

Т. 11. № 5. Ноябрь 2010

www.ecsoc.msses.ru; www.ecsoc.hse.ru



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

ISSN 1726-3247

Читайте в номере:

Интервью с Дэвидом Старком

Интервью с Тедой Скочпол

Мерсиянова И. В. Участие россиян в денежных пожертвованиях: факторы и уровень вовлечённости

Уайт Х. Откуда берутся рынки?

Карабчук Т. С. Непостоянная занятость: исходные представления и проблемы измерения в России



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

Главный редактор:	Радаев Вадим Валерьевич
Редактор выпуска:	Соколова Татьяна Виленовна
Вёрстка:	Мишина Мария Евгеньевна
Сотрудники редакции:	Бердышева Елена Сергеевна Котельникова Зоя Владиславовна
Корректор:	Хорошкина Саида Махмудовна

Редакционный совет

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

Содержание

Вступительное слово главного редактора (*В. В. Радаев*) 5

Интервью

Интервью с *Дэвидом Старком*:

«Одним из самых увлекательных процессов является соединение американского сетевого анализа и французской акторно-сетевой теории» (перевод *А. А. Куракина*) 8

Интервью с *Тедой Скочпол*:

«Я всегда была частью двух профессиональных областей — социологии и политологической науки» (перевод *Д. А. Крылова, Г. Е. Логинова*) 19

Новые тексты

И. В. Мерсиянова

Участие россиян в денежных пожертвованиях: факторы и уровень вовлечённости 26

Новые переводы

Х. Уайт

Откуда берутся рынки? (перевод *Г. Б. Юдина*) 54

Взгляд из регионов

Р. А. Долженко

Особенности взаимосвязи системы трудовой мотивации персонала и организационной культуры коммерческих банков Алтайского края 84

Дебютные работы

В. В. Галиндабаева

Институты и их роль в снижении неопределённости на рынке услуг по уходу за детьми 108

Профессиональные обзоры

Т. С. Карабчук

Непостоянная занятость: исходные представления и проблемы измерения в России 123

Новые книги

М. Е. Маркин

Даём полезные советы, как выстроить сеть взаимовыгодных связей.

Рецензия на книгу: Феррацци К. Никогда не ешьте в одиночку и другие правила нетворкинга (М.: Манн, Иванов, Фербер, 2009)..... 151

Исследовательские проекты

Т. С. Карабчук

Студенческие сравнительные исследования по проблемам

рынка труда Германии и России (руководители — Я. М. Рощина и Х. Грунерт)..... 157

Учебные программы

И. В. Павлюткин, И. С. Чириков

Основные социологические подходы к анализу организаций 161

Конференции

М. Е. Маркин, Е. А. Назарбаева

Международная конференция по проблемам предпринимательства,

семейного бизнеса и инноваций, Анкара (Турция), 21–23 октября 2010 г. 178

В. А. Запара

Без сложностей перевода. Франко-российская конференция

«Экономика, политика, общество: новые вызовы, новые возможности»,

ГУ ВШЭ, Москва (Россия), 28–29 октября 2010 г. 182

Contents and Abstracts 186

About the Authors 189

VR ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Не вся наша жизнь состоит из праздников. Случаются в ней и менее радостные события. Мы должны сообщить о неприятности, произошедшей с нашим Общероссийским конкурсом работ по экономической социологии-2010. Напомним, что одним из победителей конкурса в номинации «Взгляд из регионов» стала Эльмира Наберушкина (Саратов), чья работа «Будут ли города доступны для всех? Социально-экономический анализ практик конструирования городского пространства» заняла 2-е место. К сожалению, впоследствии внешний рецензент обнаружил в данной работе элементы плагиата, не позволяющие считать статью совершенно самостоятельным авторским текстом. Мы вынуждены аннулировать результаты конкурса в данной части и отказаться от обязательств по публикации материала. Просим авторов внимательнее относиться к присылаемым материалам и соблюдать принятые нормы академической этики. Надеемся, что подобные коллизии более не повторятся.

Расскажем о содержании нового номера.

В рубрике «**Интервью**» предлагается беседа с *Дэвидом Старком* (David Stark), профессором Колумбийского университета (США). Я записал её в Софии, во время конференции экономсоциологов «Рынки как сети», где Старк выступал в качестве ключевого докладчика. Напомним, что в далёком 2001 г. именно с беседы со Старком в Амстердаме началась длинная серия интервью с ведущими мировыми экономсоциологами, позднее опубликованная в книге «Экономическая социология: автопортреты» (2006). Сейчас, спустя много лет, Старк рассуждает об изменениях, произошедших в структуре современных экономико-социологических исследований, о наиболее важных работах последних лет, проясняет свою позицию в развернувшемся споре между концепциями Грановеттера и Каллона, наконец, кратко рассказывает об идеях своей последней книги «Смысл диссонанса». Помимо первого интервью, мы уже публиковали переводы нескольких ключевых статей Старка и первую главу его новой книги. Благодаря любезности автора, как правило, его работы выходили в нашем журнале даже раньше, чем публиковались в англоязычных изданиях. Так было и со статьёй, размещённой нами в прошлом номере журнала (том 11, № 4, 2010), где Д. Старк вместе со своим венгерским соавтором Б. Ведрешем анализирует особые сетевые топологии, названные структурными складками.

Мы также публикуем весьма интересное интервью с одной из самых известных представительниц политической социологии — *Тедой Скочпол* (Theda Skocpol), профессором Гарвардского университета (США). Именно во многом благодаря её трудам произошло «возвращение государства» в социологические исследования. Добавим, что её изыскания тесно пересекаются с исследованиями приверженцев политико-экономического подхода в социологии, прежде всего Питера Эванса (Peter Evans). Профессор Скочпол рассказывает о том, как она изучает деятельность администрации Барака Обамы, и о своих планах на будущее.

В рубрике «**Новые тексты**» публикуется статья о благотворительности «Участие россиян в денежных пожертвованиях: факторы и уровень вовлечённости». Её автор, *И. В. Мерсиянова* (ГУ ВШЭ), на основе эмпирического материала пытается представить картину вовлечённости россиян в благотворительные пожертвования, проанализировать масштабы этих пожертвований и факторы, влияющие на активность доноров, провести внутреннюю дифференциацию данной группы, раскрыть структурные характеристики наблюдаемых явлений.

В рубрике «**Новые переводы**» мы возвращаемся к нашему циклу «Классика новой экономической социологии». Нас ожидает легендарная статья профессора *Харрисона Уайта* (Harrison White) (Колумбийский университет, США) «Откуда берутся рынки», опубликованная в «American Journal of Sociology» в 1981 г. По конвенции, именно от этой статьи ведётся отсчёт экономико-социологических исследований в рамках сетевого подхода (хотя отдельные статьи, использующие сетевой анализ, публиковались и ранее). Перевод подготовлен *Г. Б. Юдиным*. Ранее мы публиковали другую, более позднюю статью Уайта (том 10, № 5, 2009), где он развивает свои идеи. Чтение работ Уайта — дело непростое. Однако мы надеемся, что усилия читателей будут вознаграждены.

В рубрике «**Взгляд из регионов**» публикуется статья *Р. А. Долженко*, доцента кафедры экономики, социологии труда и управления персоналом Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия). Статья посвящена изучению взаимосвязи системы трудовой мотивации персонала и организационной культуры коммерческих банков. Анализ проводится на примере банков г. Барнаула Алтайского края. Автор пытается дать ответы на вопросы о том, как может выглядеть указанная взаимосвязь и как можно учитывать влияние ценностей организационной культуры определённого типа при построении системы трудовой мотивации персонала банка.

В рубрике «**Дебюты**» мы предлагаем работу *В. В. Галиндабаевой*, аспирантки Европейского университета в Санкт-Петербурге, «Институциональный изоморфизм и его роль в регулировании рынка услуг по уходу за детьми». В этом году она заняла второе место в общероссийском конкурсе нашего журнала. В статье рассматривается проблема институционализации рынка услуг по индивидуальному уходу за детьми. Опираясь на работу Дж. Акерлофа и на теорию институционального изоморфизма П. Димаджио и У. Пауэлла, автор пытается объяснить феномен заимствования агентствами по найму персонала введённых государством правил.

В рубрике «**Профессиональные обзоры**» публикуется материал *Т. С. Карабчук* о непостоянной занятости. В нём представлены основные подходы к определению и измерению непостоянной занятости. Автор следует за определениями этого вида занятости, принятыми *Международной организацией труда (МОТ)* и *Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)*, которые позволяют проводить международные сопоставления, сравнивая данные статистики разных стран. Анализируются особенности правового регулирования в разных странах исследуемой формы занятости, особый акцент делается на ситуации в России.

В рубрике «**Новые книги**» вашему вниманию предлагается рецензия на книгу: К. Феррацци «Никогда не ешьте в одиночку и другие правила нетворкинга» (М.: Манн, Иванов и Фербер, 2009). Прочитав её, вы решите для себя, могут ли советы матёрого бизнесмена быть полезны экономсоциологу. Автор рецензии — *М. Е. Маркин* (ГУ ВШЭ).

Рубрика «**Исследовательские проекты**» информирует о проекте «Русско-немецкие студенческие исследования рынка труда и занятости в России и Германии: сравнительный анализ», реализованном в 2008–2009 годах. Его цель заключалась в проведении студентами факультета социологии ГУ ВШЭ и факультета социологии Университета Мартина Лютера, г. Галле (Martin-Luther-Universität Halle) совместных сравнительных исследований по проблематике рынка труда на идентичных базах данных по обследованиям домохозяйств. Руководителями и организаторами проекта выступили с российской стороны *Я. М. Рощина* и *Т. С. Карабчук* (ГУ ВШЭ), с немецкой стороны — *Холле Грунерт* (Holle Grunert) и *Бернадетте Йонда* (Bernadette Jonda) из Университета Мартина Лютера, г. Галле.

В рубрике «**Учебные программы**» мы предлагаем вашему вниманию новую программу молодых преподавателей ГУ ВШЭ *И. В. Павлюткина* и *И. С. Чурикова* «Основные социологические подходы к ана-

лизу организаций». Курс, представляющий собой введение в социологию организаций, начал читаться осенью 2010 г. на факультете социологии ГУ ВШЭ.

Наконец, в рубрике «**Конференции**» *М. Е. Маркин* и *Е. А. Назарбаева* рассказывают о своём участии в прошедшей в октябре 2010 г. в Университете Чанкая (Çankaya University) в Анкаре (Турция) Международной конференции по проблемам предпринимательства, семейного бизнеса и инноваций (International Conference on Entrepreneurship, Family Business and Innovation).

В конце октября состоялось и ещё одно важное событие: в стенах Высшей школы экономики прошла Франко-российская конференция «Экономика, политика, общество: новые вызовы, новые возможности». Она стала самой крупной научной конференцией в социальных и экономических науках в истории сотрудничества двух стран. *В. А. Запара* рассказывает о том, как на этой конференции работала секция по экономической социологии.

* * *

Пользуясь случаем, хочу ещё раз поблагодарить всех наших коллег, которые пришли на десятилетие журнала, — не только за поздравление, но и за состоявшееся серьёзное, заинтересованное обсуждение журнальных проблем.

ИНТЕРВЬЮ

Интервью с Дэвидом Старком: «Одним из самых увлекательных процессов является соединение американского сетевого анализа и французской акторно-сетевой теории»



СТАРК Дэвид (Stark, David) — профессор социологии и международных отношений, декан факультета социологии Колумбийского университета (Нью-Йорк, США).

Email: dcs36@columbia.edu

Перевод с англ.
А. А. Куракина

— *Итак, Дэвид, уже восемь лет минуло с тех пор, как мы встретились в Амстердаме, где я записал интервью с Вами. Оно стало первым в большой серии интервью с ведущими мировыми учёными. Тогда мы обсуждали основные подходы и течения в современной экономической социологии, и Вы упомянули несколько направлений, как то: сетевой анализ, экологический подход к анализу организаций, институционализм и так называемую социологию рационального выбора. А что Вы скажете сейчас, в конце десятилетия? Как теперь выглядит это исследовательское поле в целом?*

— У меня, конечно, нет перед глазами того интервью, и я не помню точно, что я тогда говорил...

— *Я специально просматривал его и точно воспроизвожу представленную тогда классификацию.*

— То, о чём я говорил тогда, имеет под собой основание и ныне. Я думаю, за последние восемь лет социология рационального выбора перестала быть реальным претендентом на лидирующие позиции в экономической социологии, и сейчас она располагается на обочине дисциплины. Мне представляется, что причина этого коренится в фундаментальных положениях, которых мы придерживаемся, будучи социологами. Я полагаю, что для социологов индивид не может быть нередуцируемой единицей анализа. Такой единицей всё же является социальное отношение. И я думаю, что это направление уже вне игры. Социология рационального выбора, методологический индивидуализм, оказались неспособны добиться по-настоящему мощного влияния в экономической социологии. Возможно, в этом причина.

— *Но, по крайней мере, Джеймс Коулман (James Coleman) не был таким уж индивидуалистом. Его программная цель — ввести в анализ социальную структуру. Что же случилось после его смерти? Последователей не нашлось?*

— Да, верно. Но так произошло, потому что Коулманом был сделан уклон в сторону выбора и принятия решений. И я думаю, социологи справедливо не переоценивают важность выбора и принятия решений в социальной

жизни. Мы понимаем, что это важно, но проблема в том, что мы выделяем иные аспекты. Возможно, моя оценка причины неверна, но я не вижу, чтобы социология рационального выбора была на переднем крае дисциплины. Хотя восемь лет назад казалось, что она реально претендует на роль одного из ведущих направлений. Я ответил на вопрос?

— Да, вполне.

— Другие три направления очень интересны, они остаются энергичными и динамичными: институционализм, организационная экология и сетевой анализ. И каждое из них очень важное. Начнём с институционализма. По-моему, он по-прежнему играет очень серьёзную роль, хотя круг рассматриваемых им проблем изменился. Многие, особенно молодые исследователи, работающие в этой традиции, в меньшей степени задаются вопросами о диффузии, изоморфизме, которые уже получили признание: это не открыло бы новые области. И поэтому новые работы чаще задаются вопросами о том, как изменяются институты, откуда берутся новые институциональные формы, как они прокладывают себе дорогу, сохраняются и замещаются, и так далее. Так что в этой области ещё ожидаются интересные исследования.

Возможно, в своей собственной работе я всё больше и больше отхожу от институционализма. Знаете, в книге, написанной совместно с Виктором Ни (Viktor Nee) [Stark, Nee 1989], я занимался институциональным анализом государственного социализма, и в то время ощущал себя комфортно под этим ярлыком. Отчасти потому, что в бывших социалистических странах это был период интенсивных институциональных изменений. Сегодня же я вижу новые идеи, которые, по-моему, затруднительно реализовать в рамках институционализма.

— *Кстати, если исследователи так заинтересованы в изучении институциональных изменений, они должны ехать в развивающиеся, трансформирующиеся страны — посткоммунистические или страны БРИК¹, но я не вижу роста интереса в этой области; даже наоборот — интерес уменьшается. В чём причина?*

— Со стороны исследователей в развитых рыночных странах?

— Да.

— Да, действительно; наверное, это так.

Про организационную экологию я, вероятно, знаю меньше всего из упомянутых четырёх направлений, ибо слежу за ней менее пристально. Я уверен, что есть ученики Майкла Хэннана (Michael Hannan), и Джона Фримена (John Freeman), и других.

— *Ховарда Олдрича (Howard Aldrich), например.*

— Олдрича и других, кто проводит интересные исследования.

— *Но они держатся немного в стороне от остальных, если я правильно понимаю?*

— Да, это так.

— *Они близки к эволюционной экономической теории и также, в какой-то степени, к сетевому подходу.*

¹ Бразилия, Россия, Индия и Китай. — *Примеч. ред.*

— Вы правы. Одно из интересных направлений в этой области связано с тем, что Майк Хэннан (с группой единомышленников) стал изучать процесс познания и категоризации [Hsu, Kosak, Hannan 2009; Hannan 2010; Negro, Hannan, Rao 2010; Polos, Hannan, Hsu 2010;]. Я имею в виду то, что если читать Майка Хэннана сейчас, ничего не зная о его предыдущих работах, можно подумать, что он находится под сильным влиянием постмодернизма. Он был бы последним, кто с этим согласился; и я вовсе не имею в виду какое-либо пренебрежение, но этих исследователей очень интересует вопрос, откуда берутся новые категории. Используя формы нечёткой логики (*fuzzy logic*), новые виды методологических инструментов, они анализируют, откуда берутся новые категории.

— *Вы имеете в виду лингвистическую сторону вопроса?*

— Это границы лингвистического способа анализа. Вы правы.

— *Я помню, что Харрисон Уайт (Harrison White) был очень заинтересован такими лингвистическими работами и пытался использовать их при изучении рынков и управленческого поведения. Это как-то связано или речь идёт о чём-то другом?*

— Работы Харрисона находятся больше в русле социолингвистики. Он анализирует, что происходит, когда мы переключаемся с одного образа действий (*mode*) на другой, и какого рода социальное окружение способно усилить эти формы переключений. Его работа совместно с Анн Миш (Ann Mische) была крайне интересной в этом аспекте [Mische, White 1998]. У него есть особое понятие публичной сферы, где акторы временно отбрасывают свои повседневные принципы и способны в этих случаях переключаться между различными смысловыми схемами (*frames of reference*). Таким образом, можно провести интересные параллели между его работой и исследованиями порядков обоснования ценности (*orders of worth*) Люка Болтански (Luc Boltanski) и Лорана Тевено (Laurent Thévenot) [Boltanski, Thévenot 2006]. Лично я нахожу это очень и очень полезным.

— *Действительно. А сетевой анализ процветает?*

— Да, он процветает. Я не помню, что в прошлый раз говорил о социальных исследованиях науки и исследованиях науки и технологии, но полагаю, что на данный момент одним из самых увлекательных процессов, которые я вижу на горизонте, является соединение американского сетевого анализа и французской акторно-сетевой теории (*actor network theory*), потому что французская акторно-сетевая теория действительно впечатляет. Думаю, что в своей сетевой части она не очень разработана методологически, но способна предложить кое-что иное. Так что позвольте мне сказать пару слов об акторно-сетевой теории.

— *Да, это важно. Но методологически она другая. Лишь используется одинаковый термин — «сеть».*

— Согласен, методологически она другая. Но я полагаю, благодаря этому различию, когда что-либо происходит на пересечении двух данных подходов, это обещает быть увлекательным. Итак, давайте я немного расскажу об этой теории. Прежде всего, к сожалению, название «акторно-сетевая теория» способно ввести в заблуждение, потому что к ней подходят с интуитивным представлением о том, что существует некий актор (вроде человека) и существует сеть, которая что-либо совершает через этого актора. Но это всего лишь название, и оно означает прямо противоположное. Более правильным, улавливающим действительный дух этого теоретического подхода, было бы название «теория сети-актора» (*network actor theory*). Должно быть неременное понимание того, что актором является именно сеть.

Это означает не то, что у нас есть индивиды, которые являются акторами и действуют в рамках сети. Единицей действия является сама сеть.

— *Этот подход может оказаться неспособным заменить функцию «действие» (acting) на что-либо ещё, потому что в действии нет актора.*

— Мыслящего актора в традиционном смысле нет. Актор — это сеть. Далее, важно понять, как мы можем соединить эти два элемента... Я могу ошибаться, но ключевым положением здесь является то, что релевантными сущностями, составляющими общество, не могут быть одни лишь индивиды. Существуют объекты, идеи и другие вещи, которые не являются людьми: это инструменты, это организация пространства с использованием всевозможных инструментов. И вот такая комбинация, сеть, состоящая из людей и *не людей* (*non-humans*), совершает действия. Сейчас я буду делать нечто, что будет трудно воспроизвести в интервью. Я держу в руках текст и хочу спросить у Вас, что я делаю. Итак, что я делаю?

— *Вы держите в руках текст.*

— И?

— *И читаете.*

— Да. Это стандартный ответ. И если мы сосредоточимся только на человеке, тогда это было бы логичным заключением. Но сейчас я собираюсь надеть очки. Единственно возможной социотехнической сетью, которая может читать, является сеть «Дэвид, очки и текст». Социотехническая сеть «Дэвид и текст» не может читать, и социотехническая сеть «очки и текст» тоже не может читать, однако действие (*agency*) здесь распределено. Это в самом деле распределённое действие. Действие заключено не только во мне. Я не могу его совершить в отсутствие этих инструментов. Короче, без них я не могу читать. Могу держать эту статью, могу размахивать ей, могу обмахиваться ею. Впрочем, обмахиваться я могу только с помощью руки, а если у меня уже есть статья, я могу открыть и иное её свойство... Вот здесь и заложен фундаментально иной взгляд.

— *Этот момент очень интересен. Я имею в виду вовлечение не людей в сетевой анализ. Однако трудно согласиться с позицией, согласно которой люди и нечеловеческие объекты наделяются одинаковым статусом.*

— Да, но я стараюсь решить эту проблему, например, в ходе своей преподавательской деятельности, потому что я не клялся на Библии, что акторно-сетевая теория может быть адекватна для всех возможных ситуаций. Я не должен утверждать, будто очки могут действовать самостоятельно. На самом деле, не думаю, что и Мишель Каллон (Michel Callon) с Брюно Латуром (Bruno Latour) стали бы заявлять такое. Они некоторым образом устанавливают эту симметрию, чтобы привлечь наше внимание к этой проблеме. Что бы они ни делали, я твёрдо уверен в том, что если мы не будем учитывать различия или сходства, или прямую симметрию между людьми и нечеловеческими общностями, мы непременно упустим фундаментальную идею о том, что действие является распределённым. А рассматривая действие как распределённое, мы начинаем обращаться с его человеческой частью и технологической частью, как со сходными объектами. В беседах мне говорят: «Всё это возможно, но ведь Вы знаете, что этот стол не обладает волей, у него нет стремлений, и у Ваших очков нет стремлений, у них нет воли. Только люди обладают ими».

— *Да, а Вы используете их для определённых целей.*

— Именно. Ещё я обычно показываю, как очень небольшое различие способно помочь увидеть и понять эту идею. Итак, если перейти от человеческого существа (*human being*) или человеческих существ к существованию в качестве человека (*being human*), мы уже способны увидеть, что существование в качестве человека подразумевает использование инструментов и технологий. Мы в принципе не можем действовать в обществе, не можем быть людьми в отсутствие «внечеловеческих» объектов. Они являются неотъемлемой частью нашего общества. Мы являемся людьми, но чтобы быть людьми, мы должны установить социальные отношения с технологиями вокруг нас.

Итак, я сказал, что происходит при соединении сетевого анализа и исследований науки. Означает ли это, что наши молодые коллеги придут и скажут нам: «Знаете, мне недостаточно рассматривать лишь людей?» Говоря о сети, я также должен думать о том, с помощью какой технологии люди связаны друг с другом, как эта связь создаётся и поддерживается в социальном пространстве, которое населено не только людьми. Так что молодые исследователи могут заинтересоваться тем, каким образом люди связаны друг с другом, с помощью каких технологий: общаются ли они лицом к лицу? связаны ли они удалённо через Интернет? Всё это приводит нас к очень интересным аспектам теории коммуникации. Понимаете?

— Да, вполне.

— Им недостаточно просто сказать: «Давайте используем сетевой анализ». Они спросят: «Да, но как работает эта связь? Через какую социальную технологию она реализуется?» Так что, я полагаю, в будущем произойдут или, возможно, уже сейчас происходят интересные вещи в исследованиях теории коммуникации, где начинает использоваться теория социальных сетей. Но в экономической социологии мы уже и ранее видели, что с момента нашего последнего интервью некоторые из наиболее интересных работ были сделаны в сфере изучения финансов, куда перешла целая группа учёных, ранее работавших в сфере исследований науки и технологии. Так, Карин Кнопп-Цетина (Karin Knorr-Cetina), написавшая прекрасную работу о научных лабораториях, сейчас исследует финансовую сферу [Knorr-Cetina 1999]. Потом Дональд Маккензи (Donald MacKenzie) — автор отмеченной наградами работы о калькуляции, вычислении (я употребляю эти термины в переносном смысле), где он рассматривает ядерное вооружение, системы управления [MacKenzie 2001]. Это работа, безусловно заслужившая награду. Так вот, вместе с Ювалом Милло (Yuval Millo) он написал статью о перформативности, где рассматривает Чикагскую товарную биржу (Chicago Board of Trade) и роль экономической модели фьючерсов в переустройстве значительной части финансовой сферы [MacKenzie, Millo 2003]. Так что мы наблюдаем приток исследователей, которые приносят с собой новые методы и идеи из исследований науки и технологии. Мы видим, что когда эти учёные анализируют рынки, они учитывают не только социальные отношения между людьми, но и социальные отношения, в которые вовлечены рыночные устройства (*market devices*), как они их называют.

— Кстати, а эти учёные перешли в экономическую социологию из социологии науки для того, чтобы изучать именно финансовую сферу? Ведь финансовый сектор более технологичен и более технически оснащён, может быть объектом, воплощающим некоторые формальные модели (как в случае с Дональдом Маккензи). В этом есть какая-то доля правды? Причём эта сфера была выбрана до финансового кризиса. Теперь все воодушевлены социологией финансов из-за кризиса, но это движение началось задолго до него.

— Задолго, да. Я думаю, что, возможно, Вы правы. Например, Мишель Каллон, придя в экономическую социологию, не избрал изначально сферу финансов. Его темой было изучение рынка клубники, которая, конечно, не принадлежит ему [Callon 1998], но он ввёл её в дискурс. Также он изучал другие процессы, которые я не назвал бы столь уж высокотехнологичными. Но не случайно, что Дональд

Маккензи, Карин Кнорр-Цетина и другие пришли именно в сферу финансов, потому что в ней важны модели и технологии. Они изучали, также как Дэниел Беунца (Daniel Beunza) и я, количественную революцию в сфере финансов [Beunza, Stark 2004]. Всё это могло сделать данную сферу привлекательной. Так, например, мы с Дэниелом рассматриваем оборудование торговых площадок и стараемся понять, с помощью каких технологий трейдеры видят различные аспекты рынка. Что открыто, а что скрыто в этих технологиях? Маккензи и Милло изучают роль моделей и идею перформативности. Мне кажется, что эта идея обладает большим потенциалом. Согласно ей модель является перформативной, если её использование усиливает её предсказательные возможности.

