: РГГУ; 38–57, 189–214, 329–345, 361–393.

**Дополнительная литература**

Григорьева И. А. 2007. Исторические предпосылки и особенности развития немецкой модели социальной политики. В сб.: Нуреев Р. М. (ред.). *Социальное рыночное хозяйство: концепции, практический опыт и перспективы применения в России*. М.: ТЕИС; 303–323.

Кангас О. 2008. Пенсии и пенсионные фонды в создании национального государства и национальной экономики (на примере Финляндии). *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры*. 8 (весна — лето): 101–118. [http://spero.socpol.ru/docs/N8\\_2008-101-118.pdf](http://spero.socpol.ru/docs/N8_2008-101-118.pdf)

Wilensky H. L. 1975. *The Welfare State and Equality*. Berkeley; Los Angeles; London: University of California Press; 1–14, 47–49.

Korpi W. 1989. Power, Politics, and State Autonomy in the Development of Social Citizenship. *American Sociological Review*. 54: 309–328.

Skocpol Th. 1992. *Protecting Mothers and Soldiers: The Political Origins of Social Policy in the United States*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press; 38–61.

**Тема 3. Разнообразие национальных моделей социальной политики: режимы государств благосостояния — какие и сколько?**

- Как объяснить разнообразие социальных государств: отказ от концепций линейного развития. Г. Эспин-Андерсен: понятие «режим» государства благосостояния. Различия вкладов государства — рынка — семьи в производство благосостояния в разных европейских странах. Понятие «декоммодификация». Три режима социальных государств.
- Критика подхода Г. Эспин-Андерсена: гендер, социальные услуги, развивающиеся страны и страны с переходной экономикой. Скольких моделей достаточно?

- Новый поворот в исследованиях социальной политики: режимы благосостояния как инструмент объяснения последствий функционирования социальной политики. Социальная политика и социальная стратификация.

#### Основная литература

- Esping-Andersen G. 1990. *The Three Worlds of Welfare Capitalism*. Princeton, NJ: Princeton University Press. Ch. 1: 9–34.
- Arts W., Gelissen J. 2002. Three Worlds of Welfare Capitalism or More? A State-of-the-art Report. *Journal of European Social Policy*. 12: 137–158.
- Myles J., Quadagno J. 2002. Political Theories of the Welfare State. *Social Service Review*. 76: 34–57.
- Сидорина Т. Ю. 2005. *Два века социальной политики*. М.: РГГУ; 286–306, 329–345, 361–393.

#### Дополнительная литература

- Esping-Andersen G. 1999. *Social Foundations of Postindustrial Societies*. Oxford: Oxford University Press; 73–94
- Korpi W., Palme J. 2004. Robin Hood, St. Matthew, or Simple Egalitarianism? Strategies of Equality in Welfare States. In: Kennett P. (ed.). *A Handbook of Comparative Social Policy*. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar; 153–179. См. также сокращённую и слегка обновлённую версию статьи: Korpi W., Palme J. 1998. The Paradox of Redistribution and Strategies of Equality. *American Sociological Review*. 63: 661–687.
- Scruggs L., Allan J. 2006. Welfare-state Decommodification in 18 OECD Countries: A Replication and Revision. *Journal of European Social Policy*. 16 (1): 55–72.
- Гордон Д., Левитас Р. et. al. 2007. Бедность и социальная исключенность в Великобритании. *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры*. 7 (осень — зима): 163–190. [http://spero.socpol.ru/docs/N7\\_2007-163-190.pdf](http://spero.socpol.ru/docs/N7_2007-163-190.pdf)
- Гутник В. П. 2007. Кризис социального государства в Германии. В сб.: Нуреев Р. М. (ред.). *Социальное рыночное хозяйство: концепции, практический опыт и перспективы применения в России*. М.: ТЕИС; 346–352.
- Линдбек А. 2002. *Шведский эксперимент. Очерки о мировой экономике: Выдающиеся экономисты мира в Московском Центре Карнеги*. М.: Гендальф. <http://www.carnegie.ru/ru/pubs/books/7679очерки.pdf>

Экономическая и социальная политика Франции. Посольство Франции в России, 1995.

## Раздел II. Основные сферы социальной политики и её влияние на население и общество на примере европейских стран

### Тема 4. Социальные расходы и их финансирование

- Социальные расходы как часть государственных расходов. Определение и измерение социальных расходов. Охват социальными программами и барьеры в доступе. Социальные обязательства во времени. Конкуренция между различными направлениями социальных расходов.
- Источники финансирования социальных программ. Проблемы налогового финансирования социальной политики. Взносы на социальное страхование.



### Основная литература

Pestieau P. 2006. *The Welfare State in the European Union. Economic and Social Perspective*. Oxford: Oxford University Press. Ch. 3, 4.

### Дополнительная литература

Adema W., Ladaique M. 2005. Net Social Expenditure, 2005 Edition. More Comprehensive Measures of Social Support. *OECD Social, Employment and Migration Working Papers*. 29.

### Ссылки на статистические данные и законодательство

Статистика социальных расходов на сайте ОЭСР <http://stats.oecd.org/Index.aspx> (Social and Welfare Statistics / Social Protection).

Статистика расходов на социальную защиту в странах–членах ЕС [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search\\_database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database) (Population and Social Conditions / Living Conditions and Welfare / Social Protection)

### **Тема 5. Политика на рынке труда в контексте социальной политики**

- Как работает рынок труда: спрос на труд и предложение труда. Экономическая активность, занятость и безработица. Как устанавливается заработная плата.
- Концепции и субъекты политики на рынке труда. Пассивные и активные программы занятости. Понятие минимальной заработной платы. Регулирование занятости.