Я обычно привожу такой пример (было бы гораздо легче, если бы под рукой был PowerPoint). Итак, если я покажу Вам картинку поляны, которая представляет собой абсолютно однородную территорию, без всяких тропинок, а затем покажу Вам модель. Это очень простая модель. Это карта. И кто-то проводит линию на карте этой территории, а затем Вы должны сделать очень важное утверждение: «Вот так люди попадают из точки А в точку Б». И далее, чем больше людей используют модель «вот так люди попадают из точки А в точку Б», следуя карте, тем выше вероятность того, что в конце концов появится нечто, чего не было вначале, — тропинка. Так модель увеличивает свою перформативность, если её использование увеличивает её предсказательную способность. Очень интересная и важная мысль, потому что, отталкиваясь от неё, представители этого направления начали рассматривать модели не просто как репрезентации реальности, но как вмешательства в реальность. Я думаю, это ценное начинание.

— Да, всё так, но как Вы относитесь к очень критичным заявлениям Мишеля Каллона по отношению к новой экономической социологии в целом, где он утверждает, что экономическая теория не просто воздействует на экономическую реальность, но... это новый подход, призванный ниспровергнуть все предыдущие достижения новой экономической социологии?

— Интересно, где Мишель это написал? В новой, совместной с Калисканом (Koray Caliskan) статье?

— Да, если я не ошибаюсь, это было в большой статье совместно с Калисканом...

— В журнале «*Economy and Society*», да [Caliskan, Callon 2009; Caliskan, Callon 2010].

— Возможно, я изложил это в упрощённом виде, но авторы настроены весьма определённо и явно критически по отношению к новой экономической социологии за её пересоциализированность.

— У Каллона есть мысль о том, что калькуляция требует разукоренения (*disembedding*), отключения социальных связей. У нас с Дэниелом Беунцой вышла статья, затрагивающая этот спор [Beunza, Stark 2008]. Я не могу долго на ней останавливаться, но всё же затрону один вопрос. Он относится как к понятию «укоренённость» у Марка Грановеттера (Mark Granovetter), так и к идее антиукоренённости Каллона. Мы задались вопросом, как трейдеры используют модели? Как они в действительности их используют на практике? И показали, что они не используют модели так, как традиционно предполагается в укоренённой сети, то есть консультируясь со своей персональной сетью. А делают следующее (мне будет трудно объяснить это коротко и как следует)... Как трейдеры используют безличную социальную технологию, которая даёт им возможность реагировать, проверять модели и не доверять неправильным моделям? Мы рассматривали случай арбитражных операций по слиянию (*merger arbitrage*). Итак, мне нужно приобрести акции. Состоится данное слияние или нет? Допустим, я думаю, что оно произойдёт. У меня есть свои модели, которые получены на основе моих собственных баз данных и говорят, что слияние будет. Соответственно, я делаю заявку. Но так как я хороший трейдер, я понимаю, что никогда не стоит путать свою модель с реальностью, и как экономист...

— ...*Не могу допустить перенесения веры в модели на реальность...*

— Точно. А кроме того, если я совершу ошибку, то могу разориться. Так? Теперь, как я могу проверить модель? Если мы считаем, что модели укоренены в социальных отношениях, то это предполагает, что я позвоню кому-нибудь, использую друзей, чтобы их проверить. Но трейдеры так не поступают.

— *Позвонить кому-нибудь из инсайдеров.*

— Да, это возможно, но они так не делают. И мы показываем, что они так не поступают, а вместо этого используют другой, своего рода обратный способ моделирования инженерного типа, который называется «возврат» (*backing out*) и включает в себя графическое представление — точечную диаграмму (*spread plot*). Диаграмма показывает в агрегированной форме точки зрения других членов арбитражного сообщества на возможное слияние. Она может идти вверх и вниз, показывать выбросы, и эти колебания способны сигнализировать, что другие участники рынка имеют иное мнение по поводу происходящего. В нашей статье, основанной на детальных наблюдениях одного случая арбитража, мы показываем, как старший трейдер в конкретный момент, вскоре после размещения запроса, увидел, что рынок не движется в том направлении, которое он предсказывал, и спросил: «Мы что-то упускаем?» И трейдерам пришлось возвращаться к своим базам данных и спрашивать себя: «Есть ли такие параметры, которые мы не принимаем в расчёт?»

— *И изменил некоторые параметры.*

— Да, изменил некоторые параметры. Чтобы не оказаться в ловушке, чтобы не замкнуться на своих когнитивных категориях. Но это безличная процедура. В отличие от Каллона, который говорит: «Все калькуляции требуют отсечения сетевых связей», — мы говорим другое: «Нет, отсечения не происходит. Сеть существует, но она социотехническая. И в отличие от подхода Грановеттера она не построена на личных связях. Она безличная». Вот такова моя позиция по поводу противопоставления подходов Грановеттера и Каллона.

— *Что ж... Будет интересно посмотреть, что здесь произойдёт в дальнейшем. Еще один вопрос, на который Вы уже отвечали в прошлый раз. Сейчас, спустя восемь лет, можете ли Вы назвать несколько важных, интересных, провокационных книг и статей по экономической социологии или в смежных областях, вышедших за последнее время, которые необходимо прочесть?*

— Одно из течений, развивающееся в рамках сетевого анализа (его частью являемся мы с Балашем Ведрешем (Balazs Vedres)), направлено на то, чтобы сделать сетевой анализ историческим. И статья, которую я считаю самой увлекательной, — это статья Брайана Уци (Brian Uzzi) и Джарретта Спиро (Jarrett Spiro), вышедшая в 2005 г. [Uzzi, Spiro 2005].

— *О бродвейских спектаклях?*

— Да, о бродвейских мюзиклах. Они обнаружили следующее. Возьмите все бродвейские мюзиклы, которые когда-либо ставились. Авторы статьи составили полный список всех этих мюзиклов и всех актеров, которые участвовали в каждом из них. Конечно, авторы не излагают свои мысли так, как это делаю сейчас я, но полагаю, что для такого сжатого пересказа этого будет достаточно. Они разработали индикатор успешности: был ли мюзикл хитом или нет. Таким образом, их зависимая переменная принимает два значения: был ли бродвейский мюзикл успешным или нет. А в списке мюзиклов, который составили авторы статьи, были действительно большие хиты. Уци и Спиро задаются вопросом: «Что скорее всего может стать хитом?» А далее рассматривают состав коллектива и его пересечения с

предыдущими коллективами. Если мы имеем проект, все члены которого раньше работали вместе над предыдущим бродвейским хитом (это крайний случай), смогут ли они сделать новый хит? Ответ — нет. Если мы имеем проект, в котором никто из его участников ранее не работал вместе, они все новички, они вообще никогда друг с другом не работали, то ответ опять будет отрицательным. Новые хиты производятся своего рода сплавом близких отношений, характерных для знакомых, работавших ранее друг с другом участников, и разнообразия и несходств, присущих новичкам. Именно такая комбинация близости и разнообразия способна скорее всего сотворить хит.

— *Это ещё одна комбинация укоренённости и транзакционного подхода, которая демонстрировалась на примере других рынков. В принципе, та же самая идея.*

— Интересная трактовка. Итак, эту статью я считаю очень продуктивной, качественной. И Брайан не останавливается: он опубликовал статьи в журналах «Science», «Nature» и других, где он высказывает эту же идею, однако рассматривает не только бродвейские мюзиклы, но и другие области, такие как наука и научное производство [Guimera et al. 2005; Wuchty et al. 2007]. Это действительно интересная и плодотворная работа. Мы с Балашем продвигаем исторический сетевой анализ, который показывает эволюцию корпоративных сетей... на примере Венгрии [Старк, Ведреш 2005; Stark, Vedres 2006].

— *Мы перевели её на русский, так что она уже многим здесь знакома.*

— В принципе, я уже рассказывал о новых работах в области исследований науки и технологии, также как и о работе Уци...

— *Хорошо. И напоследок, конечно же, вопрос о Вашей новой книге «The Sense of Dissonance» («Смысл диссонанса»). Она только что вышла [Stark 2009; Старк 2009]. Пожалуйста, расскажите немного о её основных идеях.*

— Основные идеи книги связаны с осознанием важности разнообразия в понимании организационной инновации, которая должна рассматриваться как инновация внутри организации (нет нужды проводить инновации по поводу организации). В книге гораздо более ясно прослеживается влияние Джона Дьюи (John Dewey), представителя американской философии прагматизма, что было менее определённо выражено в моих предыдущих работах. О моей работе можно поразмышлять и с позиций проблемы поиска. Лозунг информационной эпохи, в которой мы живём, — *это поиск*. Мы используем средства поиска много-много раз за день. Мы все. Подумав над проблемой поиска, понимаешь, что люди на неё тратят много сил. Если паровой и реактивный двигатели, а также двигатель внутреннего сгорания были локомотивами индустриальной экономики, то средства поиска — *это* локомотивы информационной экономики. Но тот тип поиска, который меня интересует, не является поиском того, что мы уже знаем и просто пытаемся найти, как адрес электронной почты. Это тот тип поиска, когда я не знаю, что ищу, но опознаю искомое, как только найду. В науке мы называем это исследованием. Если бы я уже знал, что искать, это не было бы поиском темы для диссертации. А если вы уже знаете, что ищете, ваш научный руководитель, скорее всего, скажет вам: «Нет, это не пойдёт. Так что иди и найди что-нибудь, что ты сможешь опознать, когда найдёшь». Дьюи называл это изысканием (*inquiry*). Он полагал, что изыскание начинается с проблемных или запутанных ситуаций (он использовал именно эти слова). Я взял эту идею и спросил себя, могут ли организации создавать проблемные и запутанные ситуации либо намеренно, либо каким-то образом через эволюционное развитие организации. А потом спросил: «Что является наиболее проблемным? Что является наиболее запутанным?» Это те случаи, когда мы спорим о том, что является ценным. Затем, конечно, я использовал идеи Болтански и Тевено о порядках обоснования ценности. Я не брал механически их шесть порядков, хотя они очень интересны. Каждая из моих этнографических зарисовок развивает, операционализирует понятие «ценность» так, как не-

обходимо для данного случая. Потом я говорю: «Ладно, теперь я собираюсь поискать три различных типа организаций, но такие, чтобы в каждой из них можно было наблюдать разногласия по поводу того, что является ценным». И я обнаружил, что наличие разногласий по поводу того, что является ценным, плодотворно для инноваций. Причина в том, что если мы легко соглашаемся друг с другом, то не возникает никакого трения, всё идёт слишком гладко, нам труднее рефлексировать, труднее избежать когнитивного замыкания (*cognitive lock-in*). Так что диссонанс, даже разногласие (в крайнем случае это может быть даже непонимание) бывают полезными.

— *С другой стороны, если мы абсолютно расходимся во взглядах, мы никогда не будем даже разговаривать...*

— Конечно.

— *...Так что мы должны хоть в чём-то совпадать.*

— Должно быть что-то общее, даже если это лишь общее обязательство выполнить проект. Или ещё пример (вовсе не тривиальный): ситуация, когда есть разделяемое понимание сроков исполнения работы, и для всех это важно. Мы оба можем проявлять принципиальность в нашей несогласии друг с другом, но не разрывать отношения, хотя это не означает, что мы готовы устранить наши различия. Нет, мы хотим сохранить эти различия, но в управляемых пределах, так чтобы можно было завершить проект. И я это показываю в книге. Хотя вернее было бы сказать: «Вот такой вывод я сделал из трёх своих этнографических зарисовок». Я не имею в виду, что нарочито вытягивал это из моих зарисовок. Это то, что я узнал из трёх этнографических случаев.

— *То есть это было результатом этнографических исследований, и описанные случаи не являются иллюстрациями для ранее возникшей идеи.*

— Да, точно.

— *Иначе говоря, Вы действовали в соответствии с методологией поиска неизвестного. Проводили изыскание.*

— Именно.

— *Прекрасно. Спасибо огромное и примите поздравления в связи с Вашей книгой.*

Беседовал Вадим Радаев

София, 26 сентября 2009 г.

Литература

Старк Д. 2009. Гетерархия: организация диссонанса. *Экономическая социология*. 10 (1): 57–89. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2009-10-1/index.html>

Старк Д., Ведреш Б. 2005. Социальное время сетевых пространств: анализ последовательности формирования сетей и иностранных инвестиций в Венгрии, 1987–2001 гг. *Экономическая социология*. 6 (1): 14–45. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2001-2-2/index.html>

- Beunza D., Stark D. 2004. Tools of the Trade: The Socio-Technology of Arbitrage in a Wall Street Trading Room. *Industrial and Corporate Change*. 13 (2): 369–400.
- Beunza D., Stark D. 2008. *Reflexive Modeling: The Social Calculus of the Arbitrageur*. Working Paper. Columbia Business School.
- Boltanski L., Thévenot L. 2006. *On Justification: Economies of Worth*. Princeton: Princeton University Press.
- Caliskan K., Callon M. 2009. Economization. Part 1: Shifting Attention from the Economy Towards Processes of Economization. *Economy and Society*. 38 (3): 369–398.
- Caliskan K., Callon M. 2010. Economization. Part 2: A Research Programme for the Study of Markets. *Economy and Society*. 39 (1): 1–32.
- Callon M. 1998. Introduction: The Embeddedness of Economic Markets in Economics. In: M. Callon (ed.). *The Laws of the Markets*. Oxford: Blackwell; 1–58.
- Guimera R, Uzzi B, Spiro J, Amaral L. 2005. Team Assembly Mechanisms Determine Collaboration Network Structure and Team Performance. *Science*. 308 (5722): 697–702.
- Hannan M. 2010. Partiality of Memberships in Categories and Audiences. *Annual Review of Sociology*. 36: 159–181.
- Hsu G., Kocak O., Hannan M. 2009. Multiple Category Memberships in Markets: An Integrative Theory and Two Empirical Tests. *American Sociological Review*. 74 (1): 150–169
- Knorr-Cetina K. 1999. *Epistemic Cultures. How the Sciences Make Knowledge*. Harvard: Harvard University Press.
- MacKenzie D. 2001. *Mechanizing Proof: Computing, Risk, and Trust*. Cambridge: MIT Press.
- MacKenzie D., Millo Y. 2003. Constructing a Market, Performing Theory: The Historical Sociology of a Financial Derivatives Exchange. *American Journal of Sociology*. 109 (1): 107–145.
- Mische A., White H. 1998. Between Conversation and Situation: Public Switching Dynamics Across Network Domains. *Social Research*. 65 (3): 695–724.
- Negro G., Hannan M., Rao H. 2010. Categorical Contrast and Audience Appeal: Niche Width and Critical Success in Winemaking. *Industrial and Corporate Change*. 19 (5): 1397–1425.
- Polos L., Hannan M., Hsu G. 2010. Modalities in Sociological Arguments. *Journal of Mathematical Sociology*. 34 (3): 201–238.
- Stark D. 2009. *The Sense of Dissonance: Accounts of Worth in Economic Life*. Princeton: Princeton University Press.
- Stark D., Nee V. 1989. Toward an Institutional Analysis of State Socialism. In: Nee V., D. Stark (eds.). *Remaking the Economic Institutions of Socialism: China and Eastern Europe*. Stanford: Stanford University Press; 1–31.

Stark D., Vedres B. 2006. Social Times of Network Spaces: Network Sequences and Foreign Investment in Hungary. *American Journal of Sociology*. 111 (5): 1367–1411.

Uzzi B., Spiro J. 2005. Collaboration and Creativity: The Small World Problem. *American Journal of Sociology*. 111 (2): 447–504.

Wuchty S, Jones B. F., Uzzi B. 2007. The Increasing Dominance of Teams in Production of Knowledge. *Science*. 316 (5827): 1036–1039.

ИНТЕРВЬЮ

Интервью с Тедой Скочпол: «Я всегда была частью двух профессиональных областей — социологии и политологической науки»



СКОЧПОЛ Теда (Skocpol, Theda) — профессор государственного управления и социологии им. Виктора С. Томаса Гарвардского университета (Кембридж, США).

Email: skocpol@fas.harvard.edu

Перевод с англ.
Д. А. Крылова
и Г. Е. Логинова

Теда Скочпол — одна из самых влиятельных и цитируемых социологов и политологов уже более двадцати лет (начиная с 1980-х годов). В первую очередь она известна благодаря исследованиям, посвящённым революциям. Профессор Скочпол была директором Центра американских политических исследований (The Center for American Political Studies) в Гарвардском университете (2000–2006), старшим консультантом в области социальных наук Рэдклиффского института фундаментальных исследований (Radcliffe Institute for Advanced Study) Гарварда (2006–2008), президентом Американской ассоциации политических наук (The American Political Science Association) (2002–2003). В 2007 г. Теда Скочпол была награждена премией имени Иоганна Шютте в области политических наук (аналог Нобелевской премии для учёных-политологов) за её «провидящий анализ значимости государственных революций, благосостояния и политического доверия, выполненный с теоретической глубиной и эмпирической наглядностью»¹. В 2008 г. её избрали в Национальную Академию наук США. Теда Скочпол является автором 10 книг; её книги и статьи отмечались престижными научными наградами.

— На Вашей персональной веб-странице Гарвардского университета написано, что Вы «недавно запустили новые проекты, посвящённые изучению развития высшего образования в США и трансформациям курса федеральной политики США в период президентства Обамы»². Не могли бы Вы рассказать об этом чуть подробнее? Каковы цели этих проектов? Какие результаты Вы ожидаете получить?

— Я из тех учёных, которые наводят мосты между социологией и политической наукой (*political science*). Я собрала команду из исторически и институционально мыслящих социологов и политологов, и мы готовим исторический обзор того, что происходит в администрации Обамы. Мы делаем следующее: смотрим на выборы 2008 г. и на то, что Барак Обама как кандидат и как новый президент собирался предпринять: изменить направление внутренней политики США в целом и, в частности, в таких ключевых сферах, как политика в

¹ См. подробнее: <http://skytteprize.statsvet.uu.se/PrizeWinners/tabid/1953/language/en-US/Default.aspx>. — Здесь и далее примеч. перев.

² См.: <http://www.wjh.harvard.edu/soc/faculty/skocpol/>

области здравоохранения³, высшего образования, занятости населения, иммиграционная политика и охрана окружающей среды, бюджетное финансирование, позволяющее справиться с проблемой социального неравенства и изменить вектор государственного вмешательства.

Затем мы задаёмся вопросом о том, что же делается и что в итоге получается. Что для этого предпринимают группы интересов, конгресс США, политические партии и прочие силы. В чём они достигают успеха, а что им не удаётся, как их действия отражаются на состоянии современной американской политики и системы государственного управления. Это очень захватывающий проект, над которым мы работаем в настоящее время, и я надеюсь, что напишу о результатах нашей работы в следующем году.

В долгосрочной перспективе я хочу изучать эволюцию систем высшего образования в разных странах. Исторически Соединённым Штатам удалось создать одну из самых эффективных в мире систем высшего образования. С одной стороны, эта система сделала университетское образование более доступным и позволила большему числу людей получить научные степени, а с другой — она смогла удержать качество проводимых исследований на мировом уровне. Однако в последние несколько десятилетий картина изменилась: доступность высшего образования в США снижается, а учёным гораздо труднее получить поддержку для проведения передовых исследований в стенах университетов. С последней проблемой в разное время сталкивалась любая система высшего образования.

Поэтому я хочу исследовать более широкий круг вопросов: как появилась система образования в США, каким образом в ходе её формирования взаимодействовали общественные и частные институты, как пересекались интересы федерального правительства и правительств штатов, а также интересы частных групп. Возможно, в процессе исследования я сравню американскую модель с европейской или, как вариант, с китайской, в рамках которой система высшего образования расширяется невероятными темпами. На примере Китая очень интересно наблюдать, как реформируется высшее образование в совершенно иной политической среде.

Не знаю, куда в итоге приведёт меня этот проект. С теоретической точки зрения я нахожу его интересным, потому что здесь есть возможность — что всегда для меня важно — изучать политические меры, группы интересов, институты и неравенство. Но этот проект посвящён другому типу проблем, нежели изучение революций и государств благосостояния. В данном исследовании делается упор на понимание того, как системы организаций взаимодействуют друг с другом, и я сомневаюсь, что у нас в социальных науках есть хорошая теория, объясняющая это взаимодействие. Поэтому я смогу проделать теоретическую работу и внести свой вклад, при этом исследуя реально существующие мировые проблемы.

— *Сборник работ «Bringing the State Back In» («Возвращая государство») будоражит умы аж с 1985 г. [Evans, Rueschemeyer, Skocpol 1985]. Могли бы Вы назвать наиболее влиятельные теоретические и эмпирические работы, выполненные исследователями в последние 15 лет? И почему они оказались такими влиятельными?*

— Думаю, что с момента издания упомянутой книги в 1985 г. проделан колоссальный объём работы. В нашем исследовании утверждалось, что необходимо всерьёз отнестись к государству с точки зрения теории организации, то есть рассмотреть государственные структуры как акторов, действующих в определённом правовом поле, обладающих ресурсами и преследующих собственные цели. В книге также рассматривалось то, каким образом деятельность и структура государства способствуют формированию социальных групп, объединению их в союзы и вовлечению в политику.

³ Профессор Скочпол изложила своё мнение по поводу реформы здравоохранения в США и о возможных её последствиях для американской экономики и общества в интервью журналу «The New Times» (см.: http://newtimes.ru/articles/detail/19579?phrase_id=343062).

В последнее время появилось много статей об эволюции западных государств благосостояния (*welfare states*) и о принципах, на которых они основаны. К этим принципам относятся, в частности, получение обратной связи с помощью общественного мнения и формирование групповых альянсов в политике. Я бы отметила работы Андреа Кэмпбелл⁴ из Массачусетского технологического института (MIT), которая занимается вопросами социальной безопасности, или Сюзанны Меттлер⁵ из Корнельского университета, которая работала над законом о льготах для демобилизованных солдат (G.I. Bill)⁶ и изучала то, как он повлиял на гражданскую позицию целого поколения американцев [Mettler 2005].

Достаточно много исследований посвящено тому, как государства способствуют формированию социального капитала; некоторые из этих работ носят сравнительный и исторический характер. Обширна литература, посвящённая революциям, причинам, из-за которых они возникают и которые сдерживают их, последствиям переворотов. Эти работы, я бы сказала, вдохновляли меня при написании собственной книги «*States and Social Revolutions*» («Государства и социальные революции») [Skocpol 1979]⁷.

— Назовите, пожалуйста, книги о государствах всеобщего благосостояния, которые Вы используете в рамках своих учебных курсов?

— Я уже упоминала Андреа Кэмпбелл и думаю, что её книга «*How Policies Make Citizens*» («Как политика создаёт граждан») [Campbell 2003] является очень хорошим примером исследования вопросов обратной связи в политике. Яков Хакер⁸ из Йельского университета написал книгу «*The Divided Welfare State*» («Разделённое государство всеобщего благосостояния»), в которой он изучает то, как модель государственной и частной программ страхования населения определяют политику, проводимую в отношении будущего этих программ [Hacker 2002].

Что касается сравнительных исследований революций, то мне очень нравится книга Тимоти Викхама⁹ о революциях в Латинской Америке, а также о противостоянии тех типов режимов, для которых наиболее вероятны революции, и других типов режимов, которые, возможно, недавно грозились применением военной силы или расправились с революционными лидерами [Wickham-Crowley 1992].

⁴ Андреа Луиз Кэмпбелл (Andrea Campbell) является доцентом факультета политических наук в Массачусетском технологическом институте. Среди её последних книг следующие: [Campbell Forthcoming; Campbell, Morgan Forthcoming].

⁵ Сюзанна Меттлер (Suzanne Mettler) является профессором американских институтов на факультете управления им. Клинтон Росситера в Корнельском университете. Среди её последних книг следующие: [Mettler 1998; Mettler 2005; Hacker, Mettler 2007].

⁶ Изначально Закон о льготах для демобилизованных солдат от 1944 г. (The G.I. Bill) гарантировал различные экономические льготы ветеранам Второй мировой войны (например, субсидирование ипотечной ставки, помощь в получении высшего образования, выплаты ветеранам в случае безработицы и проч.; см.: подробнее: <http://www.gibill.va.gov/>). В настоящее время действие закона распространяется на всех, кто служил в Вооружённых силах США.

⁷ Эта книга была переведена на девять языков. Она получила две главные премии — в 1979 г. награду им. Чарльза Миллса в области изучения социальных проблем (Wright Mills Award of the Society for the Study of Social Problems) и в 1980 г. награду Американской социологической ассоциации за выдающиеся научные достижения (American Sociological Association Award for a Distinguished Contribution to Scholarship). Книга входит в список самых цитируемых и влиятельных трудов по политическим наукам и социологии, считается «одной из главных работ по исторической социологии текущего века» [Hobden 1998:70]. Эта первая книга профессора Скочпол, написанная по материалам её диссертации на степень PhD.

⁸ Яков Хакер (Jacob Hacker) является профессором им. Стэнли Б. Ресора на факультете политических наук в Йельском университете. Среди его последних книг следующие: [Hacker 2006; Hacker, Pierson 2010].

⁹ Тимоти Викхам-Кроули (Timothy Wickham-Crowley) является доцентом факультета социологии в Джорджтаунском университете. Среди его последних книг следующие: [Eckstein, Wickham-Crowley 2003a; Eckstein, Wickham-Crowley 2003b].

Существует много исследований, затрагивающих проблемы взаимодействия государства и рынка, и тут я отмечу работы Кэтлин Зелен из Массачусетского технологического института и Питера Холла из Гарварда¹⁰, которые исследуют то, каким образом государственные программы, направленные на регулирование экономики, помогают вовлекать бизнес и трудовые ресурсы в политику.

— По Вашему мнению, что служит общим основанием для политической науки, политической социологии и политэкономии в вопросах исследования роли государства в экономике? Другими словами, знакомитесь ли Вы со статьями, книгами и материалами, написанными политэкономистами, например, Андреем Шляйфером¹¹?

— Конечно, знакомлюсь. Думаю, между политической социологией и политической наукой существует множество общих источников, если вы занимаетесь вопросами сравнительной политики и, в особенности, ролью государства в экономике. Я бываю на конференциях, где мы даже не уделяем много внимания тому, какими дисциплинами и науками занимаются её участники¹². Я всегда была частью двух профессиональных дисциплин: социологии и политической науки.

— Тогда что Вы думаете о политэкономическом подходе в экономической социологии? Некоторые исследователи, например, Питер Эванс (Peter Evans), Нил Флигстин (Neil Fligstein), Фред Блок (Fred Block) и многие другие, изучают влияние государства на экономическую жизнь общества.

— Питер Эванс — очень хороший пример исследователя, который был одним из первых, кто начал заниматься исследованиями роли государства в экономическом развитии. Мы, как известно, работали вместе, а сейчас остаёмся друзьями. Я думаю, он номер один в этой области.

Все те люди, которых вы назвали, делают очень важную работу и олицетворяют собой примеры того, что я имею в виду, когда говорю, что политическая социология, политэкономия и социология очень близки к происходящему в политической науке.

В социальной науке необязательно придерживаться дисциплинарных границ, если вы имеете дело с основополагающими теоретическими направлениями. Возможно, существуют различные лейблы или определённые темы, которые оказываются модными в той или иной дисциплине. Но возьмите теорию рационального выбора: ей удалось разрушить границы политической науки и экономики; в свою очередь, политэкономия и институциональный подход к изучению государства и обществ стёрли границы социологии и политической науки. Здесь дисциплинарная привязка на самом деле не так важна.

— В блоге TPMCafe Вы написали, что всецело поддерживаете Обаму, потому что во время его президентства у Вас есть гораздо больше возможностей говорить то, что Вы думаете¹³. Прокомментируйте это, пожалуйста.

¹⁰ Кэтлин Зелен (Kathleen Thelen) имеет звание профессора им. Форда факультета политических наук в Массачусетском технологическом институте. Среди её книг следующие: [Streeck, Thelen 2004; Thelen 2005; Mahoney, Thelen 2010]. Питер Холл (Peter Hall) — профессор европейских исследований Фонда Крупа (Krupp Foundation) в Гарварде. Среди его последних книг следующие: [Hall, Soskice 2001; Culpepper, Palier, Hall 2006; Hall, Lamont Forthcoming].

¹¹ Андрей Шляйфер (Andrei Shleifer) является профессором экономики в Гарварде. Он входит в число самых цитируемых экономистов согласно рейтингу RePEc (<http://ideas.repec.org/top/top.person.all.html#psh93>).

¹² См., например: [Kohli, Evans, Katzenstein, Przeworski, Rudolph, Scott, Skocpol 1995].

¹³ Подробнее см.: http://tpmcafe.talkingpointsmemo.com/2010/02/06/for_obama_health_reform_is_the_crucial_leadership/index.php#comment-3780777

— У меня никогда не было проблем с тем, чтобы говорить то, о чём я думаю. Наверное, я написала это в связи с тем, что после ухода с должности декана¹⁴ я стала более свободной в политической оценке событий в блогах, чем я в настоящее время и занимаюсь. Я имею в виду, что комментировать события — это не то же самое, что быть учёным. Я — исследователь, преподаватель, и я не являюсь чьим-то сторонником.

Но в политических блогах, наподобие *TPMCafe*, я делаю политические заявления¹⁵, при этом опираюсь на свои профессиональные знания и считаю это уместным и приносящим гораздо большее удовольствие, когда на посту президента — демократ. Джордж Буш-младший вообще не интересовался тем, что я могла сказать.

— В связи с этим не могли бы Вы прокомментировать, почему президент Обама постепенно теряет поддержку?¹⁶

— Эти цифры зависят от того, какими данными вы оперируете. Некоторые исследования общественного мнения показывают, что Обаму поддерживают чуть более 50%. Его очень высокая популярность после выборов действительно пошла вниз, но это случается со всеми популярными президентами, их рейтинги падают в течение первого года. А тот глава Белого дома, во времена которого случается крупный экономический кризис, теряет поддержку ещё сильнее.

Обама исполняет свои обязанности на самом деле достаточно неплохо. Я думаю, что он собирается получить больше поддержки в следующем году и, возможно, будет переизбран, просто потому что Республиканская партия не имеет серьёзных лидеров. Можно спросить людей: «Вы проголосуете за Барака Обаму или за республиканца?» Если вы зададите вопрос именно в такой формулировке, то голоса избирателей распределятся поровну. Но если вы спросите их, отдадут ли они голоса нынешним республиканцам — Саре Пэйлин, Митту Ромни или Тиму Поленти¹⁷, то Обама выиграет у них всех.

В конце концов республиканцы номинируют реального человека на должность кандидата в президенты. Поэтому я думаю, что нынешний президент делает всё правильно, но находится в сложном положе-

¹⁴ Профессор Скочпол получила степень PhD в Гарварде в 1975 г. Вплоть до 1981 г она была старшим преподавателем, а потом доцентом на факультете социологии в том же университете; в 1981–1984 годах занимала должность доцента (*Associate Professor*) социологии и политических наук в Чикагском университете. В 1986 г. Гарвард предложил ей пожизненную должность (*tenure*) в университете, и профессор Скочпол согласилась. Таким образом она стала первой женщиной-социологом в истории факультета, получившей пожизненную должность в Гарварде. Теда Скочпол была деканом факультета искусства и наук (Graduate School of Arts and Sciences) Гарвардского университета в 2005–2007 годах.

¹⁵ «Я — ЛЕВАЯ центристка, — написала Теда Скочпол в блоге *TPMCafe*. — Во всей политической системе “центр” занимает очень маленькое место, но это не препятствует мне быть тем, кем я являюсь: с точки зрения европейской системы я — умеренный социал-демократ; с точки зрения американских традиций — либералка в духе Нового курса (обеспокоена больше проблемами социэкономической инклюзии, нежели проблемами соблюдения прав). То, кем я являюсь, заставляет меня придерживаться более левых взглядов в нынешней Демократической партии, но без крайности» (см.: http://tpmcafe.talkingpointsmemo.com/2010/02/06/for_obama_health_reform_is_the_crucial_leadership/index.php#comment-3780623).

¹⁶ Согласно данным опросов компании Gallup по состоянию на октябрь 2010 г. только 47% американцев одобряют политику Б. Обамы, в то время как 50% не согласны с ней.

¹⁷ Сара Пэйлин (Sarah Palin) является экс-губернатором штата Аляска (2006–2009). Она была кандидатом от Республиканской партии на должность вице-президента в 2008 г. Митт Ромни (Mitt Romney) является экс-губернатор штата Массачусетс (2003–2007). Он на текущий момент считается наиболее вероятной кандидатурой на пост президента США от партии (очередные выборы президента США состоятся в 2012 г.). Тим Пауленти (Tim Pawlenty) — действующий губернатор штата Миннесота (с 2003 г.). Летом 2009 г. он заявил, что не будет бороться за кресло губернатора на выборах 2010 г., поэтому его кандидатуру также рассматривают в качестве претендента на пост президента от Республиканской партии на предстоящих в 2012 г. выборах.

нии, так как экономика не восстанавливается быстрыми темпами. Мы знаем, что экономический спад, вызванный финансовым коллапсом, очень часто характеризуется медленным восстановлением в том, что касается уровня занятости населения. Безработица — очень важная проблема для американского общества. Американцы в большей степени, нежели европейцы, верят в то, что каждый человек должен иметь работу.

Я не знаю, смогут ли демократы и Барак Обама сделать что-то необходимое для того, чтобы уровень безработицы резко пошёл вниз. И не уверена, знают ли они, что делать. И ещё: позволили бы республиканцы реализовать им эти меры, если бы таковые у них были? Поэтому есть все свидетельства тому, что продолжительная безработица обернётся очень серьёзной политической проблемой не только для демократов в конгрессе, но, конечно же, и для всей страны.

Беседовали Дмитрий Крылов, Георгий Логинов

Кембридж, 29 марта 2010 г.

Литература

- Campbell A. 2003. *How Policies Make Citizens: Senior Political Activism and the American Welfare State*. New Jersey: Princeton University Press.
- Campbell A. Forthcoming. *How Americans Think about Taxes: Public Opinion and the American Fiscal State*. New Jersey: Princeton University Press.
- Campbell A., Morgan K. Forthcoming. *The Delegated Welfare State: Medicare, Markets, and the Governance of Social Provision*. New York: Oxford University Press.
- Culpepper P., Hall P., Palier B. (eds.). 2006. *Changing France: The Politics that Markets Make*. London: Palgrave Macmillan.
- Eckstein S., Wickham-Crowley T. (eds.). 2003a. *What Justice? Whose Justice? Fighting for Fairness in Latin America*. Berkeley: University of California Press.
- Eckstein S., Wickham-Crowley T. (eds.). 2003b. *Struggles for Social Rights in Latin America*. New York: Routledge.
- Evans P., Rueschemeyer D., Skocpol T. (eds.). 1985. *Bringing the State Back In*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hacker J. 2002. *The Divided Welfare State: The Battle over Public and Private Social Benefits in the United States*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hacker J. 2006. *The Great Risk Shift: The New Economic Insecurity and the Decline of the American Dream*. New York: Oxford University Press.
- Hacker J., Mettler S., Soss J. (eds.). 2007. *Remaking America: Democracy and Public Policy in an Age of Inequality*. New York: Russell Sage Foundation Press.
- Hacker J., Pierson P. 2010. *Winner-Take-All Politics: How Washington Made the Rich Richer — and Turned Its Back on the Middle Class*. New York: Simon & Schuster.

- Hall P., Lamont M. (eds.). 2009. *Successful Societies: The Social Origins of Health and Capabilities*. New York: Cambridge University Press.
- Hall P., Soskice D. (eds.). 2001. *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Hobden S. 1998. *International Relations and Historical Sociology: Breaking Down Boundaries*. London: Routledge.
- Mahoney J., Thelen K. (eds.). 2010. *Explaining Institutional Change: Ambiguity, Agency, and Power*. New York: Cambridge University Press.
- Mettler S. 2005. *Soldiers to Citizens: The G.I. Bill and the Making of the Greatest Generation*. Oxford; New York. Oxford University Press.
- Mettler S. 1998. *Dividing Citizens: Gender and Federalism in New Deal Public Policy*. Ithaca; London: Cornell University Press.
- Kohli A., Evans P., Katzenstein P., Przeworski A., Rudolph S., Scott J., Skocpol T. 1995. The Role of Theory in Comparative Politics: A Symposium. *World Politics*. 1 (48); 1–49.
- Skocpol T. 1979. *States and Social Revolutions*. Cambridge: Cambridge University Press
- Streeck W., Thelen K. (eds.). 2005. *Beyond Continuity: Institutional Change in Advanced Political Economies*. Oxford: Oxford University Press.
- Thelen K. 2004. *How Institutions Evolve: The Political Economy of Skills in Germany, Britain, the United States and Japan*. New York: Cambridge University Press.
- Wickham-Crowley T. 1992. *Guerrillas and Revolution in Latin America: A Comparative Study of Insurgents and Regimes since 1956*. New Jersey: Princeton University Press.

НОВЫЕ ТЕКСТЫ

И. В. Мерсиянова

Участие россиян в денежных пожертвованиях: факторы и уровень вовлечённости



МЕРСИЯНОВА Ирина Владимировна — кандидат социологических наук, доцент кафедры теории и практики государственного управления, директор Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: imersianova@hse.ru

В ходе российского трансформационного процесса последних десятилетий сформировались предпосылки для появления в нашей стране институтов филантропии. О разворачивающемся процессе их становления свидетельствует немалое число фактов. Однако лишь ограниченный круг работ посвящён анализу филантропической активности россиян. Барьером является недостаток эмпирической информации по предмету. Настоящая статья отчасти восполняет дефицит такой информации и характеризует уровень вовлечённости россиян в денежные пожертвования, раскрывает влияющие на него факторы. Данные эмпирических исследований всероссийского масштаба вписываются в международный контекст филантропической активности. Эмпирические данные получены Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора в рамках мониторинга состояния гражданского общества, проводимого при поддержке программы фундаментальных исследований Государственного университета — Высшей школы экономики.

Ключевые слова: филантропия; благотворительность; денежные пожертвования; добровольчество; гражданское общество; жертвователи; доноры.

В ходе российского трансформационного процесса последних десятилетий сформировались предпосылки для появления в нашей стране институтов филантропии. О разворачивающемся процессе их становления свидетельствует немалое число фактов. Однако существует лишь ограниченный круг работ, посвящённых анализу филантропической активности россиян в разрезе двух её основных видов — добровольческая деятельность и денежные пожертвования (см., например: [Синецкий 2001; Кудринская 2006; Азарова, Яницкий 2008; Ларионова 2009; Мерсиянова, Якобсон 2009; Мерсиянова, Якобсон 2010]). Барьером является недостаток эмпирической информации по данному предмету — неполнота и ненадёжность данных государственной статистики, ограниченные возможности проведения социологических эмпирических исследований, специфика исследовательских подходов при изучении практик гражданского общества. Существенно больше работ посвящено технологическим вопросам реализации филантропических практик (см., например: [Юндина et al. 2001; Эрделевский, Батурина, Юндина, Зотова, Колтунцова 2001; Бурмистрова 2008; Вейс 2008; Цирульников, Чапарина 2008; Даушев 2010]). Однако в этих работах нет ни одной ссылки на результаты академических исследований.

Определение филантропии

В качестве филантропических практик в данной работе рассматриваются частные пожертвования на благотворительные и иные общепользные цели, сделанные в форме денежных средств или в форме передачи имущества, а также добровольчество (волонтерство), понимаемое как бескорыстная общественно полезная индивидуальная или коллективная деятельность на благо других людей или общества в целом. Понятия «филантропия» и «благотворительность» используются как синонимы. Однако ряд авторов отчасти противопоставляет эти понятия. Например, Р. Бремнер в книге «*Giving: Charity and Philanthropy in History*» («Пожертвования: благотворительность и филантропия в истории») отмечает, что благотворительность и филантропия так во многом похожи, что эти слова часто используются как взаимозаменяемые. Автор книги полагает, что разница между этими видами деятельности заключается в источниках и мотивации. Благотворительность является религиозным долгом, а филантропия — явление светское по происхождению, которое акцентирует внимание на любви к человеку, а не к Богу [Bremner 1996: xxi].

Филантропия, благотворительная деятельность обладают несколькими характерными чертами.

Во-первых, данные явления, как и обозначающие их понятия, имеют длительную историю и сложную природу. Некоторая неоднозначность обсуждаемого феномена была характерна ещё для античности, на что указывают Дж. Смит и А. Боргман, авторы фундаментальной монографии «*Foundations in Europe. Society Management and Law*» («Фонды в Европе. Управление обществом и закон» (2001 г.)), которые в более поздней своей работе подчёркивают: «Греческое слово *philanthropia* означало как любовь богов к человеческому роду, изливающуюся на смертных с Олимпа, так и гораздо более земные чувства дружелюбия и симпатии, которые могут испытывать друг к другу цивилизованные представители этого рода. Иначе говоря, под филантропией понимались и пожертвования, осуществлявшиеся в рамках узкой системы дружеских и гражданских связей, в которую был включён индивид, и дары, свидетельствовавшие о более общей заинтересованности дарителя в благополучии страждущего или нуждающегося человечества. Причины, двигавшие дарителем, если о них вообще можно исчерпывающим образом судить со стороны (чужая душа остаётся потёмками и в нашу, и в любую другую эпоху), определялись общественными условиями, а в античном обществе выше всего ценились почёт и уважение сограждан. Греческие и римские благотворители прежде всего хотели, чтобы потомки вспоминали и превозносили их щедрость. Именно поэтому их пожертвования часто предназначались для организации празднеств, атлетических состязаний, боев гладиаторов и бесплатной раздачи пищи, причём эта публичная демонстрация щедрости, как правило, была рассчитана на то, чтобы привлечь толпы народа к надгробию дарителя или его памятнику» [Смит, Боргман 2006: 59–60].

В научной среде представлено немало подходов к определению понятия «филантропия»; разнятся взгляды на содержание филантропической деятельности и тех, кто сам практикует этот вид человеческой активности. Из множества известных формулировок процитируем здесь прежде всего удачное определение филантропии, взятое из электронной энциклопедии «Википедия». Англоязычный раздел этого интернет-ресурса определяет филантропию как «акт пожертвования денег, товаров, времени или усилий на поддержку благотворительных предприятий, длящийся обычно на протяжении продолжительного периода времени и учитывающий определённую цель. В более глубоком смысле, филантропия — это любая альтруистическая деятельность, имеющая своей целью содействие благу (людей) или повышение качества человеческой жизни»¹. Б. Стречански в статье «Благотворительность и филантропия» трактует филантропию как форму дарения, посредством которой решаются проблемы общества в сфере образования, инноваций и развития способностей людей, чтобы они могли сами себе помочь, не ожидая милостыни [Стречански 2003: 53].

¹ См.: <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/Philanthropy> — Здесь и далее примеч. авт.

В российской научной и научно-публицистической литературе, появившейся в период оживления общественного интереса к филантропии во второй половине 1990-х годов, также предлагаются определения филантропической деятельности, в которых фиксируются оба упомянутых выше существенных аспекта — поддержка социально слабых групп населения и широко понимаемое содействие общественному развитию.

Во-вторых, филантропия — это добровольные действия частных лиц и организаций, не побуждаемых и, тем более, не принуждаемых к такому поведению государством. Однако среди россиян роль субъекта благотворительной деятельности часто приписывается государству. Не в последнюю очередь, по-видимому, это объясняется тем, что россияне привыкли полагаться в решении социальных проблем на государственные органы и организации, а не на субъектов негосударственного сектора. Данное восприятие уходит, возможно, в историю России, поскольку помощь нуждающимся со стороны государства, как проявление социальной обязанности государства по отношению к подданным, стала осуществляться в России с XVIII в. Тогда наряду с термином «благотворительность» для обозначения помощи бедным стало использоваться понятие «общественное призрение». Эти термины, нередко воспринимавшиеся как синонимы людьми, их употреблявшими, в действительности различались, как различались субъекты, оказывавшие помощь нуждающимся. Когда помощь нуждающимся исходила от частных лиц и общественных организаций, налицо было проявление благотворительности. Если же речь шла о социальной обязанности государства призывать своих подданных, то назывался этот феномен общественным призрением.

В наши дни, по мнению каждого второго участника всероссийского опроса населения, в первую очередь благотворительной деятельностью должно заниматься российское государство через специальные государственные организации². При этом почти каждый четвёртый из числа опрошенных утверждал, что именно государственные организации и занимаются больше всего благотворительностью. Между тем в тех зарубежных странах, где благотворительность наиболее развита, укоренено совсем иное понимание её природы, и оно исключает государственные структуры из числа субъектов благотворительности, поскольку эти структуры функционируют не за счёт добровольных пожертвований, а за счёт обязательных налоговых отчислений физических и юридических лиц.

Российские учёные при определении благотворительности в настоящее время чаще всего акцентируют внимание на её негосударственной природе. «Филантропия (благотворительность) — это деятельность, посредством которой частные ресурсы добровольно распределяются их обладателями в целях содействия нуждающимся (в широком смысле слова) людям, для решения общественных проблем, а также усовершенствования условий общественной жизни. В качестве частных ресурсов могут быть финансовые и материальные средства, способности и энергия людей» [Апресян 1998: 51]. Фомин, как и Апресян, в своём определении подчёркивает негосударственную сущность благотворительности, считая, что это «негосударственная добровольная безвозмездная деятельность в социальной сфере, направленная на поддержку отдельных лиц или организаций, у которых по тем или иным причинам не хватает собственных ресурсов для полноценного функционирования» [Фомин 2001: 23].

В-третьих, целесообразно различать ряд относительно самостоятельных функций благотворительности. Довольно удачной представляется следующая их классификация [Сайтбагин 2001: 27]:

² Результаты всероссийского опроса населения, проведённого Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ ВШЭ в декабре 2008 года. Сбор информации: Всероссийский центр изучения общественного мнения. Объём выборочной совокупности: 1600 чел., отобранных на основе многоступенчатой стратифицированной территориальной случайной выборки. Опросный инструментариум разработан И. В. Мерсияновой и Л. И. Якобсоном.

1. **Экономическая:** обеспечение достойного существования тех граждан, которые в силу объективных особенностей и жизненных ситуаций не способны самостоятельно позаботиться о себе.
2. **Социальная:** снятие социальной напряжённости путем выравнивания уровня жизни, поддержки самых обездоленных слоев населения, которые по объективным обстоятельствам не могут адаптироваться в новых условиях.
3. **Рыночная:** восполнение недостатков социальной политики государства и функционирования рыночных механизмов, прежде всего за счёт оперативности и адресности доставляемой помощи, то есть повышение её эффективности.
4. **Общественная:** восполнение перекосов общественных отношений, приводящих к отходу (не по своей воле) отдельных категорий населения от принятых стандартов жизнедеятельности, что ограничивает их возможности потребления общественных благ и самореализации; одновременно — воздействие на общественное мнение.
5. **Политическая:** реализация механизмов обратной связи населения и властных структур, формулирование социальных приоритетов от имени тех, кто в социальном плане в силу объективных причин не способен отстаивать свои права.
6. **Маркетинговая:** удовлетворение потребностей филантропов, оказание донорам услуг по осуществлению благотворительных проектов, одновременно — культивация альтруистических и человеколюбивых настроений в обществе.

В-четвёртых, существуют три уровня филантропической активности [Мерсиянова, Якобсон 2010: 9]. Первый — это тот уровень, на котором она осуществляется сугубо индивидуально, не нуждаясь в сколько-нибудь развитой институционализации. На втором уровне филантропическая активность представлена деятельностью формальных и неформальных структур гражданского общества, например, благотворительных фондов. Институционализация в рамках подобных структур позволяет, с одной стороны, объединять усилия, а с другой — эффективно и контролируемо расходовать пожертвования крупных благотворителей. Это, естественно, помогает достигать более сложных и значимых целей, чем на первом уровне. Но и для второго уровня существуют пределы, и там, где филантропические цели выходят за них, необходимо дальнейшее усложнение институтов филантропии на основе их встраивания в институциональные рамки государства (это и есть третий уровень). Возможности достижения филантропических целей при этом резко возрастают. По данной причине количество привлекаемых и используемых ресурсов на третьем уровне значительно больше, чем на втором, не говоря уже о первом. Однако в содержательном плане переход от уровня к уровню есть, по сути, наращивание институциональной оснащённости действий, но не изменение их природы, которая наиболее непосредственно проявляется там, где филантропия не скрыта оболочкой государственной политики (картина особенно затемняется, если государство привыкли воспринимать как нечто самостоятельное по отношению к гражданам).

Уровень вовлечённости россиян в денежные пожертвования

Более половины российских граждан хотя бы эпизодически делают денежные пожертвования в доступных для них размерах. Так, по данным опроса, проведённого совместно по технологии Георей-

тинга, 53% населения делали денежные пожертвования за последние 2–3 года (см. рис. 1)³. Однако большинство тех, кому доводилось делать пожертвования (в том числе давать милостыню), заявили, что делали это «редко, только несколько раз»; треть сказали, что делали пожертвования часто; менее десятой части — что такое случилось лишь однажды.

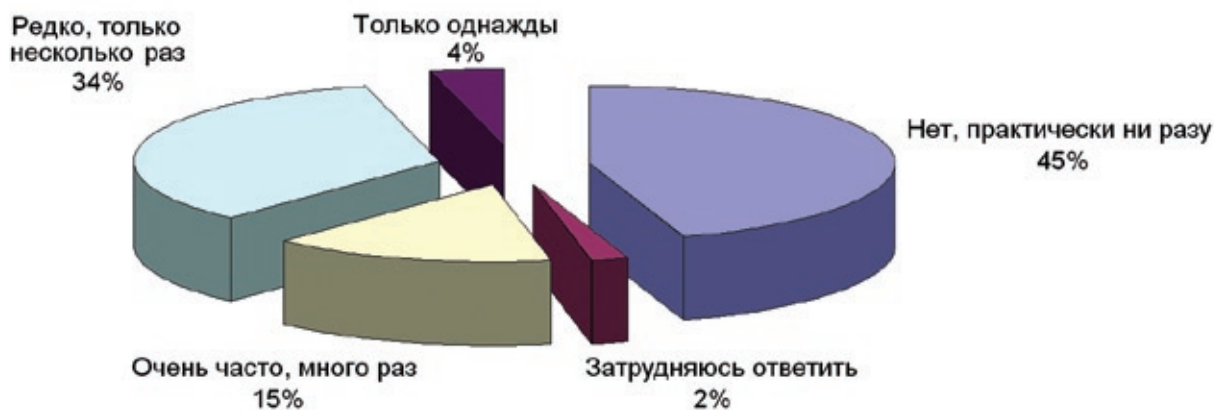


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «За последние 2–3 года Вы делали благотворительные пожертвования, давали незнакомым Вам нуждающимся людям деньги (включая просящих милостыню)? Если да, то как часто?» (% опрошенных)

Вовлечённость россиян в денежные пожертвования неодинакова в разных регионах страны (см. рис. 2). Различия в немалой степени объясняются действием социальных, демографических, экономических и этнокультурных факторов, о которых речь пойдёт далее. Однако прежде всего имеет смысл охарактеризовать территориальную дифференциацию как таковую.

Лидером по числу жертвователей среди регионов России выступает Чеченская Республика: в этом субъекте федерации 95% опрошенных положительно ответили на предложенный вопрос. Наиболее значительную вовлечённость в пожертвования продемонстрировало население еще одной северокавказской республики — Дагестана. Здесь положительные ответы дали 74% респондентов. Кроме них, в группу с самой высокой долей тех, кто делал благотворительные пожертвования, входят следующие субъекты Российской Федерации: Ханты-Мансийский автономный округ, Московская область, Липецкая область, Брянская область, Республика Башкортостан, а также Рязанская и Калужская области (в них соответствующие доли граждан находятся в интервале 67–71%). Наиболее низкие значения рассматриваемого показателя зафиксированы нами в Калмыкии и Мордовии (по 29%), а также в Новосибирской области (27%).