### Основная литература

Эренберг Р., Смит Р. 1996. *Современная экономика труда*. М.: Издательство МГУ. Гл. 2 (31–72), 3 (98–113).

Pestieau P. 2006. *The Welfare State in the European Union. Economic and Social Perspective*. Oxford: Oxford University Press. Ch. 12.

Bonoli G. 2003. Social Policy Through Labor Markets: Understanding National Differences in Provision of Economic Security to Wage Earners. *Comparative Political Studies*. 36: 1007–1030.

### Дополнительная литература

Капелюшников Р. И. 2001. *Российский рынок труда: адаптация без реструктуризации*. М.: ИД ГУ ВШЭ. Гл. 1.

*Обзор занятости в России*. 2002. Выпуск 1 (1991–2000 гг.). М.: Теис. Гл. 1–3, 7.

Гимпельсон В. Е., Капелюшников Р. И. (ред.). 2007. *Заработная плата в России: эволюция и дифференциация*. М.: ИД ГУ ВШЭ. Гл. 1

Барр Н. 1997. *Рынок труда и социальная политика в Центральной и Восточной Европе*. М.: ИКЦ «ДИС». Гл. 7–8.

Rashid M., Rutkovski J., Fretwell D. 2005. Labor Markets. In: Barr N. (ed.). *Labor Markets and Social Policy in Central and Eastern Europe. The Accession and Beyond*. Washington DC: The World Bank; 59–88.

**Тема 6. Политика регулирования доходов населения и программы социальной помощи**

- Уровень и качество жизни: определение и измерение. Различные подходы к определению бедности. Измерение бедности и вопросы сопоставления. Бедность и неравенство. Бедность и социальная исключенность.
- Кто, насколько и почему беден? Безработица, бедность, социальная изоляция (исключённость). Работавшие бедные. Демографические изменения и новые риски бедности и неравенства.
- Типология социальной защиты. Программы социальной помощи. Политика активации.

**Основная литература**

- Александрова А. Л., Овчарова Л. Н., Шишкин С. В. 2003. *Бедность и льготы: мифы и реальность*. М.: НИСП; 6–24. <http://www.socpol.ru/publications/pdf/bednost.pdf>
- Гордон Д., Левитас Р. et al. 2007. Бедность и социальная исключенность в Великобритании. *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры*. 7 (осень — зима): 163–190. [http://spero.socpol.ru/docs/N7\\_2007-163-190.pdf](http://spero.socpol.ru/docs/N7_2007-163-190.pdf)
- Neubourg Ch. de, Castonguay J., Roelen K. 2006. *Social Safety Nets and Targeted Social Assistance: Lessons from the European Experience*. World Bank Social Protection Discussion Paper.

**Дополнительная литература**

- Овчарова Л. Н., Попова Д. О. 2005. *Детская бедность в России: тревожные тенденции и выбор стратегических действий*. Доклад ЮНИСЕФ. М.: 4–23. [http://www.socpol.ru/publications/pdf/RUS\\_Child\\_Poverty.pdf](http://www.socpol.ru/publications/pdf/RUS_Child_Poverty.pdf)
- Сен А. 2004. *Развитие как свобода*. М.: Новое издательство. Гл. 4.
- Система социальной защиты в зарубежных странах. 2003. *Отечественные записки*. 3 (11). <http://www.strana-oz.ru/?numid=12&article=523>
- Детская бедность в богатых странах — 2005. UNICEF Innocenti Research Centre. 2007. *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры*. 6 (весна — лето): 69–114. [http://spero.socpol.ru/docs/N6\\_2007-69-114.pdf](http://spero.socpol.ru/docs/N6_2007-69-114.pdf)
- Pestieau P. 2006. *The Welfare State in the European Union. Economic and Social Perspective*. Oxford: Oxford University Press. Ch. 12.
- Барр Н. 1997. *Рынок труда и социальная политика в Центральной и Восточной Европе*. М.: ИКЦ «ДИС». Гл. 10.
- Sipos S., Ringold D. 2005. Social Safety Nets. In: Barr N. (ed.). *Labor Markets and Social Policy in Central and Eastern Europe. The Accession and Beyond*. Washington DC: The World Bank; 89–134.

**Тема 7. Социальное страхование и пенсионное обеспечение**

- Частное и социальное страхование: общее и отличия. Зачем нужно социальное страхование? Аргументы «за» и «против» социального страхования.

- Пенсии и другие формы поддержки пожилых. Экономика пенсионного обеспечения. Вопросы межпоколенной и внутрипоколенной справедливости. Финансирование пенсионной системы.
- «Демографический вопрос» пенсионного обеспечения: почему это так важно? Какие решения предлагаются?

#### Основная литература

Pestieau P. 2006. *The Welfare State in the European Union. Economic and Social Perspective*. Oxford: Oxford University Press. Ch. 9, 10.

Шишкин С. В. 2003. *Экономика социальной сферы*. М.: ИД ГУ ВШЭ; Гл. 7, 8.

#### Дополнительная литература

Дмитриев М. Э., Травин Д. Я. (ред.). 1998. *Пенсионная реформа в России: причины, содержание, перспективы*. СПб: Норма. Гл. 3.

Малева Т. М., Синявская О. В. 2005. Пенсионная реформа в России: о политической экономии популизма. *Отечественные записки*. 3 (24). <http://www.strana-oz.ru/?numid=24&article=1074>

Вишневский А. Г. 2005. Похвала старению. *Отечественные записки*. 3 (24). <http://www.strana-oz.ru/?numid=24&article=1064>

Грызлова А. В., Яненко Е. А. 2005. Обзор зарубежных пенсионных систем. *Отечественные записки*. 3 (24). <http://www.strana-oz.ru/?numid=24&article=1075>

Барр Н. 1997. *Рынок труда и социальная политика в Центральной и Восточной Европе*. М.: ИКЦ «ДИС». Гл. 9.