Тем, кто делал пожертвования в течение последних 2–3 лет (напомним, это 53% по выборке), предложили оценить суммарную величину этих пожертвований за последний год (см. рис. 3). Этот вопрос вызвал затруднения почти у каждого второго в данной группе. Остальные дали содержательные ответы: пятая часть тех, кто делал пожертвования, потратили на это до 100 руб. включительно, четвертая часть — от 100 до 1000 руб., шестая часть — более 1000 руб.

³ Результаты массовых опросов населения по технологии Георейтинга, проведённых Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ ВШЭ и Фондом «Общественное мнение» в 2009 г. Опросы были проведены в 83 субъектах РФ среди населения в возрасте от 18 лет и старше. Размер выборки в каждом субъекте РФ составил 500 респондентов, по России — 41 500 респондентов. Во всех 83 субъектах РФ применялись общие принципы построения выборки. Использовалась территориальная трёхступенчатая стратифицированная выборка домохозяйств. Отбор домохозяйств проходил в три этапа. На первом этапе отбирались административные районы, на втором — населённые пункты, на третьем — домохозяйства. Статистическая погрешность по каждому субъекту РФ не превышает 5,5%. Для суммарных результатов по всем 83 субъектам РФ статистическая погрешность не превышает 1%.

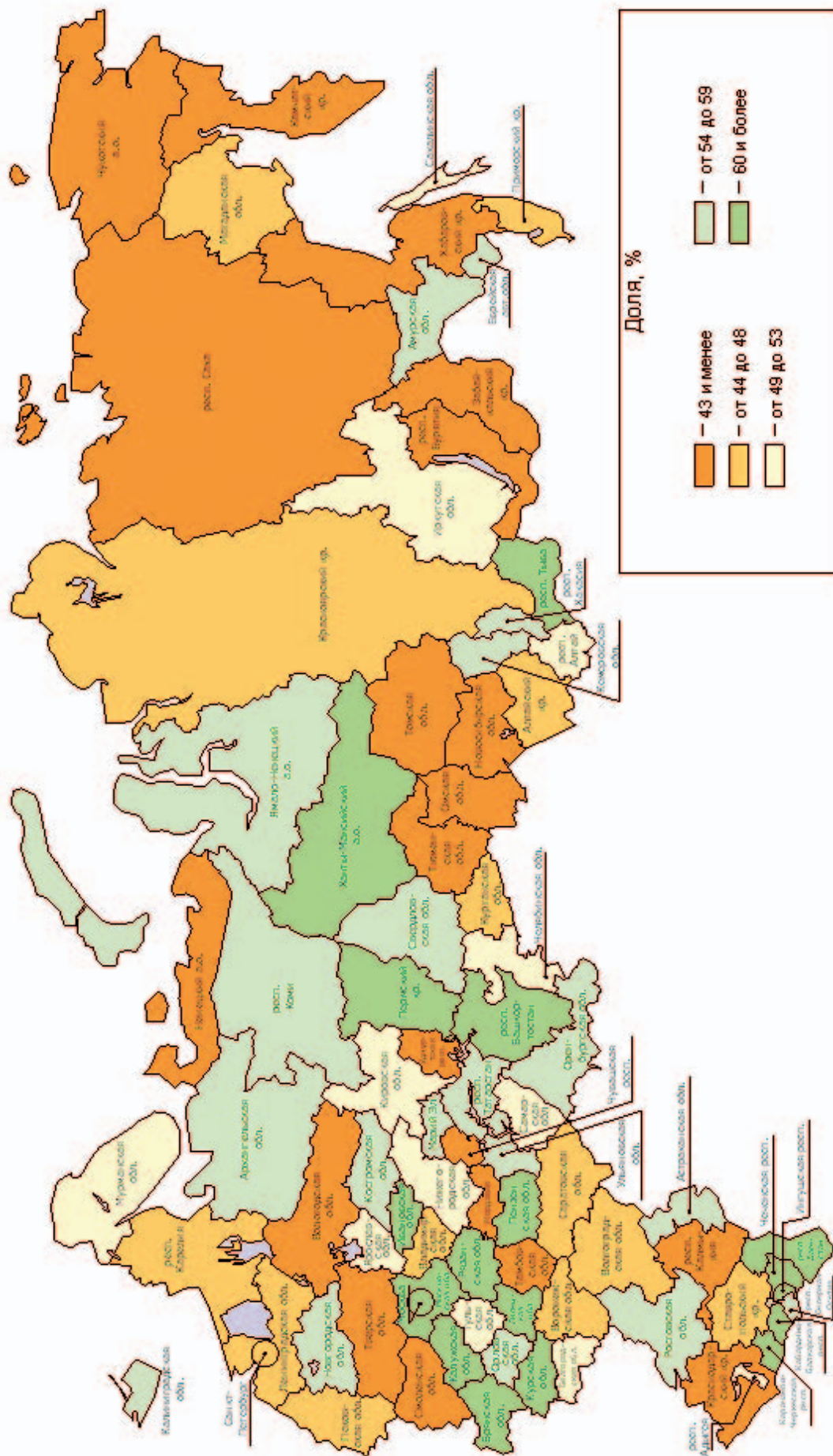


Рис. 2. Доля респондентов, которым приходилось за последние 2–3 года делать благотворительные пожертвования, давать незнакомым нуждающимся людям деньги (включая просящих милостыню) (% опрошенных по субъектам РФ, объём выборки в каждом субъекте — 500 чел.)*

* Карты даются в редакции автора статьи. — Примеч. ред.

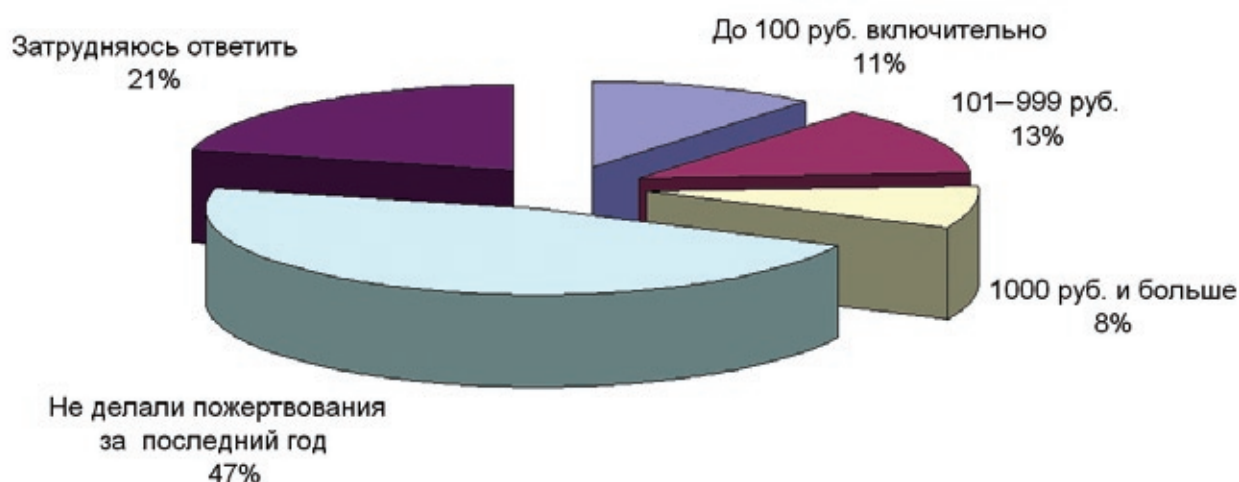


Рис. 3. *Распределение ответов респондентов на вопрос: «За последний год Вы делали благотворительные пожертвования, давали незнакомым Вам нуждающимся людям деньги (включая просящих милостыню)? Если да, то какую сумму денег Вы на это потратили?» (% от опрошенных)*

Среди регионов, жители которых чаще всего делали пожертвования на сумму до 100 руб. в год включительно, фигурируют Астраханская, Ульяновская, Брянская, Ярославская, Кировская, Липецкая, Кемеровская, Оренбургская, Самарская и Ростовская области, Республика Алтай и Пермский край. Соответствующие данные представлены на рис. 4.

У 8% россиян сумма личных пожертвований за последний год составила 1000 руб. и более, однако значения данного показателя заметно дифференцированы по субъектам Российской Федерации. Лидером и в этом случае выступает Чечня: 39% её жителей оказывали денежную помощь в размере от 1000 руб. и более. Следующая за ней Республика Тыва отстает на 20% (значение показателя составляет 19%). Объяснение складывающейся картины требует, очевидно, дополнительного исследования, в котором важно уделить внимание (в том числе) этнокультурным и религиозным факторам, особенностям социальной структуры и позициям республиканских властей.

Что касается средней величины суммарных пожертвований за последний год, то по стране она составила примерно 1600 руб. (см. рис. 5). Москва является лидером по данному показателю; здесь средний размер пожертвований достигает 6700 руб. Далее идут Республика Тыва (6428 руб.), Ямало-Ненецкий автономный округ (6116 руб.), Республика Саха (Якутия) (5632 руб.), Камчатский край (4651 руб.). Магаданская область (4466 руб.), Ненецкий автономный округ (4191 руб.), Сахалинская область (3489 руб.), Чеченская Республика (3002 руб.). В то же время в пяти субъектах РФ средний размер пожертвований не превысил и 500 руб. (Челябинская, Тверская, Белгородская области, Краснодарский край и Республика Мордовия).

Типичные суммы пожертвований, естественно, различаются по группам населения. Более 1000 руб. в год на пожертвования чаще прочих тратят респонденты с высоким доходом и доходом выше среднего, с высшим образованием. Такие расходы на пожертвования характерны также для представителей ежедневной интернет-аудитории. Вместе с тем выделяются сравнительно большими суммами пожертвований (более 1000 руб. в год) люди, участвующие в деятельности хотя бы одной негосударственной некоммерческой организации (НКО). Среди тех, кто в ближайшие 2–3 года хотел бы помогать деньгами, пожертвованиями общественным объединениям, гражданским инициативам, некоммерческим

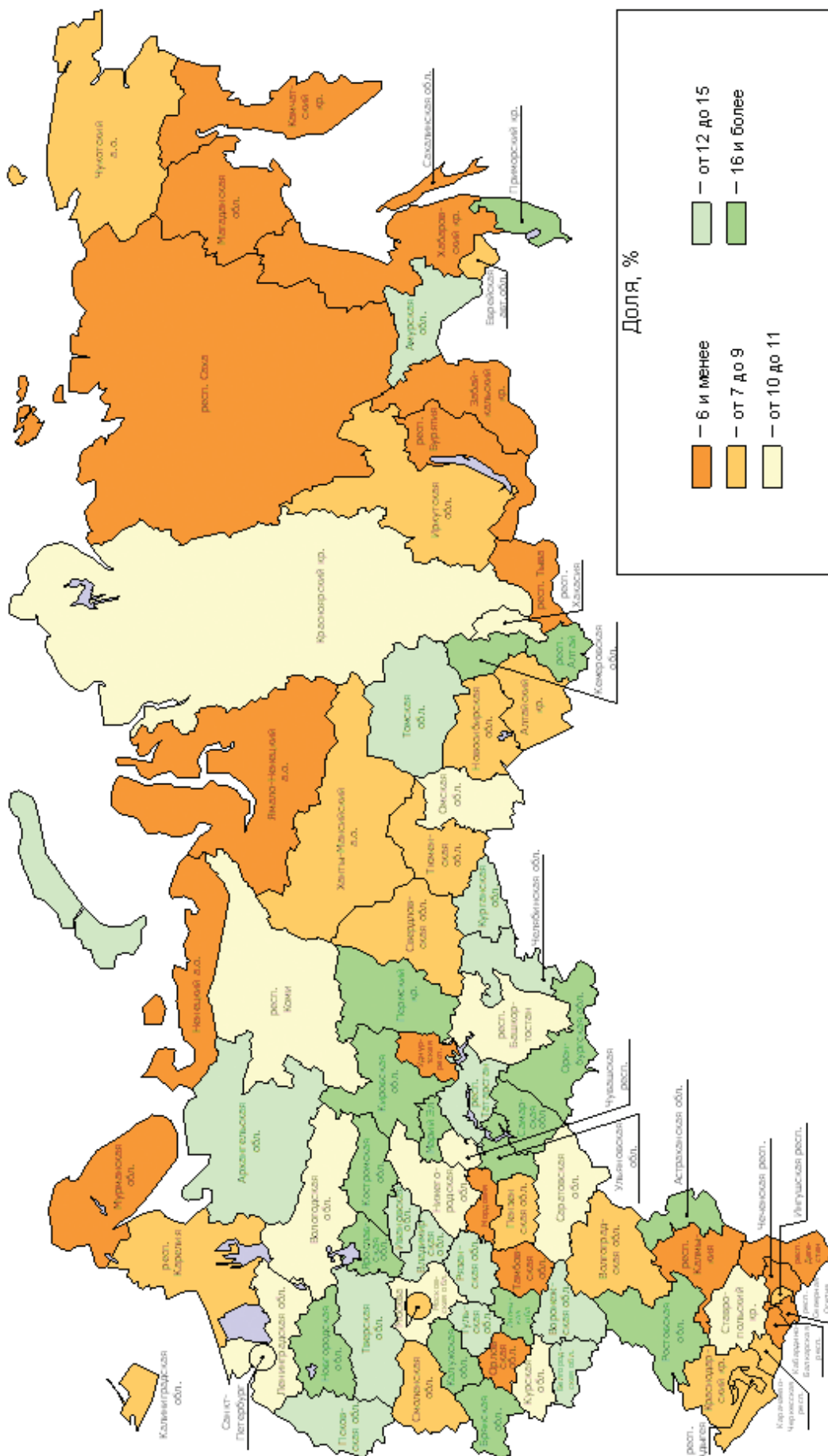


Рис. 4. Доля частных доноров с суммой пожертвований за год до 100 руб. включительно (% опрошенных по субъектам РФ, объём выборки в каждом субъекте — 500 чел.)*

* Карты даются в редакции автора статьи. — Примеч. ред.

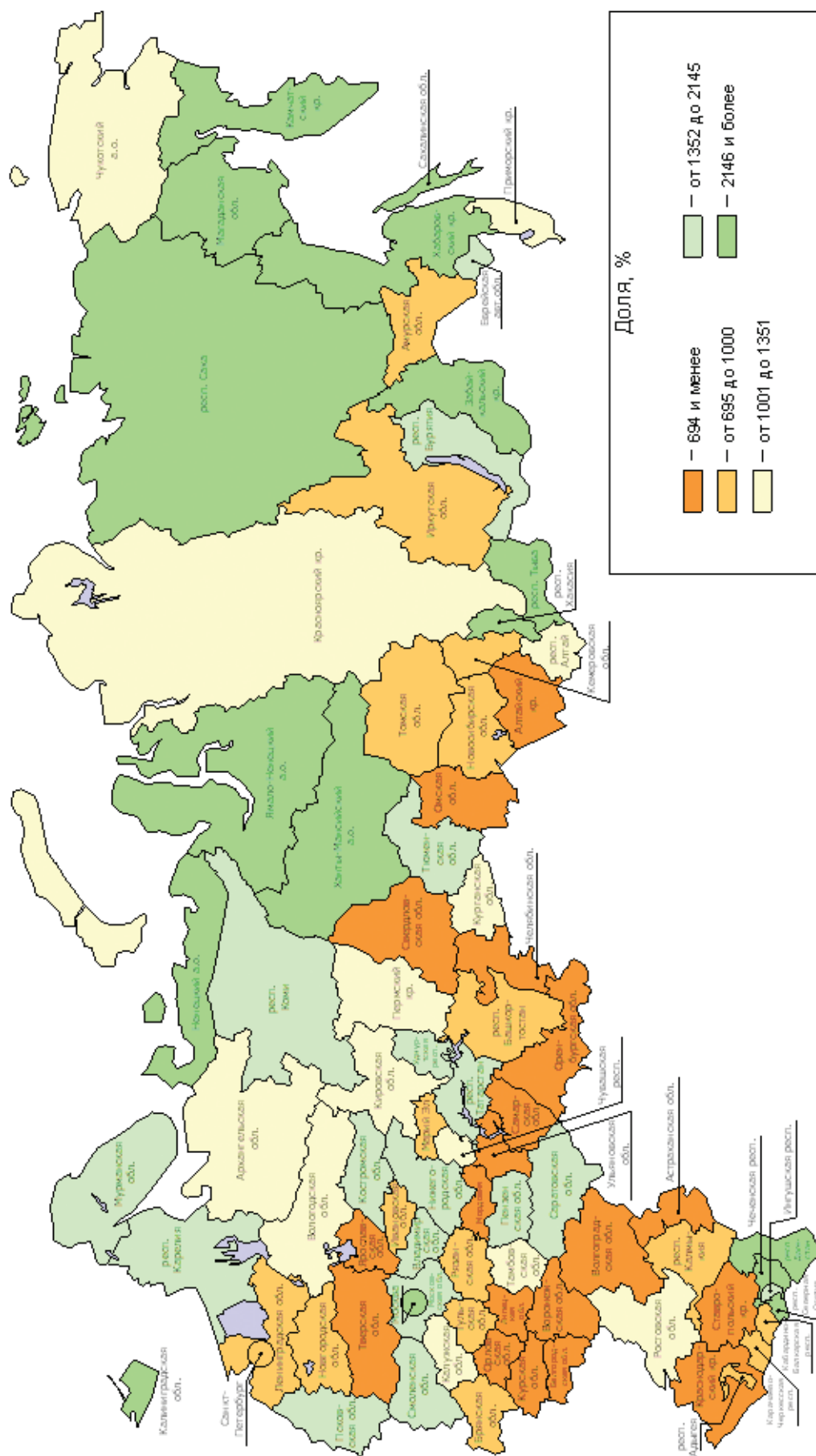


Рис. 5. Средний размер массовых денежных пожертвований россиян за последний год (в руб. по субъектам РФ, объём выборки в каждом субъекте — 500 чел.)*

* Карты даются в редакции автора статьи. — Примеч. ред.

организациям, больше 1000 руб. жертвовали 27% респондентов данной группы (при 8% в среднем по выборке). Среди тех, кто хотел бы в ближайшие 2–3 года работать добровольцем в общественных объединениях, гражданских инициативах, в НКО, больше 1000 руб. жертвовали 22% респондентов. Среди тех, кто хотел бы стать членом какой-либо общественной организации, такую сумму жертвовали 16% респондентов.

По данным Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ ВШЭ, общий объём денежных пожертвований частных лиц (речь идёт о массовой филантропии; пожертвования крупных доноров не затрагиваются) составил примерно 28 млрд руб. в 2009 г.; 25 млрд руб. в 2008 г.; 24 млрд руб. в 2007 г.; 23 млрд руб. в 2006 г. Это оценочные данные, основанные на результатах ежегодных всероссийских опросов населения, проводимых Центром совместно с ведущими социологическими центрами страны. Для сравнения: в Германии только около 30 млн евро составляли частные пожертвования граждан в НКО в области образования. В последние годы в США средняя сумма осуществлённых индивидуальных пожертвований составляет около 1600 долл. в год, в Германии — 102–115 евро⁴. Значит, объёмы частных пожертвований рядовых россиян не так велики, однако даже эта сумма проходит в основном мимо институциональных каналов массовой благотворительности — благотворительных фондов, фондов местных сообществ и НКО.

Формы участия в денежных пожертвованиях многообразны: от подаяний, милостыни, пожертвований через ящик-копилку для сбора средств до завещательных дарений (пожертвования в виде наследства) и «электронной» филантропии. Имеются в виду пожертвования через платёжный терминал-стойку, в Интернете с помощью банковской карты или веб-кошелек, а также пожертвования при посредстве SMS-сообщений с мобильного телефона (см. подробнее, например: [Юндина et al. 2001; Эрделевский, Батурина, Юндина, Зотова, Колтунцова 2001; Бердникова, Ванчикова 2006; Бурмистрова 2008; Вейс 2008; Даушев 2010]). Кроме того, имеется опыт реализации программ пожертвований через работодателя (обычно такие программы сочетаются с корпоративной благотворительностью): сотрудник компании информирует бухгалтерию о выбранных им адресатах и размерах пожертвования, после чего средства автоматически удерживаются при расчёте его заработной платы. В настоящее время программа частных пожертвований сотрудников, объединённая общим брендом «Им нужна Ваша помощь», реализуется в компаниях: «Бритиш Американ Тобакко Россия», ИД «Индепендент Медиа», Procter & Gamble, ОАО «Альфа-банк», ОАО «ТНК-ВР Менеджмент», ИГ «Ренессанс Капитал» в Москве, Санкт-Петербурге, Саратове и Новомосковске Тульской области. В программе участвуют 10–25% сотрудников компаний; за четыре года реализации программы ими сделаны пожертвования на сумму более 22 млн руб. [Бурмистрова 2008: 43].

Однако столь продвинутые формы в нашей стране практикуются немногими. В качестве массовой практики денежные пожертвования россиян, как правило, не связаны со сколько-нибудь сложной институционализацией. Ответы респондентов на вопрос о том, как именно они осуществляли свои благотворительные пожертвования, свидетельствуют, что население пока редко рассматривает НКО или государственные организации в качестве адресатов пожертвования либо посредников при их реализации [Мерсиянова, Якобсон 2009: 50]. Большая часть (37%) граждан предпочитает оказывать материальную поддержку нуждающимся в одиночку. Ещё 3% респондентов осуществляли финансовую помощь по

⁴ Источник данных по США: National Philanthropic Trust: Philanthropy Statistics. National Philanthropic Trust (см.: http://www.nptrust.org/philanthropy/philanthropy_stats.asp). Данные характеризуют сумму пожертвований в расчёте на домохозяйство.

Источник данных по Германии: Deutscher Spendenmonitor: Цит. по сайту немецкой некоммерческой организации NPO Manager; данные характеризуют сумму пожертвований отдельных граждан (за 2008 г. см.: <http://www.npo-manager.de/archiv/print.asp?bid=1308>; за 2009 г. см.: <http://www.registeronline.de/archiv/Default.asp?bid=1419>).

месту работы. На наличие в качестве посредников в своей благотворительной деятельности каких-либо организаций указали единицы (1% населения). Сказывается, очевидно, как дефицит информации о благотворительных организациях, так и недостаток доверия к ним. Эти причины тесно взаимосвязаны, что затрудняет установление роли каждой из них в отдельности, делая это скорее специальной задачей будущих исследований.

Субъекты массовой благотворительности в России: основные характеристики доноров

Результаты всероссийских опросов населения, проведённых Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора в 2008–2009 годах, послужили материалом для анализа влияния ряда факторов на участие населения в денежных пожертвованиях. Выбор факторов для оценки определялся с учётом результатов исследований, которые ранее осуществлялись в других странах.

Так, в целом ряде зарубежных работ прослеживаются *гендерные* различия в рассматриваемой сфере [Odendah 1990; Havens, O’Herlihy, Schervish 2006]. Некоторые исследования показывают, что мужчины жертвуют больше, в то время как женщины делают это чаще [Jackson, Latané 1981; Weyant 1984; Andreoni, Brown, Rischall 2003; Bekkers 2004; *Giving UK* 2005].

В ряде национальных обзоров благотворительности в США [Hodgkinson, Weitzman 1992; 1994; 1996; Kirsh, Hume, Jalnadoni 1999] показано, что женщины чаще, чем мужчины, высказывались за вклады в некоммерческий сектор. Так, по результатам опроса 1991 г. различия составили 74% у женщин против 70% у мужчин; в 1993 г. — 76 против 70% соответственно; в 1995 г. — 71 против 65%; в 1998 г. — 73 против 67%. В исследовании домохозяйств в штате Индиана (США), было выявлено, что доля склонных к благотворительности одиноких женщин на 14% больше, чем доля одиноких мужчин, и одинокие женщины вкладывали в благотворительность на 330 долл. в год больше, чем мужчины той же образовательной и возрастной группы [Mesch, Rooney, Kathryn, Steinberg 2002].

М. Кейпек выступала в своих работах против придания гендерным различиям слишком большой значимости, но, рассматривая случаи передачи прав на наследство, она тем не менее обнаружила, что число незамужних женщин, оставляющих завещательный отказ от недвижимости в пользу благотворительности, заметно превосходит число поступающих таким образом мужчин (44 против 32%) [Capek 2005]. Экель и Гроссман, используя экспериментальный подход к исследованию, установили, что женщины в целом более альтруистичны, нежели мужчины [Eckel, Grossman 1998]. Боултон и Кейток, также опираясь на экспериментальные исследования, напротив, писали об отсутствии разницы в участии в благотворительности у мужчин и женщин [Bolton, Katok 1995]. Андреони и Вестерланд предложили объяснение этих противоречивых результатов и показали, что мужчины склонны быть более щедрыми, чем женщины, когда вклад меньше, то есть потеря менее болезненна для дарителя, в то время как женщины более склонны отдавать, когда цена вклада относительно высока [Andreoni, Vesterlund 2001]. Подводя итог, эти авторы утверждают, что женщины, по сравнению с мужчинами, более заинтересованы в справедливости, правосудии и равенстве, данное соображение соответствует гипотезе о том, что женщины более социально ориентированы, чем мужчины.

В ходе одного из экспериментов было показано, что мужчины более склонны жертвовать, когда их об этом просят привлекательные женщины [Landry, Lange, List, Price, Rupp 2006]. Однако в других исследованиях такой эффект не был обнаружен (см., например: [Weyant 1984]).

Несмотря на обилие фактических данных, в литературе не представлена последовательная и надёжная общая теория влияния гендерного фактора на поведение людей в сфере денежной филантропии. При-

чина, по-видимому, не только в некоторой противоречивости имеющегося эмпирического материала, но и в том, что он относится главным образом к западному миру и прежде всего к США. Более объёмное видение ситуации предполагает учёт реалий других стран, в том числе тех, где объект исследования менее институционализирован.

Согласно данным мегаопроса населения по технологии Георейтинга, за последние 2–3 года делали благотворительные пожертвования, давали незнакомым нуждающимся людям деньги (включая просящих милостыню) 56% женщин и 48% мужчин. Шансы мужчин делать денежные пожертвования примерно на 30% ниже, чем у женщин (при условии, что все остальные социально-демографические характеристики фиксированы)⁵.

Ещё один фактор, традиционно фигурирующий в зарубежных исследованиях массовой частной благотворительности, — это *возраст* донора. Его значимость объяснима, поскольку возраст характеризует этапы жизненного цикла и, следовательно, в определённой мере отражает стабильность положения и финансовые возможности человека. Беккерс и Вайпкинг, суммируя результаты различных исследований, заключают, что обычным выводом о взаимосвязи возраста и размера пожертвований является позитивный характер подобной взаимосвязи, однако с убывающим эффектом [Bekkers, Wiepking 2010: 4]. Одни авторы пишут, что позитивный эффект наблюдается до 75 лет [Hodgkinson, Weitzman 1996; Andreoni 2001], после чего происходит снижение, другие обнаруживают такое снижение с 65 лет [Landry, Lange, Price, Rupp 2006].

Согласно результатам названного опроса, максимальная вовлечённость в денежные пожертвования в нашей стране характерна для граждан в возрасте 31–45 лет и 46–60 лет (56 и 55% соответственно). В то же время в возрастной группе до 30 лет пожертвования делают 52% респондентов, а в группе старше 60 лет — 46%. Статистический анализ отношения шансов показал, что у представителей возрастной когорты 36–54 лет, по сравнению с респондентами старше 55 лет, они выше почти на 90%, а у тех, кто не достиг 35 лет, — выше на треть, чем у когорты пожилых.

Зарубежные исследователи благотворительности уделяют немало внимания также роли *образования*. На материале стран Запада показано, что более образованные индивиды проявляют бóльшую склонность к пожертвованиям и, при прочих равных условиях, жертвуют относительно большие суммы. Например, Банкс и Таннер установили, что в Великобритании люди, закончившие колледж, участвуют в благотворительности намного чаще. «Сравнивая две категории людей, которые являются одинаковыми во всех отношениях, кроме того, что одни из них закончили колледж, а другие только школу, было выявлено, что выпускники колледжа склонны к пожертвованиям на 11% больше» [Banks, Tanner 1999: 175]. Согласно данным того же исследования размер пожертвований людей с высшим образованием также значительно выше: они отчисляют на благотворительность на 80% больше, чем их недипломированные коллеги. С. Йен в анализе благотворительной деятельности домашних хозяйств также находит аналогичную взаимосвязь между уровнем образования и благотворительностью. Проанализировав данные из обзора потребительских расходов 1995 г., он приходит к следующему выводу: «Результаты показывают, что намерение заниматься благотворительностью возникает у тех семей, которые имеют

⁵ Здесь и далее под шансом появления некоторого события В (например, В — «делать денежные пожертвования») при выполнении события А (например, А — «респондент-женщина») подразумевается отношение условной вероятности В при условии А к условной вероятности \bar{B} («не делать денежные пожертвования») при условии АВ данной работе оценки отношения шансов были получены в результате построения мультиномиальной логистической регрессии. Оценка отношения шансов совпадает с оценкой экспоненты соответствующего параметра логистической регрессии. Эмпирическую основу данной работы составляют результаты всероссийского репрезентативного опроса населения (2008 г.), проведенного в ГУ ВШЭ в рамках мониторинга состояния гражданского общества (N = 1600 чел.; сбор информации — Всероссийский центр изучения общественного мнения).

высокий уровень дохода и возглавляемы взрослыми и образованными личностями» [Yen 2002: 839]. Банкс, Таннер и Йен используют схожую эконометрическую методологию анализа связи уровня образования с благотворительной деятельностью и признают влияние на уровень полученного образования таких переменных, как возраст и доход. Именно поэтому трудно проанализировать взаимосвязь между образованием и благотворительностью, не учитывая взаимовлияния всех показателей.

Уровень образования россиян также влияет на их вовлечённость в денежные пожертвования: если 61% респондентов с высшим образованием декларируют, что за последние 2–3 года им приходилось делать денежные пожертвования, то среди респондентов с образованием ниже среднего таковых лишь 38%, со средним специальным образованием — 55% и с общим средним образованием — 50%. По сравнению с высокообразованными респондентами у представителей других образовательных групп шансы делать денежные пожертвования ниже. У людей со средним специальным образованием они меньше на 20%, с общим средним образованием — ниже почти на треть (36%), а с образованием ниже среднего — вдвое (50%).

Представляет интерес задача определения вероятности участия граждан в денежных пожертвованиях в зависимости от их социально-демографических характеристик. Для её решения была применена модель бинарной логистической регрессии⁶. Зависимой (выходной) регрессионной переменной в данном случае является номинальная переменная «участие в денежных пожертвованиях». Градациями этой переменной выступают ответы на вопрос: «Как часто за последние 2–3 года Вам приходилось делать благотворительные пожертвования, лично давать незнакомым нуждающимся людям, включая просящих милостыню, деньги?». Данная переменная принимает два значения: «занимался» (объединение ответов «занимаюсь этим постоянно», «занимался этим несколько раз», «занимался этим лишь однажды»); «не занимался» (объединение ответов «не занимался» и «затрудняюсь ответить»).

⁶ Оценивание параметров логистической регрессии проводилось с помощью пакета SPSS. Затем были вычислены оценки вероятностей возможных значений зависимой переменной «участие в денежных пожертвованиях» и построены прогнозы этой переменной для всех категорий респондентов, характеризующихся переменными «пол», «возраст», «образование», «тип населенного пункта». В качестве прогнозируемого значения переменной «участие в денежных пожертвованиях» выбиралось то значение, оценка вероятности которого была больше, чем 0,5.

Значимость рассмотренной модели в целом подтверждается критерием отношения правдоподобия, статистика которого показывает изменение логарифмической функции правдоподобия тривиальной модели по сравнению с построенной моделью. Уровень значимости этого критерия для выбранной модели меньше 0,001, что говорит о значимости данной модели.

На значимость отдельной переменной, включённой в модель, указывает значимое различие между логарифмическими функциями правдоподобия усеченной и окончательной моделей. Под усечённой моделью понимают ту, из которой исключена соответствующая переменная. Уровни значимости соответствующих критериев для переменных «пол», «возраст», «образование» и «тип населённого пункта» оказались не выше, чем 0,01, поэтому можно утверждать, что каждая из этих переменных значимо улучшает прогноз участия респондента в денежных пожертвованиях.

Показателем качества выбранной модели служит процент верно предсказанных ответов, который в нашем случае составляет 57,2. Относительно невысокое значение этого показателя объясняется тем, что не все переменные, значимо влияющие на участие респондента в денежных пожертвованиях, были включены в модель. Например, добавление переменной, описывающей регион проживания респондента, увеличивает процент правильно предсказанных ответов до 59,3.

Степень согласованности экспериментальных и модельных данных можно характеризовать статистикой Пирсона и D-статистикой. Эти статистики указывают на расхождение между наблюдаемыми и ожидаемыми частотами, рассчитанными на основе выбранной модели. Вычисленное значение статистики Пирсона соответствует уровню значимости 0,636, а D-статистики — уровню 0,433. Это говорит о том, что расхождение экспериментальных и модельных данных не является значимым.

Эмпирическую основу данной работы составляют результаты всероссийского репрезентативного опроса населения (2008 г.), проведенного ГУ ВШЭ в рамках мониторинга состояния гражданского общества (N = 1600 чел.; сбор информации — Всероссийский центр изучения общественного мнения).

Автор признателен Е. Р. Горяиновой за полезные идеи относительно математического анализа данных и проведённые расчёты.

Если суммировать, то представительство отдельных социально-демографических групп как субъектов денежных пожертвований можно конкретизировать следующим образом:

- женщины всех возрастных групп, проживающие в крупнейших, крупных, больших, средних и малых городах, с образованием не ниже среднего общего (за исключением возрастной когорты 55 лет и старше с общим средним образованием);
- женщины, проживающие в сельской местности, в возрасте 36–54 лет вне зависимости от уровня образования, в возрасте 18–35 лет, с образованием не ниже среднего специального;
- женщины, проживающие в Москве и Санкт-Петербурге, в возрасте 18–35 лет, с образованием не ниже среднего специального;
- мужчины, проживающие в крупнейших, больших и крупных городах, в возрасте 36–54 лет, с образованием не ниже общего среднего, и в возрасте 18–35 лет, с высшим образованием;
- мужчины со средним специальным образованием, в возрасте 18–35 лет, проживающие в Москве или Санкт-Петербурге, а также в крупнейших городах, и в возрасте 36–54 лет из средних и малых городов;
- мужчины с высшим образованием, в возрасте 18–35 лет, проживающие в средних и малых городах, и в возрасте 36–54 лет из средних и малых городов, а также из сельской местности.

В таблице 1 отражены группы граждан, сформированные на основе изучаемых характеристик, вероятность участия которых в денежных пожертвованиях наиболее высокая (выше 0,5).

Таблица 1

Группы взрослого населения РФ с наиболее высокой вероятностью участия в денежных пожертвованиях (в зависимости от пола, возраста, образования и места жительства)

Возраст	Образование			
	Ниже среднего	Общее среднее	Среднее специальное	Высшее
МУЖЧИНЫ				
18–35			A/E	A/B/C
36–54		A/B/	A/B/C/	A/B/C/D
55 и старше				
ЖЕНЩИНЫ				
18–35		A/B/C	A/B/C/D/E	A/B/C/D/E
36–54		A/B/C/D	A/B/C/D	A/B/C/D
55 и старше			A/B/C	A/B/C/

Примечание. A — жители крупнейших городов (более 500 тыс. чел., кроме Москвы и Санкт-Петербурга); B — жители больших и крупных городов (100–500 тыс. чел.); C — жители средних и малых городов (менее 100 тыс. чел.); D — жители сельской местности; E — жители Москвы и Санкт-Петербурга.

Результаты зарубежных исследований массовых частных пожертвований демонстрируют высокую значимость *религиозного* фактора. В социологии религии существует большое количество зарубежной ли-

тературы, посвящённой взаимоотношению между религиозной активностью и пожертвованиями (см., например: [Wuthnow 1991; Jackson, Bachmeier, Wood, Craft 1995]). Кроме того, роль религии в реализации филантропических практик изучается и в других научных дисциплинах. Позитивная взаимосвязь между посещаемостью церкви и филантропией отмечается практически в каждой статье, посвящённой изучению этого вопроса. Исключения составляют несколько работ, носивших экспериментальный характер. Участники эксперимента имели возможность делать пожертвования вне религиозного контекста (см., например: [Eckel, Grossman 2004; Anderson, Mellor, Milyo 2005; Bekkers 2006]).

Религиозный фактор многое объясняет как в мотивации филантропического поведения, так и в выборе объектов поддержки со стороны жертвователей. Например, используя данные налоговой службы США, исследователи установили, что более трёх четвертей пожертвований, которые делают американцы с доходами 50 тыс. долл. и выше, поступают в религиозные организации [Anft, Lipman 2003]. Кроме того, как показали Стайнберг и Уилхелм, пожертвования религиозным организациям делают 21% американцев, не исповедующих ни одной религии [Steinberg, Wilhelm 2003]. Важно отметить, что авторы исключили из этого анализа респондентов, которые не разглашают информацию о своей религии или затруднились ответить на этот вопрос. Интерпретируя эти данные, упомянутые авторы выдвигают гипотезу, что благотворительность, как таковая, ассоциируется с религией, которая сама по себе побуждает людей, не исповедующих ни одной религии, делать пожертвования, а те, кто исповедуют какую-либо религию, готовы пожертвовать намного больше.

Применительно к современному российскому обществу эмпирические данные о связи частной благотворительности с религиозностью и о благотворительном аспекте деятельности религиозных организаций представлены в сравнительно небольшом числе публикаций, не дающих, разумеется, исчерпывающей картины [Бурдо, Филатов 2005–2008; Митрохин 2006; Аллероев 2010; Аронов 2010; Тихонович 2010; Тихонович, Сучилин 2010].

Согласно результатам общероссийского опроса населения, 64% респондентов отнесли себя к той или иной конфессии, в том числе 55% — к православным⁷. Однако о посещении храмов, мечетей или молитвенных домов заявили только 40% опрошенных. Об ответах представителей различных конфессий относительно их участия в делах прихода (общины) можно судить по рис. 6. Отражённые рисунком данные свидетельствуют о том, что единственной по-настоящему широко распространённой формой участия в жизни локальных конфессиональных общностей являются пожертвования на храм (мечеть, молитвенный дом). Однако и в этой форме, почти неотделимой от хотя бы эпизодического участия в богослужениях (молитвенных собраниях), свою приверженность религии выказывают лишь немногим более половины мусульман и треть православных. Число тех, кто жертвует деньги на благотворительные проекты прихода (общины), примерно вчетверо меньше числа жертвующих на храм. Это соотношение характерно как для православных, так и для представителей других конфессий, кроме мусульман, у которых такая форма активности, судя по опросу, не популярна. Зато одежду для бедных в мечети приносят чаще, чем в церкви.

Вообще, мусульманские общины выглядят, по данным опроса, заметно активнее всех остальных. «Нужно понимать, насколько благотворительная деятельность является важной для существования любого сообщества и, естественно, для мусульманской уммы, — сказал в интервью корреспонденту журнала “Деньги и благотворительность” Мухаммед Саляхетдинов, руководитель ассоциации культурно-просветительских и общественных объединений “Собрание”. — С вопросами благотворительности

⁷ Результаты всероссийского опроса населения, проведённого Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ ВШЭ в декабре 2009 г. Сбор информации — Фонд «Общественное мнение». Объём выборочной совокупности — 2000 чел., отобранных на основе многоступенчатой стратифицированной территориальной случайной выборки. Опросный инструментарий разработан И. В. Мерсияновой и Л. И. Яковсоном.

годы поступающие средства значительно сократились. Тогда организаторы решили перейти к принципу «понемногу от многих», обратились к гражданам с призывом «Даже сто рублей могут спасти кому-то жизнь». Было создано «Общество друзей милосердия», которое объединило людей, ежемесячно перечисляющих в пользу движения сотую часть своего дохода. Подход оказался эффективным: за счёт пожертвований, собранных таким способом, удалось сохранить все проекты «Милосердия» [Тихонович 2010: 18].

В целом в России, в отличие от многих зарубежных стран, развитие благотворительности в настоящее время слабо связано с деятельностью религиозных организаций.

Экономические факторы и мотивация доноров

Несомненно и значительно положительное влияние, которое оказывает на пожертвования фактор *дохода*. В США его изучали, например, Отен и Радни, используя данные о федеральных подоходных налогах за 1971–1975 годы [Auten, Rudney 1990]. Эти данные дают представления как о доходах, с которых начисляется налог, так и о подтверждённых пожертвованиях, которые служат в Америке основанием для налоговых вычетов. Исследователи пришли к выводу, что фактор дохода весьма значим, хотя «на незначительную часть доноров, которые исключительно щедры, приходится значительная часть общих пожертвований на каждом уровне дохода» [Auten, Rudney 1990: 92].

Джонс и Поснетт под тем же углом зрения изучали расходы британских семей [Jones, Posnett 1991]. Этим авторов интересовали как масштабы вовлечённости в пожертвования, так и размеры отчислений. Данное исследование показало, что вовлечённость отражает влияние образования, пола и престижности профессии, однако уровень пожертвований оказывается чувствительным только к уровню семейного дохода. Семейный доход, по мнению этих авторов, является переменной, на основе которой можно прогнозировать общую сумму пожертвований.

Выше приводились данные, свидетельствующие о том, что и в нашей стране участие в пожертвованиях в существенной мере зависит от денежных доходов. Чтобы полнее охарактеризовать ситуацию, мы включили в один из всероссийских репрезентативных опросов населения вопрос: «Позволяют ли Ваши доходы делать денежные пожертвования нуждающимся людям, не членам Вашей семьи и не близким родственникам?»⁸. Подавляющая часть респондентов (80%) дали отрицательные ответы. Меньше одной пятой части (17%) ответили на этот вопрос положительно. Только 3% затруднились определиться с ответом на вопрос. Среди тех россиян, чьи доходы, по их словам, позволяют делать денежные пожертвования, почти каждый четвёртый их не делает. Редко денежные пожертвования делают 56% представителей этой группы и часто — лишь 19%.

В какой мере представления людей об их способности участвовать в благотворительности соотносятся с объективными характеристиками их материального положения? Среди респондентов, чей доход на члена семьи превышает 7000 руб. в месяц, только 26% полагают, что эта сумма позволяет им делать денежные пожертвования. Что же касается респондентов с душевым доходом в 4000 руб. в месяц и менее, почти все они (92%) заявили о невозможности делать пожертвования, хотя на практике многие эпизодически подают милостыню и т. п. (см. рис. 7).

Наглядна также зависимость между самооценкой респондентами своих доходов как позволяющих делать денежные пожертвования и такими переменными, как уровень материального благосостояния

⁸ Всероссийский опрос населения, проведенный Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ ВШЭ в декабре 2009 г. Сбор информации — Фонд «Общественное мнение». Объем выборочной совокупности — 2000 чел., отобранных на основе многоступенчатой стратифицированной территориальной случайной выборки. Опросный инструментариум разработан И. В. Мерсияновой и Л. И. Якобсоном.

(самооценка), удовлетворённость доходами и индекс потребления. Чем выше значения данных показателей, тем, разумеется, чаще встречаются положительные ответы на вопрос о возможности делать денежные пожертвования (см. рис. 8).

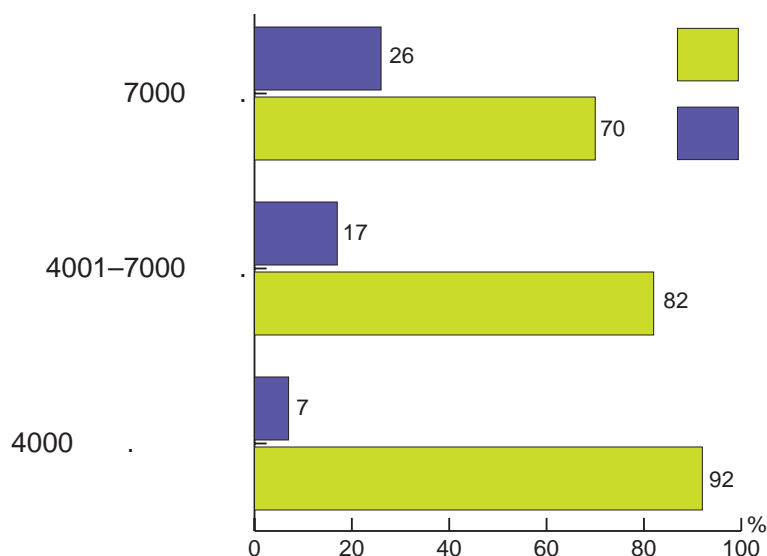


Рис. 7. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Позволяют ли Ваши доходы делать денежные пожертвования нуждающимся людям, не членам Вашей семьи и не близким родственникам?» (% опрошенных, по группам по доходу на члена семьи)

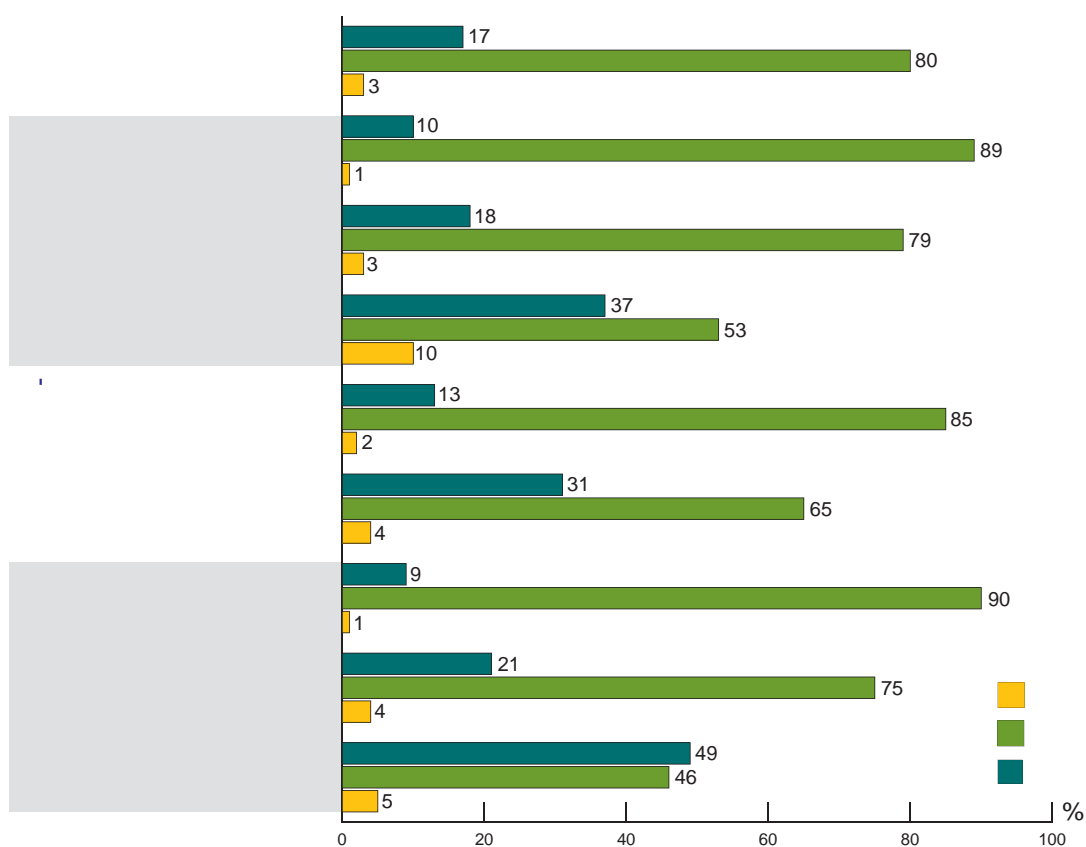


Рис. 8. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Позволяют ли Ваши доходы делать денежные пожертвования нуждающимся людям, не членам Вашей семьи и не близким родственникам?» (% опрошенных, по типологическим группам)

Анализ распределения ответов на данный вопрос по возрастным группам не выявляет особых отклонений от средних значений по России в целом. Исключение составляет возрастная группа старше 60 лет: 85% её представителей считают, что не имеют достаточных средств для пожертвований, и только 12% заявляют о своей способности в них участвовать. Очевидно, возраст в данном случае выступает главным образом в роли косвенного индикатора дохода, поскольку большинство в рассматриваемой группе составляют пенсионеры. Среди респондентов с высшим образованием положительный ответ на соответствующий вопрос дали 23 против 17% в среднем по выборке.

Таким образом, люди, считающие, что их доход позволяет им заниматься благотворительной деятельностью, принадлежат, как правило, к высокоресурсным категориям населения (с более высоким уровнем образования и дохода, трудоспособные, с высокой субъективной оценкой уровня своего материального положения).

Напомним: 80% опрошенных ответили, что нынешний доход не позволяет им делать пожертвования. Этой группе был задан вопрос: «Если Ваши сегодняшние доходы не позволяют делать денежные пожертвования нуждающимся людям, то какой доход на одного члена семьи в месяц позволил бы Вам делать пожертвования?». Суммы дохода назывались достаточно реалистичные: 16% назвали 10 тыс. руб. и меньше; 24% указали цифры в диапазоне от 10 тыс. руб. до 20 тыс. руб.; только 22% обозначили более 20 тыс. руб. Однако треть респондентов этой группы затруднились назвать точный размер дохода.

Тем, кто считает, что мог бы включиться в благотворительность при условии увеличения дохода, задавался вопрос, на какие цели они направляли бы свои пожертвования. Чаще всего назывались медицинские операции детям (62%), помощь детским домам (41%), забота об инвалидах (31%) и пожилых людях (27%), помощь домам престарелых (21%) и медицинские операции взрослым (17%).

К ряду экономических факторов, влияющих на развитие филантропических практик, в определённом смысле относится также качество и эффективность тех организаций, которые предъявляют спрос на пожертвования. В самом деле, значимы не только альтруистические устремления населения, о которых речь шла выше, но и то, насколько им соответствует «индустрия благотворительности». В странах, где прочно укоренены и высоко развиты институты филантропической активности, эта «индустрия» представляет собой заметную отрасль экономики. Однако в нашей стране она находится пока в зачаточном состоянии, что, разумеется, негативно сказывается на вовлечённости граждан в благотворительность и на масштабах пожертвований. Неудовлетворённость населения качеством «индустрии благотворительности» улавливается в опросах через индикаторы доверия к тем, кто собирает пожертвования.

Сами респонденты при ответе на вопрос о том, при каких условиях они стали бы делать денежные пожертвования, чаще всего (81%) указывали, что сделают это, если будут уверены, что их деньги пойдут по назначению. Решение проблемы невысокого доверия россиян к посредникам благотворительной деятельности является необходимым условием повышения активности массовой филантропии в России.

Только каждый пятый ответивший (19%) назвал значимым условие личного знакомства с адресатами оказанной им финансовой помощи. Еще 14% указали на важность морального удовлетворения от такого рода деятельности. Остальные предложенные условия набрали меньше 10% среди населения в целом и столько же (за редким исключением) в социально-демографических и типологических группах. Такие позиции, как близость по духу нуждающихся в помощи, улучшение качества повседневной жизни, получение льготы по уплате подоходного налога, помощь животным указали от 7 до 3% ответивших.

Уверенность в том, что пожертвованные деньги пойдут по назначению, в большей степени, чем остальным ответившим, необходима жителям Москвы (90%) и респондентам с высоким — более 7000 руб. — доходом (90%). Несколько меньше на это обращали внимание безработные (74%), мусульмане (75%), люди старше 60 лет (73%); самый низкий показатель у респондентов с образованием ниже среднего (63%).