Barr N., Rutkowski M. 2005. Pensions. In: Barr N. (ed.). *Labor Markets and Social Policy in Central and Eastern Europe. The Accession and Beyond*. Washington DC: The World Bank; 135–170.

Myles J. 2002. A New Social Contract for the Elderly? In: Esping-Andersen G. (ed.). *Why We Need a New Welfare State*. Oxford: Oxford University Press; 130–172.

#### Тема 8. Политика в сфере здравоохранения и социальное обслуживание

- Организация здравоохранения. Зачем нужно медицинское страхование? Роль государства в здравоохранении. Государственное и частное финансирование здравоохранения. Расходы на здравоохранение в странах–членах ЕС: проблемы сопоставления. Старение населения и перспективы здравоохранения.
- Кто ухаживает за инвалидами и стариками в европейских странах? Неформальные услуги по уходу. Особенности организации социального обслуживания в различных европейских странах. Перспективы социального обслуживания в контексте социетальных и демографических изменений.

#### Основная литература

Шишкин С. В. 2003. *Экономика социальной сферы*. М.: ИД ГУ ВШЭ. Гл. 2.

Pestieau P. 2006. *The Welfare State in the European Union. Economic and Social Perspective*. Oxford: Oxford University Press. Ch. 11.

### Дополнительная литература

Салтман Р. Б., Фигейрас Дж. (ред.). 2000. *Реформы системы здравоохранения в Европе. Анализ современных стратегий*. М.: ГЭОТАР Медицина.

Хассентойфель П. 2006. Что реформировать: систему страхования или систему обслуживания? Реформы здравоохранения во Франции и Германии. *Отечественные записки*. 2 (27). <http://www.strana-oz.ru/?ozid=29&oznumber=2>

Шейман И. М. 2007. *Теория и практика рыночных отношений в здравоохранении*. М.: ИД ГУ ВШЭ. Гл. 4, 6–9.

Барр Н. 1997. *Рынок труда и социальная политика в Центральной и Восточной Европе*. М.: ИКЦ «ДИС». Гл. 12.

Preker A. S., Adeyi O. O. 2005. Health Care. In: Barr N. (ed.). *Labor Markets and Social Policy in Central and Eastern Europe. The Accession and Beyond*. Washington DC: The World Bank; 171–206.

### **Тема 9. Различные модели социальной политики — разные последствия? Запланированные и неожиданные результаты функционирования европейских социальных государств**

- Насколько «социальны» различные государства? Проблемы измерения в социальной политике.
- Запланированные и неожиданные результаты социальной политики. Влияние социальной политики на население, домохозяйства, экономику и общество: вопросы оценки и примеры.
- Как различные типы социальных государств справляются с социальными проблемами? Стратегии преодоления бедности. Парадокс перераспределения.

### Основная литература

Korpi W., Palme J. 2004. Robin Hood, St. Matthew, or Simple Egalitarianism? Strategies of Equality in Welfare States. In: Kennett P. (ed.). *A Handbook of Comparative Social Policy*. Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar; 153–179. См. также сокращённую и слегка обновлённую версию статьи: Korpi W., Palme J. 1998. The Paradox of Redistribution and Strategies of Equality. *American Sociological Review*. 63: 661–687.

### Дополнительная литература

Scruggs L., Allan J. 2006. Welfare-state Decommodification in 18 OECD Countries: A Replication and Revision. *Journal of European Social Policy*. 16 (1): 55–72.

### **Раздел III. Новые вызовы европейским социальным государствам и реформирование социальной политики в странах-членах ЕС**

#### **Тема 10. Демографические вызовы социальному государству в конце XX — начале XXI вв.**

- Виды демографических вызовов социальному государству. Трансформация брачного поведения, рождаемости и структуры семьи и её влияние на социально-экономическое неравенство и бедность. Новая семейная политика: развитие услуг по уходу за детьми, расширение возможностей женской занятости и проч. Социальные инвестиции в образование.

- Что такое старение населения? Старение развитых и развивающихся стран. Старение населения, производительность труда и экономическое развитие. Старение населения и социальные расходы. Вызовы старения населения социальной политике. Какие решения предлагаются.
- Миграция — определение, виды, измерение, направления. Роль миграции в демографическом развитии. Миграция и глобализация. Иммиграционная политика европейских стран. Миграция и перспективы социальной политики.

#### Основная литература

- Эспин-Андерсен Г. 2006. Снова на пути к хорошему обществу? *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры*. 5 (осень — зима): 7–32. [http://www.spero.socpol.ru/docs/N5\\_2006.pdf](http://www.spero.socpol.ru/docs/N5_2006.pdf)
- Ларсен Т. П. 2008. Миф об «обществе работающих взрослых»: новое в дискурсе социальной политики в европейских государствах благосостояния. *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры*. 8 (весна — лето): 159–180. [http://spero.socpol.ru/docs/N8\\_2008-159-180.pdf](http://spero.socpol.ru/docs/N8_2008-159-180.pdf)
- Вишневский А. Г. 2005. Похвала старению. *Отечественные записки*. 3 (24). <http://www.strana-oz.ru/?numid=24&article=1064>
- Денисенко М. Б. 2005. Тихая революция. *Отечественные записки*. 2005. 3(23). <http://www.strana-oz.ru/?numid=24&article=1062>
- Колумен Д. 2007. Третий демографический переход. *Демоскоп Weekly. Электронная версия бюллетеня «Население и общество»*: 299–300. [http://demoscope.ru/weekly/2007/0299/s\\_map.php#1](http://demoscope.ru/weekly/2007/0299/s_map.php#1)
- Рязанцев С. В. 2001. Роль миграции в демографическом развитии Западной Европы. *Народонаселение*. 2 (12): 53–64.
- Денисенко М. Б. 2004. Изменения в иммиграционной политике развитых стран. *Отечественные записки*. 4 (18): 222–236. <http://www.strana-oz.ru/?numid=19&article=915>

#### Дополнительная литература

- Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации 2008. 2009. *Россия перед лицом демографических вызовов*. М.: ПРООН. Гл. 6–9 [http://www.undp.ru/documents/NHDR\\_2008\\_Rus.pdf](http://www.undp.ru/documents/NHDR_2008_Rus.pdf)
- Вишневский А. Г. 2008. Многополярность и демография. *Россия в глобальной политике*. 1. <http://www.globalaffairs.ru/numbers/30/9126.html>
- Иванов С. 2006. Трудовая миграция: факторы и альтернативы. *Россия в глобальной политике*. 3. <http://www.globalaffairs.ru/numbers/20/5786.html>
- Деминцева Е. Б. 2006. Иммигрантские сообщества: опыт Франции. *Россия в глобальной политике*. 5. <http://www.globalaffairs.ru/numbers/22/6343.html>
- Balzacq T., Carrera S. 2005. Migration, Borders and Asylum. Trends and Vulnerabilities in EU Policy. *CEPS Policy Brief*. 80 (July).
- Fotakis C. 2003. *Demographic Ageing, Migration and the Challenge for Labor Market and Pensions*. OECD: Conference Jointly Organized by the European Commission and OECD.

**Тема 11. Постиндустриальное развитие, глобализация и будущее европейских социальных государств**

- Что такое глобализация? Как глобализация связана с социальной политикой? Выгоды от глобализации. Векторы влияния глобализации на социальную политику и социальные государства. Международные организации и социальная политика. Возможна ли глобальная социальная политика?
- Постмодернизм и постструктурализм. Постиндустриальное развитие. Общество риска (У. Бек). Новые технологии. Социальная политика в новых социально-экономических условиях.
- Новые тенденции в управлении социальной политикой. Приватизация и менеджериализм. Концепция «третьего пути» и её ограничения.

**Основная литература**

Эспин-Андерсен Г. 2006. Снова на пути к хорошему обществу? *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры*. 5 (осень — зима): 7–32. [http://www.spero.socpol.ru/docs/N5\\_2006.pdf](http://www.spero.socpol.ru/docs/N5_2006.pdf)

Pestieau P. 2006. *The Welfare State in the European Union. Economic and Social Perspective*. Oxford: Oxford University Press. Ch. 6.

Myles J., Quadagno J. 2002. Political Theories of the Welfare State. *Social Service Review*. 76: 34–57.

Swank D. 2005. Globalisation, Domestic Politics, and Welfare State Retrenchment in Capitalist Democracies. *Social Policy and Society*. 4: 183–195.

Bonoli G. 2007. Time Matters: Postindustrialisation, New Social Risks and Welfare State Adaptation in Advanced Industrial Democracies. *Comparative Political Studies*. 40: 495–520.

**Дополнительная литература**

Вишневский А. Г. 2008. Многополярность и демография. *Россия в глобальной политике*. 1. <http://www.globalaffairs.ru/numbers/30/9126.html>

Кангас О. 2008. Пенсии и пенсионные фонды в создании национального государства и национальной экономики (на примере Финляндии). *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры*. 8 (весна — лето): 101–118. [http://spero.socpol.ru/docs/N8\\_2008-101-118.pdf](http://spero.socpol.ru/docs/N8_2008-101-118.pdf)

Ларсен Т. П. 2008. Миф об «обществе работающих взрослых»: новое в дискурсе социальной политики в европейских государствах благосостояния. *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры*. 8 (весна — лето): 159–180. [http://spero.socpol.ru/docs/N8\\_2008-159-180.pdf](http://spero.socpol.ru/docs/N8_2008-159-180.pdf)

**Тема 12. Социальная политика в ЕС. Возможна ли единая европейская модель социального государства?**

- Социальные государства стран-членов ЕС: что их объединяет? Почему говорят о европейской социальной модели?
- Европейская социальная интеграция: больше, чем единый рынок? Основные структуры, в ведении которых находится социальная политика. Социальная повестка в ЕС: Протокол по социальной политике, Европейская стратегия занятости, Европейская социальная хартия. Открытый метод координации.

- Барьеры на пути создания единой европейской социальной модели. Механизмы, направления и ограничения конвергенции. Происходит ли дивергенция?

#### Основная литература

- Эспин-Андерсен Г. 2006. Снова на пути к хорошему обществу? *SPERO. Социальная политика: экспертиза, рекомендации, обзоры*. 5 (осень — зима): 7–32. [http://www.spero.socpol.ru/docs/N5\\_2006.pdf](http://www.spero.socpol.ru/docs/N5_2006.pdf)
- Holzinger K., Knill Ch. 2005. Causes and Conditions of Cross-National Policy Convergence. *Journal of European Public Policy*. 12: 775–796.
- Moreno L., Palier B. 2005. The Europeanisation of Welfare: Paradigm Shifts and Social Policy Reforms. In: Taylor-Gooby P. (ed.) *Ideas and Welfare State Reform in Western Europe*. New York, NY: Palgrave Macmillan; 145–175.
- Hemerijck A. 2002. The Self-Transformation of the European Social Model(s). In: Esping-Andersen G. (ed.) *Why We Need a New Welfare State*. Oxford: Oxford University Press; 173–213.