В отличие от русских татары (24%) и представители других национальностей (29%) более важным считают личное знакомство с тем, кому оказывается финансовая помощь. Это обуславливает то, что такая же тенденция прослеживается и при анализе по принадлежности к религиозным конфессиям. Мусульмане и представители других религиозных конфессий (обе группы по 25%) чаще, чем православные и атеисты, указывали на это условие.

Обратимся теперь к такому фактору как *предоставление льгот по уплате подоходного налога* для жертвователей. За рубежом давно проводятся исследования, нацеленные на изучение связи между денежными пожертвованиями и льготами. В одном из первых исследований на эту тему Рис в 1979 г. сделал вывод: «Мои результаты показывают, что налоговые вычеты в отношении благотворительности являются важным фактором, определяющим уровень первичных взносов» [Reese 1979]. Несколько недавних исследований уточнили и подтвердили выводы этого учёного в соответствии с современным налоговым законодательством [Pelosa, Steel 2005]. Напротив, Бродли, Хоулден и Макклелланд показали, что налоговые льготы в детализации не всегда влияют на количество взносов [Bradley, Holden, McClelland 2005]. Пока нет других подтверждений этому, данный факт можно рассматривать как, возможно, сдвиг в области мотивации доноров.

Российское законодательство предусматривает социальные налоговые вычеты. Так, в соответствии со ст. 219 главы 23 Налогового кодекса РФ, налогоплательщик имеет право на получение социальных налоговых вычетов на благотворительность. Вычет на благотворительные цели в виде денежной помощи организациям науки, культуры, образования, здравоохранения и социального обеспечения, частично или полностью финансируемым из средств соответствующих бюджетов, а также физкультурно-спортивным организациям, образовательным и дошкольным учреждениям на нужды физического воспитания граждан и содержание спортивных команд, а также в сумме пожертвований, перечисляемых (уплачиваемых) налогоплательщиком религиозным организациям на осуществление ими уставной деятельности предоставляется в размере фактически произведённых налогоплательщиком расходов, но не более 25% от суммы дохода, полученного им в налоговом периоде. Однако в ряду предложенных условий для осуществления личных пожертвований возможности получения льгот по уплате подоходного налога интересуют всего 4% населения (в 2008 г. таковых был 1%). Граждане России вообще относительно мало информированы о том, что людям, которые делают благотворительные пожертвования, предоставляется такая льгота. Только четверть респондентов сказали, что знают об этом. Подавляющее большинство (73% опрошенных) не знают о такой привилегии.

Среди россиян только 1% сказали, что делали благотворительные пожертвования и воспользовались вычетами по подоходному налогу; 14% отметили, что, хотя и помогали финансово нуждающимся, но этой льготой не пользовались.

Только 5% из тех, кто воспользовался льготой после благотворительного пожертвования, сказали, что будут тратить больше, если получат такую привилегию по уплате подоходного налога. Тех, кто делал пожертвования и не пользовался льготой, это условие для увеличения суммы волнует ещё меньше — лишь 3% из не воспользовавшихся, но оказавших помощь респондентов.

Таким образом, данная льгота не оказывает особого влияния на увеличение благотворительных пожертвований рядовых россиян. Основная причина этого (на неё указали 11% россиян) связана с тем, что сумма пожертвований была незначительной. На остальные причины указали 1–2% респондентов. Анализ мнений россиян, которые оказывали финансовую помощь и не пользовались этой льготой, даёт более яркую картину (см. рис. 9). Чаще всего эти респонденты (88%) отмечали нежелание связываться с инстанциями и чиновниками, которые выплачивают компенсацию, а также отсутствие документов, подтверждающих пожертвования; 85% таких респондентов считали эту сумму незначительной; ещё 65% не располагали временем для оформления и получения выплаты. Для получения вычета налогоплательщику необходимо составить заявление и вместе с налоговой декларацией и копиями документов, подтверждающих расходы на благотворительность в предшествующем налоговом периоде, подать его в налоговую инспекцию по месту жительства. Видимо, частные жертвователи воспринимают данную процедуру как длительную и излишне бюрократизированную.

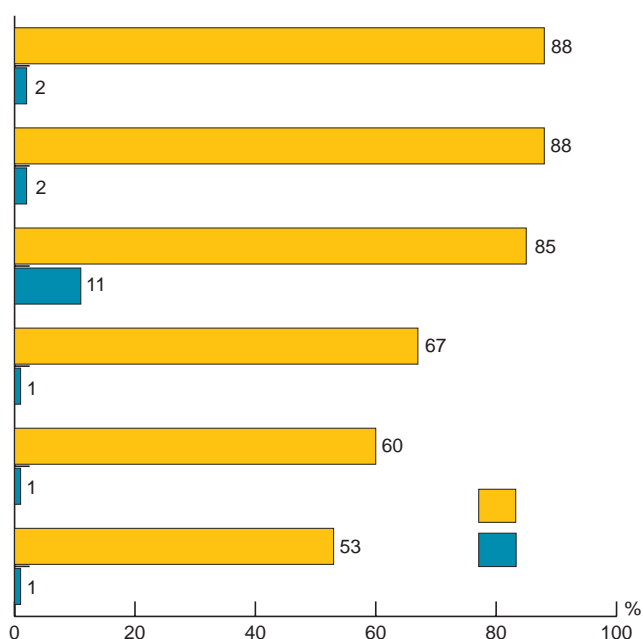


Рис. 9. Сравнительный анализ причин непопулярности налоговых вычетов среди населения и среди не воспользовавшихся льготой (% опрошенных и % не воспользовавшихся льготой)

Наряду с массовыми денежными пожертвованиями в нашей стране развивается филантропия частных доноров — крупных жертвователей, которые тратят на благотворительные цели значительные денежные средства из своих доходов. Почему богатые люди жертвуют на благотворительность? Согласно результатам проведённого в Великобритании эмпирического исследования значимы следующие причины [Ллойд 2007]⁹:

Уверенность в важности проблемы, которая создает наиболее сильную мотивацию. Выбор проблем зачастую определяется желанием донора улучшить общественную жизнь в соответствии с определёнными интересами или верой во что-то.

Желание стать катализатором изменений, то есть стремление по-настоящему изменить общество, его институты или жизнь отдельных людей и получить результат от своих пожертвований.

⁹ В ходе исследования были конфиденциально опрошены 76 человек, обладающих достаточно крупными состояниями (от 5 до 100 млн фунтов стерлингов), которые в настоящий момент живут в Англии и Уэльсе. Кроме того, были опрошены 10 фандрайзеров-волонтеров («просителей», многие из которых сами обладают значительным состоянием и также выступают в роли доноров) и 14 ведущих профессиональных советников состоятельных людей, также имеющих высокий уровень доходов.

Стремление к самореализации, связанное с удовлетворением от собственных достижений — от применения своих знаний в новой сфере, приобретения новых навыков, управления денежными средствами, которые в противном случае получило бы государство, решения проблем, близких лично донору, и от определения донором своего места в обществе.

Чувство долга и ответственности, признание обязанности помогать тем, кто менее успешен, и желание «вернуть долги» обществу.

Возможность получить удовлетворение от коллективных действий и общения в сфере благотворительности. Эти чувства могут возникать от контактов с руководством благотворительной организации, благополучателями и другими донорами. В некоторых сферах и сообществах сети донорских организаций достаточно развиты и влиятельны. Некоторые доноры могут действовать, желая стать членами такой сети.

Насколько можно судить по фрагментарной информации, в том числе полученной в ходе непосредственного общения с отдельными донорами, сотрудниками благотворительных организаций и бенефициарами благотворительности, все названные мотивы в той или иной степени присущи тем отечественным бизнесменам, которые делают относительно крупные пожертвования. Однако филантропическая деятельность частных доноров в нашей стране, как правило, не вполне прозрачна. Это существенно затрудняет построение количественных оценок даже в отношении её объемов, не говоря уже о сравнительной значимости разных мотивов.

Повышению транспарентности способствует создание институциональных структур, финансируемых крупными жертвователями. Первые фонды, финансируемые из личных средств работающих в России предпринимателей, появились в конце 1990-х годов. Это Фонд Владимира Потанина, «Открытая Россия» Михаила Ходорковского, Фонд содействия кадетским корпусам, созданный Борисом Йорданом, и некоторые другие. В настоящее время в стране действуют не менее 30 относительно крупных личных фондов. Среди известных бизнесменов, передавших фондам заметную часть состояния либо систематически делающих крупные пожертвования, можно назвать, например, Вагита Алекперова, Олега Дерипаску, Дмитрия Зими́на, Михаила Прохорова, Алишера Усмано́ва, Николая Цветкова.

«По мере старения ветеранов российского капитализма таких фондов становится всё больше», — констатируют Р. Кутузов и И. Телицина, предлагая своё объяснение этой тенденции [Кутузов, Телицина 2008: 246]. В целом это объяснение сводится к мотивам, представленным в пунктах 2 и 3 приведённого чуть выше перечня. К сожалению, отсутствуют эмпирические данные, которые позволили бы подтвердить или опровергнуть данную гипотезу и вообще с уверенностью судить о доминирующих мотивах крупной частной благотворительности в России. Исследования, сопоставимые с названным британским, на российском материале не проводились. Более того, в силу закрытости отечественного истеблишмента методологически состоятельное исследование подобного рода вряд ли удастся провести в близком будущем.

В то же время имеется возможность опереться на данные об отношении к донорам и их жертвованиям со стороны рядовых граждан, и эти данные достаточно поучительны¹⁰. Большинство респондентов, не располагая сведениями о подлинных мотивах благотворителей и, разумеется, не общаясь с ними, настроены довольно подозрительно. Более 40% придерживаются мнения, что лишь меньше

¹⁰ Результаты эмпирического исследования по данной тематике см.: [Мерсиянова, Якобсон 2009: 60–62]. Они основаны на данных всероссийского опроса населения, проведённого Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора ГУ ВШЭ в декабре 2008 г. Сбор информации — Всероссийский центр изучения общественного мнения. Объём выборочной совокупности — 1600 чел., отобранных на основе многоступенчатой стратифицированной территориальной случайной выборки. Опросный инструментариум разработан И. В. Мерсияновой и Л. И. Якобсоном.

четверти жертвователей бескорыстно занимаются благотворительностью. Каждый третий респондент (34%) считает, что более половины жертвователей занимаются благотворительностью, чтобы добиться популярности, обеспечить себе пиар, а 13% полагают, что таковы цели почти всех жертвователей. По утверждению 31% населения, более половины жертвователей используют благотворительную деятельность как способ улучшить свои связи с чиновниками во властных органах, а 16% отнесли к этой категории жертвователей почти всех. По мнению 28% респондентов, больше половины жертвователей с помощью благотворительности решают проблемы своего бизнеса, а 19% приписывают этот мотив почти всем жертвователям.

Таким образом, восприятие населения довольно резко контрастирует с оценками, содержащимися в процитированной статье из русской версии журнала «Forbes» [Кутузов, Телицина 2008]. Доступная информация подсказывает, что в действительности сочетаются разные тенденции. Благотворители, особенно наиболее крупные, всё чаще действуют бескорыстно, хотя ситуация в целом отнюдь не идеальна: порою ими преследуются и вполне корыстные цели.

Заключение

Денежная филантропия как повседневная социальная практика гражданского общества развита достаточно хорошо в нашей стране, даже по критерию численности участвующих в ней россиян. Тем не менее существуют многочисленные барьеры, препятствующие её положительной динамике и требующие концентрации усилий субъектов гражданского общества (негосударственных некоммерческих организаций), органов власти и заинтересованных бизнес-структур в деле их преодоления. Такие барьеры условно можно разбить на три группы.

Во-первых, это барьеры на микроуровне, сопровождающие проблемы благотворительной деятельности отдельных индивидов: дефицит доверия граждан к институциональным посредникам благотворительной деятельности, сомнения граждан в истинных целях благотворительных организаций, отсутствие личного опыта участия в деятельности НКО у большинства россиян, недостаточная информированность о благотворительных НКО, коммуникативные трудности. Последние проявляются в том, что НКО и благотворительные организации говорят на «разных языках» не только с общественностью, но даже и со своими реальными и потенциальными донорами (и сегодня есть немало свидетельств этому)¹¹.

Во-вторых, это барьеры мезоуровня, связанные с благотворительной деятельностью корпоративных филантропов и НКО: бедность информационного поля некоммерческих организаций, недостаток квалифицированных специалистов в НКО, недостаточный уровень финансовой и управленческой грамотности НКО, ошибки в реализации корпоративной благотворительности, проявляющиеся в преобладании традиционной, а не стратегической логики, в необоснованном выборе форм, направлений и объектов благотворительности.

В-третьих, это барьеры макроуровня, имеющие истоки в недостатках текущей социальной политики, инфраструктурной неразвитости благотворительной деятельности и проявляющиеся в проблемах взаимодействия органов власти и субъектов благотворительной деятельности.

¹¹ «Получается, что работник фонда часто даже толком слова дистрибуция не понимает, а молодой человек, готовый помочь и занимающийся дистрибуцией, не догадывается, что нужно объяснить, какие возможности это раскрывает. Или фонд говорит: “Ну, вот вы можете стать нашим волонтером и всегда-всегда работать в нашем фонде!”. Человек начинает краснеть: “Ну я не могу, у меня маленький ребёнок, жена, мне нужно работать в своём проктерэндгэмбле”. “Ну, тогда купите календарик за 10 рублей!” — на этом разговор заканчивается». http://community.livejournal.com/philanthropy_ru/39584.html

Для активизации благотворительной деятельности в нашей стране необходимо создание благоприятных условий, возвращение институтов массовой благотворительности, которые будут поддерживать устойчивость всей системы.

Литература

- Азарова Е. С., Яницкий М. С. 2008. Психологические детерминанты добровольческой деятельности. *Вестник Томского государственного университета*. 306: 120–126.
- Аллероев Т. 2010. Милосердие под зеленым знаменем. *Деньги и благотворительность*. 73: 28–31.
- Апресян Р. Г. 1998. Филантропия: милостыня или социальная инженерия. *Общественные науки и современность*. 5: 51–60.
- Аронов Н. 2010. Филантропия как закон. Благотворительность в иудаизме. *Деньги и благотворительность*. 73: 35–37.
- Бердникова Н. Ш., Ванчикова С. Б. (сост.). 2006. *Эффективная благотворительность для развития города*. М.: ООО «Олимпус»; НО Фонд «Институт социальной и гендерной политики».
- Бурдо М., Филатов С. (ред.). 2005–2008. *Атлас современной религиозной жизни России: В 3 т.* М.; СПб.: Летний сад.
- Бурмистрова Т. А. 2008. Развитие механизмов массовой благотворительности. В кн.: Шадрин Е. А. (ред.). *Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах: практика межсекторного взаимодействия. Практическое пособие*. М.: Агентство социальной информации; 38–52.
- Вейс О. А. (авт.-сост.) 2008. *Сбор частных пожертвований, или Как копейка рубль бережет*. Самара: ООО «ОФОРТ».
- Даушев Д. 2010. Сделай донору удобно. *Деньги и благотворительность*. 72: 34–39.
- Как сделать пожертвование в России. 2008*. Филиал КОО «Международный центр некоммерческого права» в Российской Федерации, САФ Россия. М.: МЦНП; САФ.
- Кудринская Л. А. 2006. Добровольческий труд: сущность, функции, специфика. *Социологические исследования*. 5: 15–22.
- Кутузов Р., Телицина И. 2008. Частные фонды. Эффект старения. *Forbes* (русское издание). 5: 246–248.
- Ларионова Т. П. 2009. Социальные характеристики благотворительной деятельности в Татарстане. *Социологические исследования*. 10: 40–47.
- Ллойд Т. 2007. Почему богатые жертвуют? *Деньги и благотворительность*. 3 (64): 66–69.
- Мерсиянова И. В., Якобсон Л. И. 2009. *Практики филантропии в России: вовлечённость и отношение к ним населения*. М.: ИД ГУ ВШЭ.

- Мерсиянова И. В., Якобсон Л. И. (ред.). 2010. *Потенциал и пути развития филантропии в России*. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Митрохин Н. 2006. *Русская православная церковь: современное состояние и актуальные проблемы*. М.: НЛО.
- Сайтбагин А. Р. 2001. *Благотворительность в России: история, теория, тенденции развития*. СПб.: Петербург — XXI век.
- Эрделевский А. М., Батурина М. В., Юндина М. А., Зотова А. В., Колтунцова М. Н. (сост.). 2001. Сбор частных пожертвований. *Вопросы бухгалтерского учета и налогообложения*. Ставрополь: ЮРРЦ.
- Синецкий С. Б. 2001. Российские волонтеры: черты социального портрета (Часть 1). В кн.: Лейкинд О. Л. (ред.). *Благотворительность в России. Социальные и исторические исследования*. СПб.: Лики России; 646–654.
- Смит Д. А., Боргман К. 2006. Благотворительные учреждения в европейских странах: исторический контекст. *Отечественные записки*. 4 (31): <http://www.strana-oz.ru/?ozid=31&oznumber=4>
- Стречански Б. 2003. Благотворительность и филантропия. В кн.: Ондрушек Д. et al. *Хрестоматия для некоммерческих организаций*. Братислава: Центр профилактики и решения конфликтов; 49–76.
- Тихонович Л. 2010. Церковь ждёт социальная реформа. *Деньги и благотворительность*. 73: 16–18.
- Тихонович Л., Сучилин А. 2010. Религиозная благотворительность: традиции и современность. *Деньги и благотворительность*. 73: 8–11.
- Фомин А. Э. 2001. Благотворительность: дискуссионное поле и исследовательские задачи. В кн.: Лейкинд О. (ред.). *Благотворительность в России. Социальные и исторические исследования*. СПб.: Лики России; 17–40.
- Цирульников Б. А., Чапарина С. Н. 2008. Практика вовлечения молодежи в благотворительную деятельность: практика деятельности «Молодежных банков». В кн.: Шадрин Е. А. (ред.). *Социальное партнёрство и развитие институтов гражданского общества в регионах и муниципалитетах: практика межсекторного взаимодействия*. М.: Агентство социальной информации; 53–62.
- Юндина М. А. (авт.-сост.) et al. 2001. Акции по сбору частных пожертвований: успешные модели и опыт. Ставрополь: ЮРРЦ.
- Anderson L., Mellor J., Milyo J. 2005. *Did the Devil Make Them Do It? The Effects of Religion and Religiosity in Public Goods u Trust Games*. Working Paper. 0512. Department of Economics, University of Missouri.
- Andreoni J., Brown E., Rischall I. 2003. Charitable Giving by Married Couples. Who Decides и Why Does it Matter? *The Journal of Human Resources*. 38: 111–133.
- Andreoni J., Vesterlund L. 2001. Which is the Fair Sex? Gender Differences in Altruism. *Quarterly Journal of Economics*. 116: 293–312.

- Andreoni J. E. 2001. The Economics of Philanthropy. In: Smelser N. J., Baltes P. B. (eds.). *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. London: Elsevier; 11369–11376.
- Anft M., Lipman H. 2003. How Americans Give. *Chronicle of Philanthropy*. 4: 6–9.
- Auten G., Rudney G. 1990. The Variability of Individual Charitable Giving in the U.S. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 2: 80–97.
- Banks J., Tanner S. 1999. Patterns in Household Giving: Evidence from U.K. Data. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. 2 (10): 173–180.
- Bekkers R. 2004. *Giving and Volunteering in the Netherlands: Sociological and Psychological Perspectives*. Ph.D-Dissertation, Utrecht University.
- Bekkers R. 2006. Traditional и Health Related Philanthropy: The Role of Resources and Personality. *Social Psychology Quarterly*. 68 (4).
- Bekkers R., Wiepking P. 2010. *Understanding Philanthropy. A Review of 50 Years of Theories and Research*. Social Science Research Network. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1015507
- Bolton G. E., Katok E. 1995. An Experimental Test for Gender Differences in Beneficent Behavior. *Economics Letters*. 48: 287–292.
- Borgmann K., Smith J. A. 2001. Foundations in Europe. In: Shelter A., Then V., Walkenhorst P. (eds.). *Society Management and Law*. London: Bertelsmann Foundation.
- Bradley R., Holden S., McClelland R. 2005. A Robust Examination of the Effects of Taxation on Charitable Contributions. *Contemporary Economic Policy*. 4 (23): 545–554.
- Bremner R. H. 1996. *Giving: Charity and Philanthropy in History*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Capek M. E. S. 2005. Documenting Women's Giving: Biases, Barriers and Benefits. In: Clift E. (ed.). *Women, Philanthropy, and Social Change: Visions for a Just Society*. Medford, MA: Tufts University Press; 29–60.
- Cutler S., Danigelis N. 1993. Organizational Contexts of Activity. In: Kelly J. (ed.). *Activity and Aging*. Newbury Park, CA: Sage.
- Eckel C., Grossman P. 2004. Giving to Secular Causes by the Religious and Nonreligious: An Experimental Test of the Responsiveness of Giving to Subsidies. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 33: 271–89.
- Eckel C. C., Grossman P. J. 1998. Are Women less Selfish than Men? Evidence from Dictator Experiments. *Economic Journal*. 108: 726–735.
- Gallagher S. 1994. *Older People Giving Care: Helping People and Community*. Westport, CT: Ouburn House.
- Giving UK 2004/2005*. 2005. London: Charities Aid Foundation/NCVO.

- Havens J. J., O'Herlihy M. A., Schervish P. G. 2006. Charitable Giving: How Much, by Whom, to What, and How. In: Powell W., Steinberg R. (eds.). *The Nonprofit Sector: A Research Handbook*. 2nd edn. New Haven, CT: Yale University Press; 542–567.
- Hodgkinson V. A., Weitzman M. S. 1992, 1994, 1996. *Dimensions of the Independent Sector: A Statistical Profile*. Washington, DC: Independent Sector.
- Hodgkinson V. A., Weitzman M. S. 1996. *Giving and Volunteering in the United States*. Washington: Independent Sector.
- Jackson E. F., Bachmeier M. D., Wood J. R., Craft E. A. 1995. Volunteering and Charitable Giving: Do Religious и Associational Ties Promote Helping Behavior? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. 24: 59–78.
- Jackson J. M., Latané B. 1981. Strength и Number of Solicitors и the Urge Toward Altruism. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 7 (3):415–422.
- Jones A., Posnett J. 1991. Charitable Donations by U.K. Households: Evidence from the Family Expenditure Survey. *Applied Economics*. 23: 343–351.
- Kirsh A. D., Hume K. M., Jalnadoni N. T. 1999. *Giving and Volunteering in the United States: Findings from a National Survey*. Washington, DC: Independent Sector.
- Landry C. E., Lange A., List J. A., Price M. K., Rupp N. G. 2006. Toward an Understanding of the Economics of Charity: Evidence From a Field Experiment. *The Quarterly Journal of Economics*. 121 (2): 747–782.
- Markham W., Bonjean C. 1995. Community Orientations of Higher-Status Women Volunteers. *Social Forces*. 73: 1553-1571.
- Mesch D. J., Rooney P. M., Kathryn W. C., Steinberg S. 2002. Race and Gender Differences in Philanthropy: Indiana as a Test Case. *New Directions for Philanthropic Fundraising*. 37: 65–77.
- Odendahl T. 1990. *Charity Begins at Home: Generosity and Self-Interest among the Philanthropic Elite*. N.Y.: Basic Books.
- Payne B., Bull C. 1993. The Older Volunteer: the Case for Interdependence. In: Peterson W., Quadagno J. (eds.) *Social Bonds in Later Life: Aging and Interdependence*. Newbury Park, CA; Beverly Hills, CA: Sage Publications, Inc.; 251–272.
- Peloza J., Steel P. 2005. The Price Elasticities of Charitable Contributions: A Meta-Analysis. *Journal of Public Policy & Marketing*. 2 (24): 260–272.
- Philanthropy. <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/Philanthropy>.
- Reece W. S. 1979. Charitable Contributions: New Evidence on Household Behavior. *The American Economic Review*. 1 (69): 142–151.
- Smith D. 1982. Altruism, Volunteers, and Volunteerism. In: Harman J. (ed.) *Volunteerism in the Eighties*. Washington, DC: University Press of America; 23–44.

Steinberg R., Wilhelm M. 2003. *Patterns of Giving in COPPS 2001*. Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action Annual Conference. Denver, Colorado.

Weyant J. M. 1984. Applying Social Psychology to Induce Charitable Donations. *Journal of Applied Social Psychology*. 14 (5): 441–447.

Wuthnow R. 1991. *Acts of Compassion: Caring for Others and Helping Ourselves*. Princeton: Princeton University Press.

Yen S. T. 2002. An Econometric Analysis of Household Donations in the USA. *Applied Economics Letters*. 9: 831–841.

НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Х. Уайт

Откуда берутся рынки?¹



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

Email: hcw2@columbia.edu.

Перевод с англ.
Г. Б. Юдина

Научн. ред. —
В. В. Радаев; Г. Б. Юдин

Источник: White
H. 1981. Where Do
Markets Come From?
*The American Journal
of Sociology*. 87 (3):
517–547. [www.jstor.org/
stable/2778933](http://www.jstor.org/stable/2778933)

Публикуется
с разрешения
журнала «The
American Journal
of Sociology».