#### Дополнительная литература

- Hantrais L. 2007. *Social Policy in the European Union*. 3rd edn. New York, NY: Palgrave Macmillan. Ch. 1, 2, 10.
- Борко Ю. А. 2001. Социальная политика и экономическая интеграция: механизм взаимодействия. В сб.: Борко Ю. А., Буторина О. В. (ред.). *Европейский союз на пороге XXI века: Выбор стратегии развития*. М.: Эдиториал УРСС.
- Шмелев Н. П., Перская В. В. (ред.). 2008. *Приоритеты и ценности социально-экономической политики стран Евросоюза. Учебное пособие для вузов*. М.: Издательство РАГС.
- Европейская социальная хартия. 2000. М.: Международные отношения.

Гомьен Д. 1998. *Европейская конвенция о правах человека и Европейская социальная хартия*.

#### Основные документы

- Treaty establishing the European Economic Community (EEC) in Rome*. 1957.
- Treaty on European Union (EU) Signed in Maastricht in February 1992. *Agreement and Protocol on Social Policy*. 1992.
- Green Paper on European Social Policy — Options for the Union. 1993. *COM (93) 551*.
- White Paper on European Social Policy — A Way Forward for the Union. 1994. *COM (94) 333*. Signing of Amsterdam Treaty. 1997.

#### Ссылки на статистические данные и законодательство

Документация по социальной политике в ЕС <http://europa.eu/> (см. в Activities/Employment and Social Affairs).

Статистические данные по странам–членам ЕС на сайте Евростата <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

EUR-Lex, база данных по законодательству в ЕС <http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>

NATLEX, база данных законодательства различных стран по труду, социальной защите, правам человека [http://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex\\_browse.home?p\\_lang=en](http://www.ilo.org/dyn/natlex/natlex_browse.home?p_lang=en)

### Тематика эссе

Ниже приведен примерный перечень тем эссе, который может быть дополнен.

1. Почему все европейские государства социальные?
2. Значение индустриализации и модернизации в формировании социального государства.
3. Конкуренция с социалистической моделью развития и становление современных социальных государств Европы.
4. Роль государственного устройства и бюрократии в формировании определённых моделей государств благосостояния.
5. Типология государств благосостояния Г. Эспин-Андерсена и современный этап развития социальных государств.
6. Государство благосостояния: источник решения и создания социальных проблем?
7. Социальное государство: тормоз или двигатель экономического развития?
8. Когда государство выступает в качестве регулятора в социальной политике? (Разобрать государственное регулирование на примере одной из сфер социальной политики.)
9. Всегда ли глобализация ведет к снижению социальных стандартов и сокращению социального государства?
10. Как решается проблема гендерного неравенства в современных социальных государствах?
11. Будущее пенсионных систем в развитых странах: существует ли единственное решение этой проблемы?
12. Проблема социальной изоляции (исключённости) в социальной повестке ЕС.
13. Достоинства и недостатки открытого метода координации. (Рассмотреть на примере одной из сфер, в которых используется открытый метод координации.)
14. Открытый метод координации и европейская стратегия занятости.
15. Станет ли ЕС «социальным союзом»?

### Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

Ниже приведен примерный перечень вопросов, который может быть дополнен.

1. Что такое социальное государство (государство всеобщего благосостояния)? Все ли современные государства — социальные?
2. Назовите основные цели и задачи социальной политики.
3. Приведите примеры государственного вмешательства в экономику с целью повышения её эффективности и для достижения большей справедливости.
4. В чем отличие исторического развития социальной политики в Великобритании от Германии?
5. Значение индустриализации и экономического развития в зарождении социальных государств.



6. Роль мировых войн, экономического кризиса 1930-х годов и конкуренции с социалистическими странами после Второй мировой войны в становлении современных социальных государств Европы.
7. Вклад внутренних политических процессов в формирование социальных государств: значение профсоюзного движения и левых партий.
8. Типология государств благосостояния Г. Эспин-Андерсена и понятие «де-коммодификация».
9. Г. Эспин-Андерсен: государства благосостояния и социальная стратификация.
10. В чем причины различий в уровне социальных расходов в различных странах?
11. Что такое нетто-расходы на социальные нужды? Приведите примеры, чем и когда они отличаются от брутто-расходов на социальные нужды.
12. Каковы основные источники финансирования социальных расходов? Что такое фискализация социальной политики?
13. Взносы на социальное страхование и налоги на заработную плату: общее и отличия.
14. Какой рынок труда можно назвать идеальным?
15. Дайте определение безработицы. Как измеряется безработица?
16. Возможен ли рынок труда без безработицы? В чём состоит смысл понятия «всеобщая (полная) занятость»? Должно ли государство стремиться к обеспечению полной занятости?
17. Что такое активные и пассивные программы на рынке труда? Чем они отличаются друг от друга?
18. Каковы основные субъекты политики на рынке труда?
19. Назовите по крайней мере три основных подхода к определению бедности. В чем состоят достоинства и недостатки каждого из подходов?
20. Чем отличается социальная изоляция (исключённость) от бедности?
21. Какие формы поддержки населения используются в системе социальной защиты?
22. В чём суть проверки на нуждаемость? Достоинства и недостатки адресной социальной защиты.
23. Приведите примеры вертикального и горизонтального перераспределения доходов.
24. В чём отличие социального страхования от частного? Почему возникла потребность в социальном страховании?
25. От наступления каких рисков страхует пенсионное обеспечение? Чем отличается накопительный принцип финансирования пенсий от распределительного? В чём отличие системы с установленными выплатами от системы с установленными взносами?
26. Перечислите основные новации в пенсионной системе, которые предлагаются для решения проблемы финансовой неустойчивости в условиях старения населения.
27. Зачем нужно медицинское страхование? Сравните частное финансирование здравоохранения и обязательное медицинское страхование; обязательное медицинское страхование и бюджетное финансирование здравоохранения.
28. Особенности организации социального обслуживания в различных европейских странах.
29. Как можно измерить влияние социальной политики на население и домохозяйства?
30. В чём состоит так называемый парадокс перераспределения?
31. В чём заключается влияние социальной политики на общество?
32. Назовите положительные и отрицательные результаты для экономики функционирования социальных государств.

33. В чём состоит значение вопросов народонаселения, демографического развития для социальной политики?
34. Какие изменения за последние десятилетия произошли в области формирования семьи, брачного поведения, рождаемости и структуры семьи?
35. Что такое старение населения? Как определяются границы старости? Какое общество может считаться старым?
36. Назовите главные социально-экономические последствия старения населения.
37. Назовите основные виды миграции. Какова роль миграции в демографическом развитии европейских стран?
38. Основные направления миграционной политики в европейских странах: общее и отличия.
39. Охарактеризуйте основные подходы к определению глобализации.
40. Опишите основные векторы влияния глобализации на развитие европейских социальных государств.
41. Назовите основные международные организации в сфере социальной политики. Оцените возможности и перспективы международного сотрудничества в сфере социальной политики.
42. Что такое общество риска? Почему постиндустриальное развитие — вызов социальному государству?
43. Новые тенденции в управлении социальной политикой. Приведите примеры менеджериализма в социальной политике. В чём смысл концепции «третьего пути»?
44. Почему говорят о европейской социальной модели?
45. Охарактеризуйте на уровне ЕС процесс формирования социальной политики. Назовите основные структуры, в ведении которых находится социальная политика ЕС.
46. Перечислите барьеры на пути создания единой европейской социальной модели. Обсудите механизмы, направления и ограничения конвергенции.

### Методические указания студентам

При подготовке эссе следует иметь в виду, что структура письменной работы, как правило, подразумевает следующую композицию:

- Введение: постановка научной проблемы; формулирование гипотезы; обоснование выбора темы (политическая и научная значимость, взаимосвязь с важными проблемами международных отношений); формулирование цели раскрытия темы.
- Основная часть: раскрытие темы, опирающееся на обработанный материал; формулирование промежуточных положений и выводов, их аргументация.
- Заключение: обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием значения делаемых выводов для раскрытия тематики изучаемого курса.

## КОНФЕРЕНЦИИ

# The SASE Mini-conference «Price and Value in Markets and Firms»

SciencesPo., Paris, France, July 16–18, 2009

### Mini-Conference Theme<sup>1</sup>:

The mini-conference «Price and Value in Markets and Firms» aims to bring together scholars working in the field of price formation and valuation of goods to present their research. The valuation of goods is a crucial precondition for exchange and shifts the focus of research to the demand side of economic exchange. We welcome papers that deal with questions of valuation and price formation on markets, with the establishment of value in non-market exchange, or with issues of valuation and pricing in business firms.

### Organizers:

Jens Beckert  
Max-Planck-Institute for the Study of Societies, Cologne  
[Beckert@mpifg.de](mailto:Beckert@mpifg.de)

Patrik Aspers  
Max-Planck-Institute for the Study of Societies, Cologne  
[Aspers@mpifg.de](mailto:Aspers@mpifg.de)

### Host Network:

«Markets, Firms and Institutions»

### Events Calendar

#### Session I: Value Creation and Price Setting

**Scheduled Time:** Thursday, July 16, 1:30pm – 3:00pm, Building: 56 rue des Saints-Pères: Salle 103

#### Session Participants:

*Morphology of Local Markets and Price Setting: The Case of the Funeral Market in France*

Pascale Trompette, Grenoble Université

Olivier Boissin, Grenoble Université

---

<sup>1</sup> Мини-конференция проходила в рамках ежегодной встречи Общества по развитию социэкономии (Society for the Advancement of Socio-Economics, SASE). Тема встречи в 2009 г. — «Капитализм в условиях кризиса: что дальше? Экономическое регулирование и социальная солидарность после краха финансового капитализма» («Capitalism in Crisis: What's Next? Economic Regulation and Social Solidarity After the Fall of Finance Capitalism»).

*Reputation Dynamics and Prices: The Case of Bordeaux Wine Futures*

Pierre-Marie Chauvin, University of Bordeaux

*What Lies Beneath: Discourse and the Creation of Value in Markets*

Shahzad Mumtaz Ansari, University of Cambridge and Erasmus University

Kamal Munir, Judge Business School, University of Cambridge

Violina Rindova, McCombs School of Business

**Discussant:**

Mark Zbaracki, University of Western Ontario

**Session II: Pricing in Aesthetic Markets**

**Scheduled Time:** Friday, July 17, 8:45am – 10:15am, Building: 13 rue de l'Université: Salle Erignac

**Session Participants:**

*Price Formation on the Market of Singular Products*

Lucien Karpik, Ecole des Mines de Paris

Raymond Aron, L'École des hautes études en sciences sociales

*The Social Construction of the Meanings of Price: How Do You Price Your Own Production?*

Sarah Sparke, University of Bath School of Management

*Pricing Looks: The Gendered Production of Value in Fashion Modeling*

Ashley Mears, New York University

*Changing Evaluation: The Formation of Contemporary Art Prices since 1870*

Pierre Francois, French National Center for Scientific Research

**Discussant:**

Patrik Aspers, Max Planck Institute for the Study of Societies

**Session III: Controlling and Negotiating Value Categories**

**Scheduled Time:** Friday, July 17, 10:30am – 12:00pm, Building: 13 rue de l'Université: Salle J-208

**Session Participants:**

*Audience Structure and the Development of Schemas and Category Systems in Markets*