*У рынков, на которых играют фирмы-производители, есть две стороны: производители представляют собой полностью связанную клику, взаимодействующую с покупателями, которые рассматриваются как отдельная, но агрегированная клика (**clique**)². Каждый производитель — отдельная фирма со своим собственным, отдельным продуктом. Каждый постоянно отслеживает реакции других с помощью совместной социальной конструкции, графика условий торговли (**schedule of terms of trade**)³. Каждый производитель руководствуется при определении объема выпуска наблюдаемыми результатами других производителей, а не предположениями о гипотетической реакции покупателей на его собственные действия. Каждый производитель руководствуется в своих действиях исключительно собственным интересом, основываясь на наблюдении за действиями всех остальных производителей, которые в обобщённом виде представлены посредством процесса обратной связи. Это обобщение представляет со-*

¹ Я благодарен за финансовую поддержку Национальному научному фонду (National Science Foundation; гранты SOC76-24394, SER76-17502 и SES80-08658), а Холли Грано (Holly Grano) — за техническую помощь. Рэймонд Кори (E. Raymond Corey), Майкл Портер (Michael E. Porter) и другие коллеги из Гарвардской бизнес-школы любезно предоставили свои описания и исследования кейсов отдельных отраслей или наборов фирм в рамках отрасли; они не несут никакой ответственности за предлагаемые мной интерпретации. При подготовке предварительных вариантов этой статьи свои идеи и другую помощь предложили Рональд Брейгер (Ronald L. Breiger), Роберт Икклс (Robert G. Eccles), Эрик Лейфер (Eric Leifer), Джон Паджетт (John F. Padgett), Орландо Паттерсон (Orlando Patterson), Артур Стинчкомб (Arthur Stinchcombe) и анонимный рецензент. — *Примеч. авт.*

² Термин *clique* используется Уайтом одновременно в двух значениях. С одной стороны, этот термин имеет конкретное значение в теории графов и переводится на русский язык как «полный подграф» (или «клика»), то есть такой подграф, у которого соединены все вершины. С другой стороны, этот термин был заимствован американскими социальными психологами и социологами ещё в первой половине XX в. (в частности, такими исследователями, как Ч. Кули, У. Л. Уорнер, Э. Мейо, Дж. Морено). Уорнер определяет его следующим образом: «Клика — это тесная неформальная группа друзей, в которую человек вовлечён» [Warner W. L. 1942. *Educative Effects of Social Status. Environment and Education. Supplementary Educational Monographs*. University of Chicago. 54: 26].

Следует подчеркнуть, что ни в одном из этих значений термин не имеет выраженной негативной коннотации (хотя английский язык и не исключает такой коннотации: так, Уорнер считает, что клики подавляют демократические ценности). При переводе мы предпочли вариант «клика» всем прочим (в частности, варианту «малая группа», с которой иногда путают клику), поскольку он наиболее точно передаёт смысл понятия и наилучшим образом отражает его математические истоки. Сетевой подход в социологии (в особенности в версии Уайта) достаточно формализован, и математические термины часто используются здесь в буквальном смысле. Поэтому, чтобы не допустить неточностей и сохранить дух чёткости и доказательности, присущий работам Уайта, мы сделали выбор в пользу такого перевода. — *Примеч. перев.*

бой график условий торговли, который только в предельных случаях редуцируется до постоянной цены. Рынок возникает как структура ролей, в которой для каждой фирмы выделена своя ниша. Явные формулы — как для фирм, так и для рыночных агрегатов — получаются методами сравнительной статистики для одного семейства предположений о структурах издержек и оценках отдельных продуктов покупателями. Но дело обстоит не так, что любой набор фирм может поддерживать устойчивые условия торговли с любым набором покупателей. Оказывается, что в параметрическом пространстве, которое будет детально определено, существует три основных типа рынков и три типа провалов рынка (*market failures*). Одна разновидность рынка (ПАРАДОКСАЛЬНЫЙ) напоминает о духе Мэдисон-авеню, вторая для нас более привычна (СКРИПЯЩИЙ), а третья (ПЕРЕПОЛНЕННЫЙ) представляет собой новую форму, которая не учитывается ни одной из существующих теорий рынков. В качестве иллюстрации используются 20 американских промышленных рынков, три из них рассматриваются более детально. Также обсуждается неравенство долей рынка у разных фирм, измеренное с помощью коэффициента Джини.

Ключевые слова: рынки фирм-производителей; рынки и фирмы; рынки как социальные структуры; конкуренция; сигнальный механизм.

Почему многие промышленные рынки состоят у нас не более чем из дюжины фирм, и лишь несколько из этих фирм вместе обеспечивают существенную долю объема производства [Scherer 1970; Porter 1980]? Здесь недостаточно сослаться на одни лишь технологические ограничения.

Почему даже если крупнейшая фирма хочет предложить потребителям новый для себя продукт, она обычно делает это, представляя себя в качестве участника уже существующего рынка? Имеющиеся теории, по-видимому, не обращают внимания на этот удивительный факт; практики и консультанты считают его само собой разумеющимся (см.: [Steiner 1975: 192, 200; Salter, Weinhold 1979: 7–16]).

Почему экономисты принимают теорию поведения фирмы на рынке, которая в принципе исключает самую распространённую для фирм ситуацию? Большая часть промышленных фирм, как правило, определяет объём производства в диапазоне, где издержки на единицу товара остаются неизменными или падают по мере увеличения выпуска (см.: [Ijiri, Simon 1977: 7]).

Ранее я предложил некоторые предварительные ответы на подобные вопросы в специальной работе о рынках фирм-производителей, где рассматривал их как порождённые ролевые структуры (*induced role structures*) [White 1981]. Теперь я хотел бы конкретизировать эту мысль и проиллюстрировать её в приложении к некоторым рынкам в США.

Моё предложение состояло в том, чтобы встроить неоклассическую экономическую теорию фирмы в социологический подход к анализу рынков. Рынки — это самовоспроизводящиеся социальные структуры, объединяющие конкретные клики фирм и других акторов, которые приобретают свои роли, наблюдая за поведением друг друга. Я утверждаю, что ключевой факт заключается в том, что производители на рынке наблюдают друг за другом. В течение нескольких недель после того, как Роджер

³ Термин *schedule* также создаёт сложности при переводе. Уайт использует его одновременно в двух значениях: во-первых, как «перечень», «план» или «график» (в том же смысле, в котором мы говорим, например, о «графике дежурств»), подразумевая, что фирмы на рынке определяют основные параметры своей деятельности — условия торговли (объём выпуска, цены и т. д.) в соответствии с некоторым негласным договором. Второе значение, в котором используется термин, — это собственно «график», наглядное представление, причём график является средством визуализации перечня как для исследователя, так и для участников рынка, и тем самым график оказывает самостоятельное влияние на воспроизводство рынка. Мы сделали выбор в пользу перевода «график», поскольку он позволяет отразить оба значимых для автора оттенка. — *Примеч. перев.*

Баннистер⁴ пробежал на миле из четырёх минут, другим удалось добиться того же результата, так как они определяли действительность и вознаграждения, наблюдая за тем, что делают другие «производители», а не гадая и размышляя о том, чего хочет публика или что сказали судьи. Вопреки тому, что подсказывают некоторые наши речевые стереотипы, рынки не определяются совокупностью покупателей, и производители не мучают себя догадками об аморфном спросе. Я настаиваю, что то, чем фирма занимается на рынке, — это наблюдение за измеримыми характеристиками конкуренции.

Согласно моей идее, рынки — это социальные структуры, в рамках которых производители воспроизводят свой набор действий; этот набор подтверждает правильность ожиданий и надежд каждой фирмы относительно того, какой объём выпуска является оптимальным. Данный подход представляет собой особый случай теории «рациональных ожиданий» (см.: [Muth 1961]; свежий обзор см.: [Kantor 1979]). В этой модели обратной связи также имеется элемент самоселекции, вытекающий из «теории сигналов» (*signaling theory*) Дж. Акерлофа [Akerlof 1976], А. М. Спенса [Spence 1974] и других исследователей, заинтересовавшихся понятием «несовершенной информации».

Нам потребуется немного обобщить понятие цены — обобщить до графика наблюдаемых на рынке результатов. Эти наблюдаемые результаты представляют собой набор пар, по одной паре для каждой фирмы: выручка, полученная за поставленный объём продукции. Посмотрим на гипотетические наборы результатов в разных частях рисунка 1. Результаты, представленные на рисунке 1А, не могут обеспечивать устойчивость рынка, а на рисунке 1В — могут. Рисунок 1С, где кривая интерполирована через точки рисунка 1В, — это возможный способ визуализации фирмой этих результатов, выручка (W) является функцией от объёма (y). Этот график не следует путать с функцией спроса, гипотетической конструкцией экономистов. Этот график можно понимать в терминах цены (из расчёта «выручка за единицу продукции»), но такая цена зависит от объёма. Далее станет ясно, что это обобщение традиционного понятия цены является ключевым для моего подхода.

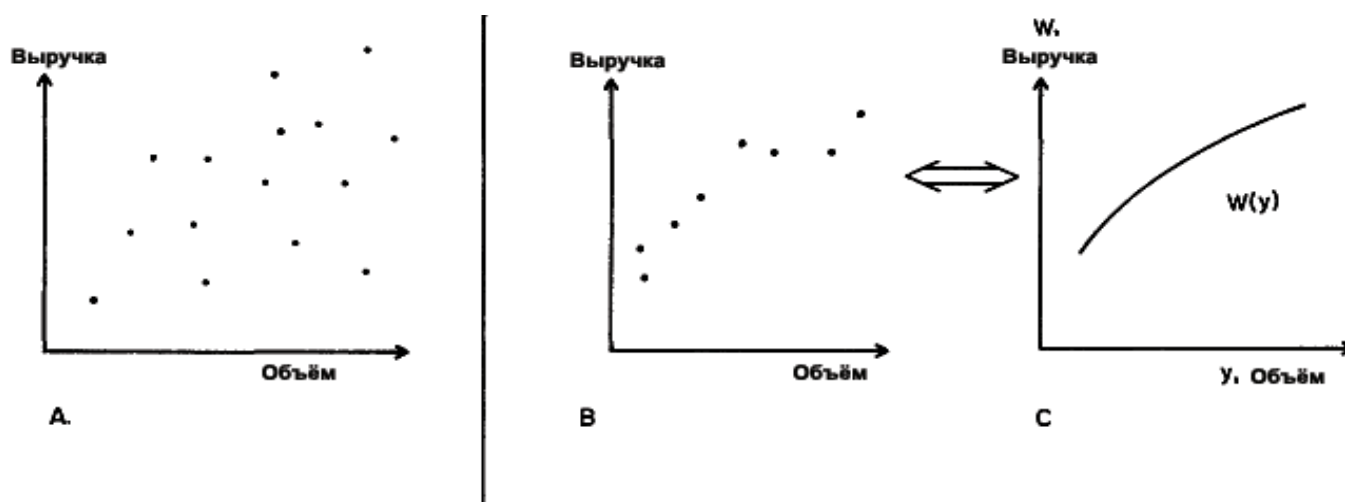


Рис. 1. Результаты для каждой фирмы в клике
 А. Результаты не обеспечивают устойчивость рынка;
 В. Результаты обеспечивают устойчивость рынка;

С. График рынка, выведенный из В; если акторы используют его при принятии решений, то они обеспечивают устойчивость рынка

Каждая фирма рассматривает $W(y)$ в качестве собственного набора возможностей, поскольку в нём обобщены единственно достоверные, доступные данные. Чтобы добыть даже эту информацию, её

⁴ Роджер Баннистер (Roger Bannister) — английский бегун, первый атлет, пробежавший милю быстрее, чем за четыре минуты; это достижение было установлено в 1954 г. — *Примеч. перев.*

нужно активно искать — во время обедов с коллегами по отрасли, через торговые ассоциации, у собственных покупателей и т. д. Каждая фирма знает, что её продукт отличается от других (*distinctive*), но ей также известно, насколько сложно и рискованно оценивать собственное своеобразие (см.: [Porter 1976; Cooney 1978]). В частности, когда меняется объём, предлагаемый фирмой на рынке, её привлекательность для покупателей также меняется, и эти изменения сложно оценить. Ни одна фирма не может с уверенностью оценивать относительные качества других фирм, и каждая фирма знает, что на её позицию способен оказать влияние выбор, сделанный одним или несколькими её конкурентами. График рынка $W(y)$ — это разделяемая участниками социальная конструкция, включающая в себя все эффекты взаимодействия.

Такие взаимозамыкающие (*mutually interlocking*) подтверждения выбора, сделанного каждым отдельным производителем (см. рис. 1В), возможны не для любой произвольно взятой совокупности производителей и не для любой популяции покупателей. Отдельные фирмы-производители могут различаться по множеству атрибутов (качество продукции, расположение, инвестиции в производство). С одной стороны, некоторые из этих атрибутов влияют на структуру издержек (например, см. рис. 4, 7 далее), а следовательно, и на уровень производства, который представляется данной фирме оптимальным. С другой стороны, некоторые из этих атрибутов оказывают влияние на привлекательность для покупателей. Самоподтверждающийся график рынка $W(y)$ порождается для клики продуктов, для которых и структура издержек, и структура вкусов могут быть проранжированы по качеству.

Рынок — это спектакль, постановка которого по силам только совокупности производителей, совместимо упорядоченных (*compatibly arrayed*) по качествам, которые в них видят потребители. Упорядочивания по качеству (*quality arrays*) в последнее время фигурировали в микроэкономике под именами «гедонические цены» [Terleckyj 1976] и «потребитель как производитель» [Lancaster 1966, 1979]. Примерно 20 лет назад У. Алонсо [Alonso 1964] предложил такое упорядочение местоположений в городе, при котором расстояние от центра выступает как естественная метрика равенства, и в то же время задаёт геометрические ограничения районов, являющиеся у него аналогами объёма продукции; позднее Ш. Розен [Rosen 1974] обобщил эту схему, распространив её на несовершенную конкуренцию.

Построение рынка — это преисполненный конфликтов и переменчивый процесс; он может породить целый ряд различных результатов в виде графиков рынка. Продукты разных фирм в рамках одного рынка предположительно будут похожи, но как наблюдатели мы не накладываем *a priori* никакого культурного или лингвистического критерия сходства. Рынки определяются самовоспроизводящимися кликами фирм, а не наоборот.

Основная часть данной статьи состоит из раздела, посвящённого общей модели, и раздела с результатами её эмпирической апробации.

Общая модель

Фирмы на рынке отличаются друг от друга не только по структуре издержек, но и по тому, как их продукты оценивают (*appreciation*) покупатели. Указанные различия (*dispersions*) занимают в моём анализе центральное место. В этом отношении я следую многолетней традиции экономических исследований «несовершенной конкуренции» (*imperfect competition*), заложенной Э. Чемберлином (Edward Chamberlin) (см.: [Spence 1976; Dixit, Stiglitz 1977]). Но в этой традиции фирмы формируют свои рыночные предложения на основании догадок о вкусах покупателей. Моя точка зрения, представленная выше, напротив, состоит в том, что фирмы принимают решения на основании наблюдения за позициями всех остальных производителей.

На мой взгляд, фирмы ищут ниши на рынке примерно так же, как организмы ищут ниши в окружающей среде. Поскольку свои особенности есть у каждой фирмы, все они вовлечены не в чистую конкуренцию, но в деятельность, связанную с поиском и сохранением ролей по отношению друг к другу в среде, образованной различающимися покупателями. Но аукционера, который формировал бы рынок, не существует; вместо этого структура рынка зависит от переплетения локальных порядков. Это приводит к постулату, согласно которому фирмы со сходными графиками уровня издержек (размеры переменных издержек, необходимых для производства различного объема продукции) должны также обладать в глазах покупателей сходными графиками потребительской оценки⁵ относительно объема производства. Если этот постулат не выполняется, как это происходит в ситуации зарождающегося рынка, то совокупность производителей, сопровождаемых популяцией привлеченных ими покупателей, не может поддерживать устойчивое существование: $W(y)$ не будет воспроизводиться через эгоистические действия фирм, которые отслеживаются покупателями.

На любом наблюдаемом рынке имеет место разброс фирм-производителей по качеству продукции (как оно воспринимается покупателями), а также по объему производства. В соответствии с постулатом, изложенным в предыдущем абзаце, сходство уровней качества должно приводить к сходству объемов производства. В модели каждой фирме присваивается значение индекса качества, обозначаемого n . Присвоенное фирме значение является её собственным значением⁶: атрибут не может быстро измениться в отличие от объема производства. Объем производства обозначается через y .

Основная особенность моего подхода состоит в следующем: *фирмы могут наблюдать только объёмы производства и платежи* (payments), но не значения индекса качества и их оценку; они действуют на основе этих наблюдений и тем самым воспроизводят наблюдения. Тем не менее моя модель может предсказывать все решения об объёме производства, принимаемые различными фирмами, поскольку в ней делаются допущения относительно качества n для каждой фирмы, а также относительно потребительской оценки качества. (Чем выше значение этого индекса, тем выше качество: речь всегда идёт о его оценке покупателями.)

Сначала я представлю графики уровня издержек и потребительской оценки, а затем выведу ряд графиков рынка, которые могут получаться при определённых условиях. Побочным результатом выступает топология рынков — двумерное упорядочение, где каждой точке соответствует определённая форма графика платежей. Затем обсуждаются разновидности и следствия провалов рынка; непосредственно за этим во второй части статьи предлагаются эмпирическая апробация и прогнозы для промышленных рынков.

В качестве центрального сюжета выступает соотношение между дисперсиями, то есть роль играют разбросы, а не средние значения, как можно было бы ожидать исходя из шаблонного равенства спроса и предложения.

⁵ Термин *valuation* отсылает к оценке продукции покупателями. Поскольку термин «оценка» широко используется в тексте (в частности, в статистическом смысле — для перевода estimate), мы обычно переводим valuation как «потребительская оценка», имея в виду, что этот процесс осуществляется покупателем, и его результаты напрямую производителю никогда не известны. — *Примеч. перев.*

⁶ Собственное значение, или характеристическое число (*characteristic value*) — корень характеристического уравнения в математике. Собственное значение определяет уникальность матрицы; матрицы с одинаковыми наборами собственных значений могут быть получены друг из друга преобразованием подобия. В данном случае имеется в виду, что значение индекса качества представляет собой неотъемлемую отличительную характеристику фирмы. — *Примеч. перев.*

Данные об издержках и ценности в зависимости от объёма и качества

Базовые элементы моей формализации — это два графика (график издержек и график потребительской оценки), каждый из которых дан в двух измерениях (объём производства y и качество n). Если данные о совокупности фирм и покупателей не могут быть аппроксимированы с помощью гнездовых графиков⁷, эти производители и покупатели будут неспособны обеспечить устойчивость рынка, который воспроизводит себя так, как показано на рисунке 1. Чтобы получить комплексный, но понятный инструментальный, я сведу всё к конкретным семействам степенных функций для описания возможных графиков.

График переменных издержек производства для фирмы со значением n описывается следующим образом:

$$C(y; n) = qy^c/n^d, \quad (1)$$

где q и c положительны.

Вклад фирмы в потребительскую оценку определяется как:

$$S(y; n) = ry^a n^b, \quad (2)$$

где r , a и b положительны.

Интуитивно ясно, что рынок должен установить равновесие между соотношением, которое существует между *вкладом* (contribution) и *издержками* применительно к большему или меньшему объёму производства, с одной стороны, и соотношением между *желанностью* (desirability) и *расходами* (expense) применительно к качеству — с другой. Уравнения (1) и (2) дают простейшее семейство графиков, которые предполагают независимое изменение этих четырёх величин (в денежном измерении) в отношении физического объёма производства y , либо в отношении качества n .

На рисунке 2 в схематичном виде представлена феноменология, стоящая за этими графиками. Здесь эксплицируется уравнение (1), где переменные *издержки* производства объёма y , выбранного фирмой, являются производением *издержек*, чувствительных к объёму, и *расходов*, чувствительных к качеству. Издержки должны возрастать вместе с объёмом, так что показатель степени c положителен; этот показатель является коэффициентом пропорциональности темпов роста издержек относительно темпов роста выпуска. Качество в отличие от объёма существует только «в глазах смотрящего», в данном случае в глазах покупателей, и потому представляет собой экзогенный «социальный факт», с которым сталкиваются производители; следовательно, показатель степени d может быть как положительным, так и отрицательным. Если d положителен, то он описывает ситуацию, которую я ниже называю ПАРАДОКСАЛЬНЫМ рынком, где производителю, чей продукт предпочитают покупатели, становится дешевле его производить! На рисунке 2 имеется аналогичное обоснование уравнения (2). Показатель степени b для желанности положителен по определению; можно даже настаивать на том, что его сле-

⁷ «Гнездовые» означает только то, что функция, описывающая график, определённый одним значением параметра (например, n), никогда не пересечёт функцию для другого значения параметра. (Само понятие, хотя оно и представляется несколько расплывчатым, известно и важно в других областях, например, применительно к распределениям Лоренца; см.: [Schwartz, Winship 1980].) Это допущение, как и более общее допущение о том, что каждый эмпирически полученный график может быть представлен абсолютно точной функцией (см. сноску 16), очевидно, более строгое, чем требуется для получения основных результатов. Но поскольку в этой и других статьях я излагаю свою теорию впервые, то чтобы упростить её объяснение, я делаю не только эти допущения, но также дополнительное допущение о том, что график имеет форму Кобба—Дугласа (степенную). В другой работе я рассмотрел альтернативные формы функций. — Примеч. авт.

дует приравнять к единице, но я предпочитаю не накладывать таких ограничений на шкалирование качества n для продуктов различных фирм (см. обсуждение таблиц 1 и 2 далее).

i) Феноменология рыночной ситуации (market context)

a	b
c	d

ii) Параметры — пропорциональные темпы изменения (в логарифмической шкале)

по дисперсии объёма производства продукции $\frac{\text{Вклад}}{\text{Издержки}} = a / c$

по дисперсии качества производителей $\frac{\text{Желанность}}{\text{Расходы}} = b / d$

iii) Основные соотношения

Рис. 2

Со стороны покупателя имеется асимметрия, которая не отражена на рисунке 2. Фирмы активно принимают решения, и у каждой из них есть свой, независимый от других график издержек, который известен, как минимум, ей самой. Покупатели, напротив, играют пассивную роль, сбиваясь в агрегат. Агрегированный покупатель может сказать «да» или «нет» фирме, делающей предложение при входе на рынок (то есть заявляющей пару «объём производства — цена»), но у него имеются только две эти альтернативы. Выбор между ними зависит от того, как покупатели в целом оценивают большее количество продукции одной фирмы в сравнении с меньшим количеством продукции другой. Чтобы сделать модель ещё проще, я введу допущение о том, что покупатели видят не взаимодействие между отдельными парами продуктов, но только совокупность продуктов. Формально, агрегированный покупатель оценивает упорядочение всех своих покупок как:

$$V(\#) = [\sum S(y;n)]^\gamma. \quad (3)$$

Символ V в этой функции оценивания выделен жирным шрифтом; это показывает, что речь идёт об агрегированном объёме для рынка в целом; далее я буду придерживаться этого обозначения. Символ $\#$ обозначает число фирм на рынке и, следовательно, число слагаемых. Следует обратить внимание на то, что вклад объёма производства одной фирмы в общую потребительскую оценку может быть замещён вкладом любой другой фирмы. В особом случае, когда показатель степени a равен единице, дальнейшее увеличение объёма данной фирмой оценивается не выше (как было бы в случае $a > 1$) и не ниже, чем исходный объём. Более важен общий степенной показатель γ (гамма), который обычно меньше единицы; это соответствует тому, как изменяется степень насыщения вкусов данного агрегата покупателей суммарным объёмом покупок у всех фирм на рынке по мере увеличения этого суммарного объёма⁸.

Коэффициенты масштаба q для графиков издержек (уравнение (1)) и r^n для графиков потребительской оценки (уравнения (2) и (3)) следует рассматривать отдельно. В разделе, который посвящён апробации модели, изменения этих коэффициентов будут интерпретироваться как навязанные рынку экзогенные изменения издержек и спроса. Я не задаю распределение фирм по индексу качества n , а задаю только их число. Согласно этому взгляду на рынки, фирм, выступающих в роли производителей, относительно немного (примерно полдюжины), и нет оснований полагать, что между ними есть какая-то особая разница по индексу качества. Поэтому показатели качества лучше всего рассматривать как набор констант, которые нужно подогнать к наблюдаемым производителям (как это делается далее в нескольких эмпирических примерах).

Некоторые особые случаи ранее сыграли большую роль в развитии теорий рынков, более подробно я писал об этом в другой работе [White 1980]. Если приравнять степенной показатель b к нулю, то это редуцирует рынок до состояния чистой конкуренции: продукция разных фирм неотличима друг от друга. Модели совершенной конкуренции предполагают также, что со стороны покупателей нет потребности в настоящем разнообразии; в моих терминах это означает, что показатель a приравнивается к единице. Именно в этом узкоспециализированном контексте приобрело известность понятие равенства между спросом и предложением. Далее мы увидим, что хотя уравнивание объёмов запрашиваемого и проданного, безусловно, необходимо, это побочный результат решения основной проблемы — проблемы условий, которые позволят осмысленно произвести агрегирование различных продуктов. Предложение и спрос обозначают один из аспектов тех процессов обратной связи, которые формируют рынки, но этот аспект несуществен с поведенческой точки зрения и, следовательно, несуществен для теории.

Мотивы и графики равновесия

Каждая фирма характеризуется уровнем качества n и выбирает для себя объём производства $y(n)$ так, чтобы максимизировать свой денежный поток (*cash flow*), то есть разницу между денежными поступлениями с рынка и прямыми издержками. (Здесь я следую за ортодоксальной неоклассической теорией и пренебрегаю соображениями бихевиористов о когнитивных и мотивационных пределах оптимизации.) В состоянии равновесия структура выбранных альтернатив должна точно соответствовать графику рынка, приведённому на рисунке 1: $W(y)$ денежных поступлений за поставленный объём про-

⁸ В этом упрощённом представлении (уравнение (3)) оценок продуктов агрегированным покупателем я следую последним нововведениям в микроэкономической теории (напр.: [Rosen 1974; Spence 1976]; см. также: [Lancaster 1966]). Следует заметить, что взаимодействие между показателями спроса на различные продукты имеет здесь место *только* тогда, когда для данного конкретного рынка γ не равна единице. Каждая функция S содержит данные о склонности к оцениванию, основанному на атрибутах данного продукта, но в денежном выражении (*with monetary dimension*) она может быть включена в реальное оценивание (V) только в контексте других продуктов. Следует обратить внимание, что в пределе вклад каждой отдельной фирмы в V будет равен S , помноженному на $\gamma/V^{(1-\gamma)/\gamma}$. — Примеч. авт.