Ozgecan Kocak, Sabanci University

Michael T. Hannan, Stanford University

Greta Hsu, University of California

*Market Value and Control of Markets by Firms*

Sophie Dubuisson-Quellier, Centre de Sociologie des Organisations

*The Price of Values: Institutions, Tools, and Models in the Valuation of Social Responsibility*

Fabrizio Ferraro, Business School of the University of Navarra

Daniel Beunza, Columbia University

**Discussant:**

David Stark, Columbia University

**Session IV: Practice, Work and Value**

**Scheduled Time:** Friday, July 17, 1:45pm – 3:15pm, Building: 56 rue des Saints-Pères: Salle 103

**Session Participants:**

*Reflexive Modeling*

David Stark, Columbia University

*The Role of the Financial World in the Price Formation of Complex Objects*

Gery Deffontaines, French National Center for Scientific Research

*Price, Value and the Marginal Role of the Sales Force: Lessons from Work and Practice*

Mark Zbaracki, University of Western Ontario

Mark Bergen, University of Minnesota

**Discussant:**

Pierre Francois, French National Center for Scientific Research

**Session V: Value in Financial Markets**

**Scheduled Time:** Saturday, July 18, 1:30pm – 3:00pm, Building: 13 rue de l'Université: Salle Erignac

**Session Participants:**

*Proust's Portfolio: Value, Meaning and Identity*

Elisabeth Harrington, Max Planck Institute for the Study of Societies

*The Social Construction of Investor Capitalism: Explaining the Rise in Retail Investing in Kenya, 2006–2008*

Christopher Yenkey, Cornell University

*Sketch of Derivation*

Vincent Antonin Lepinay, Massachusetts Institute of Technology

Michel Callon, Centre de Sociologie de l'Innovation

**Discussant:**

Jens Beckert, Max Planck Institute for the Study of Societies

## КОНФЕРЕНЦИИ

# Первый российский экономический конгресс (РЭК–2009)

МГУ, Москва, 7–12 декабря 2009 г.

Новая экономическая ассоциация (НЭА) и Секция экономики Отделения общественных наук РАН проводят первый Российский экономический конгресс (РЭК–2009), который состоится в Москве 7–12 декабря 2009 г. в зданиях Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова.

В рамках конгресса планируется провести 24 круглых стола и более 60 секций по актуальным темам экономической науки, а также организовать специальную конференцию, посвящённую глобальному экономическому кризису, и конференции молодых учёных Российской Федерации.

Дополнительную информацию смотрите на сайте Ассоциации <http://www.econorus.org>

### Программная секция «Экономическая социология»

#### Сессия «Экономическая социология»

(модератор — д. э. н. Вадим Валерьевич Радаев)

*Слом модели экстенсивного роста в российской торговле в условиях кризиса*

Радаев Вадим Валерьевич, Государственный университет — Высшая школа экономики

*Социальные причины сверхвысокого спада производства на российских промышленных предприятиях*

Косалс Леонид Янович, Государственный университет — Высшая школа экономики

*Финансовое поведение в условиях кризиса*

Задорин Игорь Вениаминович, Исследовательская группа «Циркон»

#### Сессия «Гражданское общество и экономическое развитие»

(модератор — д. э. н. Юрий Григорьевич Павленко)

*Российский некоммерческий сектор в экономическом измерении*

Якобсон Лев Ильич, Государственный университет — Высшая школа экономики

*Социально-экономические проблемы бюрократии*

Альпидовская Марина Леонидовна, ГОУ ВПО «Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации»

*Практики филантропии в России и качество жизни*

Мерсиянова Ирина Владимировна, Государственный университет — Высшая школа экономики

*Социальная ответственность бизнеса в условиях глобализации и социализации рыночной экономики*

Данилова Ольга Викторовна, ГОУ ВПО «Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации»

## **Круглый стол «Социальная структура российского общества»**

**Сессия «Социальная структура и политическая система»**

**(модератор — д. э. н. Вадим Валерьевич Радаев)**

*Социальная структура и политическая система современного российского общества*

Крыштановская Ольга Викторовна, Институт социологии РАН

*Социальная структура России и перспективы экономического развития страны*

Тихонова Наталия Евгеньевна, Институт социологии РАН

Малева Татьяна Михайловна, Независимый институт социальной политики

**Социальная структура современной России — фактор стагнации или развития?**

**(модератор — академик Татьяна Ивановна Заславская)**

*Роль преуспевающих предпринимателей и менеджеров в социально-групповой и институциональной структуре России*

Шабанова Марианна Андриановна, Государственный университет — Высшая школа экономики

*Эволюция социально-политической структуры российского общества за последние 20 лет — потрясения и стабильность*

Ясин Евгений Григорьевич, Государственный университет — Высшая школа экономики

*Дилеммы российской элиты: между институциональной адаптацией и модернизацией*

Гудков Лев Дмитриевич, Аналитический центр Юрия Левады

# Contents and Abstracts

Editor's Foreword (*Vadim Radaev*) ..... 4

## Interviews

Interview with Immanuel Wallerstein: The System of Knowledge Turned Out to Be in a Crisis as well...  
(translated by *Dmitry Krylov*) ..... 7

## New Texts

*Denis Strebkov, Andrey Shevchuk*

Freelancers in E-markets: A Role of Social Ties ..... 11

### Abstract

The study deals with e-markets for self-employed professionals (freelancers). These highly competitive markets emerge in a still weakly regulated cyberspace with virtual interactions. However, market ties between freelancers and their clients are not established as arm's-length but largely as embedded ties. Social capital of freelancers becomes an effective instrument for finding the clients, raising earned income and reducing the moral hazards of opportunism. Empirical data are collected from an online standardized survey of more than 8 thousand freelancers, conducted by the authors in December 2008 at Free-lance.ru.

*Keywords:* self-employment; freelancers; e-markets; social capital.

## New Translations

*Harrison White*

Markets and Firms: Notes Towards the Future of Economic Sociology (translated by *Maria Dobryakova*).. 33

### Abstract

The paper suggests an original approach to production markets considered as social constructions. A stylized model of pure competition is criticized. Within each market each producing organization learns how to seek a distinctive niche for its output commitments and product quality among a nest of peers. Active guidance comes from watching actions of these other peers as signals of that market. They reproduce themselves as molecules built from these firms as atoms arranged in a linear way as an array of market niches.

The paper describes general setting and a signaling mechanism around which the market molecule builds up. It also presents major results for an equilibrium model and its path dependencies. Finally, the paper explores possible switches in orientation along stream of goods and its evolutions over time.

*Keywords:* production markets; firms; signaling mechanism; structural approach; market roles.



## Insight from the Regions

*Olga Fadeeva*

Land Issues in Rural Areas: Could a Moment of Truth Ever be Reached? ..... 50

### *Abstract*

The paper is devoted to history and present status of land relations in rural areas of Russia. It also studies collisions of divergent interests of agricultural producers originated from the uncertainty of property rights to land and competitive struggles for the best resources. As far as full-scale market relationships for land does not exist and “virtual” joint shared ownership prevails in Russia it is reasonable to speak about the formation of local markets for land rental where the competition turns out to be among large agricultural producers and farmers and where informal agreements preventing land turnover and protecting interests of tenantry are concluded. Thus, the informal system of agreements and compromises helps to compensate for the weaknesses of formal mechanisms for land tenure. Nevertheless, the barriers to transformation of land into capital assets dramatically hinder diffusion of innovations in agriculture development.

*Keywords:* transformation of land relation system; land share; joint shared ownership; agriculture producers; innovation development of agriculture.

## Debate Studies

*Maksim Markin*

Socially Oriented Formation of Business Relations: Partner Selection in Russian Retailing ..... 72

### *Abstract*

The paper is devoted to formation of social relations among firms. To explain how business relations emerge of the author examines selection criteria used by retailers and their suppliers for finding exchange partners in the contemporary Russian consumer markets. Based on the structural (network) perspective in economic sociology the paper demonstrates that business partner selection mechanism is a complex procedure which cannot be reduced to evaluation of profitability of transactions but has to take into account identity of exchange partners. Empirical data were collected from a standardized survey of 500 managers of retailers and their suppliers in five cities of Russia.

*Keywords:* business relations; social embeddedness; retailing.

## Professional Reviews

*Ekaterina Gladnikova*

A Review of Research Approaches to Private Intergenerational Transfers ..... 93

### *Abstract*

The paper presents a review of methodological approaches and empirical research on intergenerational transfers. Economic, sociological and demographic perspectives are considered. The focus is made on the overseas literature supplemented with some results of relevant research on Russia.

*Keywords:* interfamily (intergenerational) transfers; exchange models; altruism patterns; reciprocity; social networks.

## **New Books**

*Svetlana Barsukova*

Russian Big Business: Large and Informal (A Book Review: Pappe, Yakov Sh. and Yana S. Galukhina. 2009. Russian Big Business: The Initial 15 years. Economic Chronicles 1993–2008. M.: SU–HSE) ..... 111

## **Research Projects**

Monitoring of Households Behaviour (headed by *Vadim Radaev*) ..... 118

## **Syllabi**

*Oksana Sinyavskaya*

European Welfare State and Its Transformation under Globalization and Migration ..... 121

## **Conferences**

The SASE Mini-conference “Price and Value in Markets and Firms”, Paris, July 16–18, 2009 ..... 139

1st Russian Economic Congress, Moscow, December 7–9, 2009 ..... 142

Contents and Abstracts ..... 144

About the Authors..... 147

## About the Authors

### **Wallerstein, Immanuel**

Senior Research Scholar, Sociology Department, Yale University

[immanuel.wallerstein@yale.edu](mailto:immanuel.wallerstein@yale.edu)

### **Strebkov, Denis**

Candidate of Science in Sociology, Assistant Professor, Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology Research, Department of Economic Sociology, State University — the Higher School of Economics

[strebkov@nm.ru](mailto:strebkov@nm.ru)

### **Shevchuk, Andrey**

Candidate of Science in Economics, Assistant Professor, Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology Research, Department of Economic Sociology, State University — the Higher School of Economics

[andreyshevchuk@mail.ru](mailto:andreyshevchuk@mail.ru)

### **White, Harrison**

Giddings Professor of Sociology, Department of Sociology, Columbia University

[hcw2@columbia.edu](mailto:hcw2@columbia.edu)

### **Fadeeva, Olga**

Senior Research Fellow, Institute of Economics and Industrial Engineering of Siberian Branch of the RAS

[fadeeva@ieie.nsc.ru](mailto:fadeeva@ieie.nsc.ru)

### **Markin, Maksim**

MA student, Department of Sociology; Junior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology Research, State University — the Higher School of Economics

[mmarkin@hse.ru](mailto:mmarkin@hse.ru)

### **Gladnikova, Ekaterina**

Graduate student, Department of Sociology, State University — the Higher School of Economics

[goldenglad@yandex.ru](mailto:goldenglad@yandex.ru)

### **Barsukova, Svetlana**

Doctor of Science in Sociology, Professor, Department of Economic Sociology, State University — the Higher School of Economics

[svbars@mail.ru](mailto:svbars@mail.ru)

### **Sinyavskaya, Oksana**

Candidate of Science in Economics, Assistant Professor, Deputy Director, Department of International Economic Organizations and European Integration, State University — the Higher School of Economics, Independent Institute for Social Policy

[o.sinyavskaya@socpol.ru](mailto:o.sinyavskaya@socpol.ru)