дукции⁹. Эта структура одинакова для всех фирм, хотя мы как наблюдатели знаем только, в чём состоят различия между фирмами по качеству и, следовательно, как они располагаются на графиках издержек и потребительской оценки.

При каких условиях это становится возможным? Только в том случае, если каждая фирма, в силу структуры её издержек, при выборе собственной ниши $y(n)$ руководствуется общим для всех графиком $W(y)$, благодаря чему эта ниша удовлетворяет и совокупного покупателя, поскольку она обеспечивает для него столь же хорошее предложение, как и у других производителей. Таково моё определение рынка, далее следует его формализация и распространение.

Агрегированный покупатель способен добиться только реализации необходимого условия (уравнение (4)) для максимизации своей чистой выгоды. По определению, чистая выгода покупателей — это их суммарная оценка покупок, V в уравнении (3), за вычетом суммы платежей, произведённых всем # фирмам, то есть суммы $W[y(n)]$ по всем фирмам. Необходимое условие состоит в том, чтобы $y(n)$ для каждой фирмы давало одно и то же отношение вклада в V к платежам $W[y(n)]$. Обозначим это отношение через θ (тета) (см. сноску 8):

$$S[y(n); n] = \theta W[y(n)] \quad (4)$$

Фирма с индексом n , конечно, не должна знать и не знает ни эту функцию вклада S , ни даже своё собственное значение индекса n ; в уравнениях (2)–(4) мы предусматриваем возможные фактические ситуации на рынке, чтобы посмотреть, что произойдёт при том или ином поведении фирм. Не существует такого рыночного механизма, с помощью которого покупатели могли бы согласованно добиваться такого значения θ , которое максимизировало их совокупную чистую выгоду.

Простые расчёты (см.: [White 1981], уравнения (8)–(15)) позволяют найти все графики $W(y)$, которые могут выдержать давление при тех решениях, что принимают акторы с обеих сторон рынка. Это даёт результат

$$W(y) = (Ay^{(bc+ad)/b} + k)^{b/(b+d)}, \quad (5)$$

⁹ В качестве иллюстрации полезно рассмотреть следующую ситуацию. Предположим, некоторая фирма, пусть она будет называться *Medusa* (реальное название фирмы на рынке цемента из примера, приведённого ниже), полагает, что может сбыть больше, чем определено для неё графиком. Предположим, *Medusa* устанавливает некоторый объём y_0 и надеется получить за него выручку A , которая превышает $W(y_0)$ по графику и оптимизирует чистую прибыль данной фирмы, при том что этот гипотетический график лежит выше, чем $W(y)$, который проведён через наблюдаемые точки, характеризующие участников рынка. Предположим, y_0 больше, чем $y(m)$, где $y(m)$ — это тот (единственный) объём, который оптимизирует чистую прибыль фирмы *Medusa* при имеющемся $W(y)$ и при этом оставляет её предложение не более и не менее привлекательным для покупателей, чем предложения других фирм. Когда объём y_0 будет продан, другие фирмы продадут меньше, чем те объёмы, которые определялись предыдущими результатами рынка; значит, их оптимизационные расчёты не подтвердились, и этим фирмам придётся выкарабкиваться, перестраиваться, снижая цены и (или) объём выпуска в поисках самоподтверждающегося графика. Но тогда даже уровень $W(y_0)$, отвергнутый *Medusa*, не может поддерживаться на опустившемся в результате перетряски графика, так что надежды этой фирмы на выручку A могут и не оправдаться, и в любом случае она будет воспринимать уже изменившуюся ситуацию с перерасчитанными оптимальными объёмами выпуска. Более вероятно, что весь планировавшийся объём y_0 не будет продан, так как цена была выше той устойчивой цены, которая получалась из графика рынка при $y(m)$, и на самом деле по слишком высокой цене может быть не продано вообще ничего, что станет для всех остальных стимулом несколько расширяться, чтобы занять обнаружившееся пространство. Так или иначе, график рынка $W(y)$ будет нестабильным. Поэтому я опущу такие временные корректировки и сосредоточусь только на том, какие взаимные конфигурации объёмов выпуска и цен между фирмами могут удерживать их в равновесии. — *Примеч. авт.*

который подчиняется двум вспомогательным достаточным условиям. (Постоянный коэффициент A специфицируется ниже в уравнении (11)). Выбор объёма производства каждым производителем должен удовлетворять условиям уравнения (4), и это задаёт $y(n)$, соответствующее $W(y)$ в уравнении (5) (как будет показано ниже, отдельно для совокупного предложения и для совокупного спроса). Но собственная цель каждого производителя состоит в том, чтобы выбрать такой объём, который максимизирует денежный поток; этот факт даёт два вспомогательных условия.

Во-первых, форма графика в уравнении (5) гарантирует только то, что каждая фирма-производитель может найти собственную нишу, которая обеспечивает ей предельный объём денежных поступлений. Таким образом, чтобы соответствовать реальности, форма графика должна удовлетворять условию максимизации второго порядка, которое сводится к

$$d\left(\frac{c-a}{b+d}\right)Ay^{(bc+ad)/b} > \frac{da}{b}k, \quad (6)$$

для данного объёма y (см.: [White 1981], уравнения (16)–(18)). Во-вторых, фирма-производитель не будет оставаться на рынке, если её оптимальная ниша (в которой максимизируется денежный поток $W-C$) в действительности не даёт поступлений, позволяющих возместить накладные расходы и получить прибыль. Это второе неравенство может быть приведено к такой же форме, как и первое (6):

$$Ay^{(bc+ad)/b} > -k \quad (7)$$

Наличие произвольной константы k , не привязанной к другим параметрам и коэффициентам в системе — это первая из двух ключевых особенностей формулы (5) для графика рыночного равновесия. Мы видим, что два вспомогательных условия (6) и (7) могут рассматриваться как возможные ограничители объёма (значений y) и, следовательно, фиксированных атрибутов (n), характеризующих фирмы, ищущие ниши на этом рынке. Или, при некоторых значениях параметров, может не существовать таких объёмов выпуска, а стало быть — таких атрибутов качества (значений n) и, в силу этого, и таких фирм, которые способны создать равновесие на рынке при некоторых значениях k . В качественном отношении можно считать, что k задаёт положение кривой, описываемой через $W(y)$; положительное k , к радости производителей, означает более высокую плату за данный объём продукции. Установление значения k можно рассматривать как стечение обстоятельств, как почти случайный побочный результат маневрирования производителей в поисках устойчивого объёма и устойчивых прибылей на фоне предложений других производителей. Ясно также, что фирма может (если у неё есть соответствующий мотив) за счёт снижения цены, запрашиваемой за тот же объём, добиться того, чтобы график опустился, то есть добиться изменения значения k для жизнеспособного графика равновесия. (Фирма, которая пытается увеличить стоимость того же объёма продукции сверх установившегося к этому моменту графика рыночных условий, может просто оказаться вообще с нулевыми продажами: тут на самом деле порядок строгий; см. сноску 9.)

Второй замечательный аспект формы графика рыночного равновесия $W(y)$ в уравнении (5) состоит в том, что *показатель степени имеет здесь составной характер* как (смещённая) степенная функция от объёма y . То, что функция имеет степенную форму, следует естественно из того, что мы использовали семейство степенных функций для описания данных как о графиках издержек, так и о вкладах в потребительскую оценку (уравнения (1)–(3)). Интересный вопрос заключается в том, как этот общий показатель степени y (не принимая во внимание k), а именно

$$\text{показатель степени} = \frac{b}{b+d}c + \frac{d}{b+d}a, \quad (8)$$

представляет баланс между соотношениями издержек и потребительской оценки по основным измерениям — объёму и качеству. Два соотношения, которые представляют интерес, — это, как говорилось выше, отношение a/c для зависимости от объёма (вклад/издержки) и отношение b/d для различных уровней качества (желанность/расходы).

Данный подход к промышленным рынкам подчёркивает и заостряет социальный компонент, который тесно переплетён с техническими и технологическими условиями, а также с потребностями покупателей. В противовес универсальному уравниванию спроса и предложения, а также изошрённым спекуляциям в области психологии и вкусов, мы рассматриваем структуру ролей, исторически сложившуюся в стабильной совокупности фирм-производителей или, если угодно, адаптационную экологию ниш в скоплении конкурирующих организмов. Обе метафоры показывают, что акторы принимают эффективные решения на основе практически осуществимых (*tangible*) наблюдений за действиями их собратьев. Рынок — это общедоступный механизм обратной связи для поиска компромиссов между самими фирмами, а также между фирмами и покупателями.

Топология рынков и их уязвимости

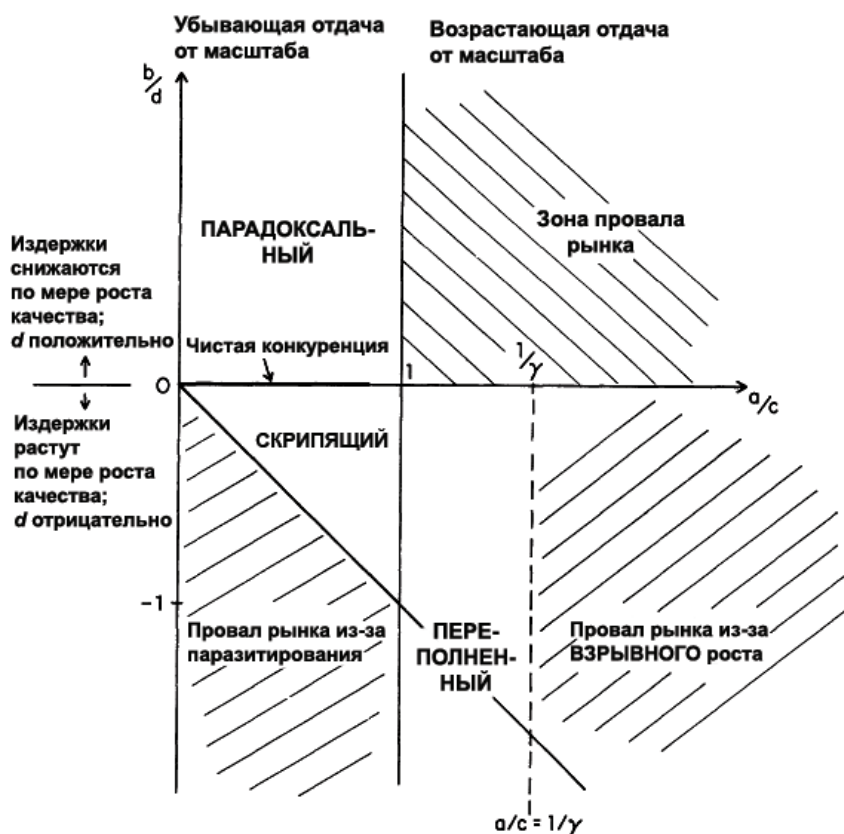


Рис. 3. Соотношения издержек и потребительской оценки в зависимости от роста качества (ордината) и роста объёма (абсцисса)

В двумерной координатной сетке (рис. 3) мы можем изобразить расстояния между различными типами рынков, так как из предыдущего раздела следует, что двух отношений a/c и b/d достаточно для того, чтобы задать числовые оси различий. Но для того чтобы аккуратно указать на этой сетке, в разных её зонах, результаты действия рынка и его провалы, нам нужно чётко определить, каким образом совокупность из $\#$ фирм на рынке объединяется в стабильные рыночные агрегаты. В уравнениях (4) и (5) таится дополнительная петля обратной связи — уязвимость, которая может привести к краху в смысле неравенств (6) и (7).

На рисунке 3 нет левой части, поскольку оба параметра, связанные с изменением объёма (a и c), всегда положительны. На рисунке 3 есть как верхняя часть, где $d > 0$, так и нижняя, где d отрицательно. Положительные значения d означают, что в совокупности фирм имеется отрицательная корреляция между издержками производства и качеством; при отрицательном d ситуация обратная. Чтобы избежать путаницы, в нижней части следует ввести новое обозначение:

$$\text{для } d < 0: \quad \delta = -d. \quad (9)$$

На тех рынках, которым соответствуют точки в нижней части рисунка 3, тот производитель, чьи блага предпочитают покупатели, несёт большие производственные издержки за тот же объём благ. Как можно догадаться, на самом деле число разновидностей рынка (и в том числе тех, которые проявляют устойчивость в самых разных условиях) больше, чем их можно найти в верхней части рисунка 3.

Убывающая отдача от масштаба (*decreasing returns to scale*) характерна для рынков, расположенных слева от линии, которая обозначает на рисунке 3 $a/c = 1$ (во многих работах это просто $c < 1$). В экономической теории считается, что возрастающая отдача от масштаба невозможна на устойчивых рынках [Jirí, Simon 1977: 7]. Но согласно моему взгляду на структуру рынков, такие рынки жизнеспособны до тех пор, пока степенной показатель d меньше нуля, то есть пока издержки выше для фирм с более высоким качеством продукции.

В этой модели можно выделить три типа провалов рынка.

Единственная реальная ситуация, которая абсолютно неблагоприятна для рынков как самоподдерживающихся социальных структур, возникает в правой верхней части рисунка 3: как возрастающая отдача от масштаба, так и качество *отрицательно* связаны (в моих обозначениях $d > 0$, см. уравнение (1)) с издержками производства. В этой ситуации пробный график рынка некуда «сдвигать», то есть для $W(y)$ не существует такого значения константы k в уравнении (5), которое одновременно удовлетворяло бы ограничениям (6) и (7). При любом положительном значении k возникает график, который создаёт отдельные ниши только для производителей-мазохистов, стремящихся к минимизации своего денежного потока. При любом отрицательном значении k условия торговли становятся настолько тяжёлыми, что ни одна фирма не способна добиться положительного денежного потока¹⁰.

В любых других ситуациях, то есть во всех остальных частях рисунка 3, на первый взгляд, должно быть возможным существование хотя бы каких-то равновесных графиков. Обычно есть хотя бы какое-то значение k , которое удовлетворяет одновременно ограничениям (6) и (7)¹¹.

Однако ряд графиков рынка, которые в целом отличаются жизнеспособностью, в определённых обстоятельствах могут столкнуться с одной или двумя формами нестабильности. Во-первых, *паразитирование* (*free-loading*) может привести к расслаиванию (*unravel*) жизнеспособного на первый взгляд графика рынка в условиях, когда имеются фирмы с совершенно разным уровнем качества. Формально паразитирование — это результат неправильного наложения друг на друга зон объёма, которые следуют из

¹⁰ Можно привести бесчисленное множество примеров, чтобы показать, каким образом некоторая совокупность фирм и покупателей, которой соответствует точка в верхней правой части, будет подрывать любой пробный график. В целях экономии места здесь приводятся только действительно возможные структуры и описывающие их статические критерии; более подробно они представлены в [White 1976; 1981]. Но примеры реальных ситуаций могут дать более наглядное представление: см. сноску 9 и примеры, которые разбираются далее. — *Примеч. авт.*

¹¹ В [White 1981: table A] я указываю для каждой конкретной подобласти на плоскости соотношений точный диапазон значений k , которые всегда дают стабильные графики платежей. Этот диапазон увеличивается, если на рынке представлены не все возможные уровни качества n ; иными словами, между диапазоном значений k и диапазоном значений n имеется взаимосвязь (подробно я рассматриваю её в работе: [White 1979: 54–57]). — *Примеч. авт.*

двух ограничений (6) и (7). Вернёмся в ПАРАДОКСАЛЬНУЮ зону¹²; для любого положительного k существует ряд таких y , которые не обеспечивают отдельным фирмам оптимальные ниши, но зато гарантируют им положительный денежный поток. В этом случае легко показать, что все фирмы, чей индекс качества n находится в соответствующем диапазоне, из всех возможных вариантов выберут в качестве своего («углового») оптимума некоторое «пиковое» значение объёма выпуска. Однако в этом случае соотношение цены и качества будет невыгодным для покупателей: отношение S/W будет меньше θ (см. уравнение (4)). Таким образом, часть графика выше некоторого объёма $W(y)$ не будет устойчивой; но та же проблема возникнет снова (с новым набором фирм, несколько изменившимся из-за сдвига диапазона индекса качества n) и для урезанного графика, и в итоге он полностью расслоится. Для любого значения k , положительного или отрицательного, трапециевидная зона в нижней левой части рисунка 3, зона ситуаций, которые, согласно современной теории рынков, порождают нормальные рынки [Spence 1976], уязвима для паразитирования. Это значит, что если фирмы всех возможных уровней качества полным ходом ищут возможности входа на рынок, ни в одной из этих ситуаций не будет существовать вообще ни одного графика (то есть ни одного значения k), который обеспечил бы устойчивость рынка¹³.

Во-вторых, имеются ограничения жизнеспособности, связанные с возможностью взрывных эффектов обратной связи в процессе наращивания совокупного объёма рынка. В агрегированном виде обратная связь может быть схематично представлена следующим образом:

$$W(y) \rightarrow y(n) \begin{cases} \nearrow W[y(n)] \\ \searrow V(\#, y(n)'s) \end{cases} \rightarrow \theta \rightarrow W(y) \quad (10)$$

Отношение θ связывает график рынка, с которым сталкиваются отдельные фирмы, с совокупным объёмом рынка. Это можно видеть в спецификации константы A в формуле (5) для $W(y)$:

$$A = \frac{(b - \delta)c}{bc - a\delta} q \left(\frac{\theta}{r} \right)^{\delta/b} \quad (11)$$

Это классическая неопределённость обратной связи (feedback indeterminacy), когда объёмы производства зависят от высоты графика платежей, который именно таким образом должен зависеть от реальных объёмов производства, определённых всеми $\#$ фирмами, чтобы обеспечить равновесие. Произвольная константа k (как и отношение θ , см. выше) влияет на определение равновесных объёмов выпуска $y(n)$ и платежей $W[y(n)]$, так что в общем случае здесь требуется числовое решение. В частном случае, когда $k = 0$, ситуацию можно описать с помощью явных формул для совокупного объёма, из которых получаются коэффициенты рынка (θ и A). Эти формулы (см.: [White 1981]) показывают, что совокупный объём рынка в денежном исчислении, то есть W , неограничен, если

$$c < ay \quad (12)$$

¹² Следует иметь в виду, что предлагаемые Уайтом названия относятся не к самим зонам, но к рынкам, расположенным в этих зонах. Поэтому ПАРАДОКСАЛЬНАЯ зона означает зону парадоксальных рынков, ПЕРЕПОЛНЕННАЯ зона — зону переполненных рынков, СКРИПЯЩАЯ зона — зону скрипящих рынков, ВЗРЫВНАЯ зона — зону взрывных рынков. — *Примеч. перев.*

¹³ То же самое можно выразить более привычными понятиями и сформулировать в виде позитивного утверждения: рынок в этой зоне способен быть устойчивым, только если существуют высокие барьеры входа (если предположить, что исходная совокупность фирм уже запустила самоподдерживающийся график). Следует выяснить, существуют ли в действительности такие «метастабильные» рынки, соответствующие нижней левой зоне плоскости соотношений на рисунке 3; причём следует подобрать не только значения a , b , c и d , но и следить за предполагаемыми кандидатами в течение некоторого времени, чтобы убедиться в наличии барьеров. Могут существовать различные виды барьеров: правовые, капитальные (невозвратные издержки на оборудование, организацию дистрибуции и т. д.) [Scherer 1970; Porter 1980]. — *Примеч. авт.*

Поэтому ситуация, когда $a/c = 1/\gamma$, отмечена на рисунке 3 пунктирной линией (поскольку она относится только к случаю $k = 0$), а зона справа от неё обозначена как ВЗРЫВНАЯ¹⁴. (На верхней части рисунка 3, при $d > 0$, неограниченный рост совокупного объёма начинается в точке $a/c = 1$, которая традиционно отделяет зону возрастающей отдачи от масштаба; о ней шла речь выше.)

Следующая часть статьи проиллюстрирует, чем отличаются друг от друга жизнеспособные рынки в разных зонах рисунка 3, с помощью конкретных примеров, в которых будут численно заданы размер рынка и распределение фирм на нём. Здесь следует провести ещё одно, заключительное различие общего характера. Зона внизу, названная ПЕРЕПОЛНЕННОЙ, совсем рядом со ВЗРЫВНОЙ зоной, характеризуется возрастающей отдачей от масштаба. Такие рынки жизнеспособны, поскольку покупатели не могут понять, что их положение тем лучше, чем меньше фирм на рынке (и даже если они это поймут, то не смогут объединиться для того, чтобы использовать это знание)¹⁵. В этих условиях совокупный размер рынка W в действительности сокращается, когда новая фирма входит и находит нишу на графике рынка.

Апробация

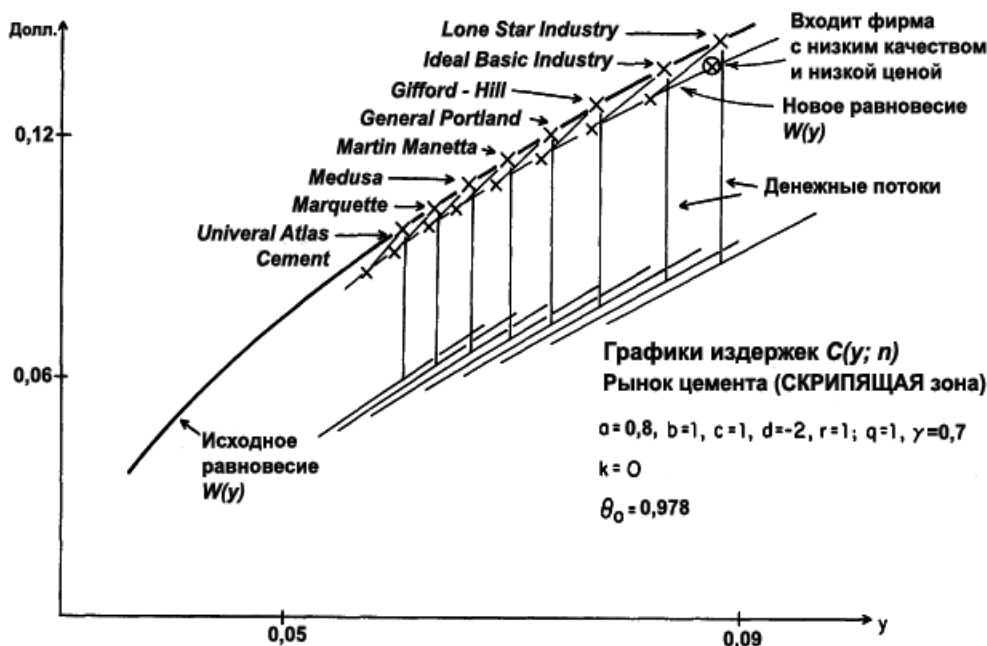


Рис. 4. График рынка до и после входа на рынок цемента ещё одной фирмы

Я приведу три варианта апробации модели. Во-первых, я подробно проиллюстрирую все три жизнеспособные рыночные зоны с помощью моделей существующих сегодня в США промышленных рын-

¹⁴ Если говорить совсем просто, соотношение между спросом и издержками таково, что каждый производитель постоянно может увеличивать свои планы по выпуску (возможно, при этом на рынок также входят новые фирмы) и при этом каждый раз видеть, что рынок по-прежнему выдерживает запланированную им цену. Конечно, моя сравнительно-статическая модель не может описать ни этот процесс бесконечной эскалации, ни ограничения, которые должны быть установлены. Вероятными примерами выступают новые продукты — будь то цветные телевизоры в 1965 г. или обручи хула-хуп в конце 1950-х. — Примеч. авт.

¹⁵ Если в действительности присутствует высокая или абсолютная концентрация покупателей (например, при покупке автомобильных дворников) и ситуация попадает в диапазон соотношений для указанной зоны, то следует ожидать, что сформировать рынок будет невозможно (подробное обсуждение см. в: [White 1976; 1978]). — Примеч. авт.

ков¹⁶. Во-вторых, определю местоположение самых разнообразных эмпирически наблюдаемых рынков согласно моей топологии. Наконец, поясню путём прогнозирования коэффициентов Джини следствия из моей модели, которые касаются концентрации рынка.

Иллюстрации трёх жизнеспособных рыночных зон я возьму на трёх конкретных рынках — цемента, лёгких самолётов и одноразовых подгузников.

1. Цемент. Эмпирические источники для этого и двух других примеров указаны в таблице 3. На американском рынке цемента, если брать национальный рынок, доминируют восемь фирм: $\# = 8$. На рис. 4 их названия приведены рядом с графиками издержек, которые я вывел для каждой из них. (Соответствующие графики потребительской оценки, в моей модели — S , здесь не приводятся.) У фирм с более высокими графиками издержек графики потребительской оценки также лежат выше, соответственно d отрицательно. Согласно наилучшей оценке, рынок цемента описывается следующими значениями параметров: $a = 0,8$; $b = 1$; $c = 1$; $d = -2$ ($\delta = 2$) и $\gamma = 0,7$ (r и q приравнены к единице). Это означает, что рынок цемента располагается на рисунке 3 в середине треугольного сегмента под линией чистой конкуренции. На рисунке 4 сверху изображён один жизнеспособный график рынка (сплошная линия). Для него $k = 0$, что в СКРИПЯЩЕЙ зоне¹⁷ является наименьшим значением k , не уязвимым для паразитирования¹⁸.

Я произвольным образом выбрал такое значение θ , которое просто соответствует уровню безубыточности для покупающей стороны¹⁹.

Прямо под сплошной линией на рисунке 4 располагается второй график рынка, который может стать результатом входа на рынок ещё одной совершенно новой фирмы с низким качеством и большим объёмом выпуска, как это показано на том же рисунке (это гипотетическая фирма без названия). Изменения, которые за этим последуют, не противоречат здравому смыслу: каждая из остальных фирм потеряет некоторый объём, равно как и долю рынка (по определению), и эта потеря будет касаться как продаж, так и физического объёма; однако совокупный объём рынка с учётом гипотетической девятой фирмы возрастет. Для проверки усвоения материала читатель может попробовать определить, что произойдёт с ценами, которые устанавливают на этом рынке различные фирмы (см. последний рисунок в [White 1981]).

Ещё на одном рисунке (см. рис. 5), который относится к той же отрасли и тому же исходному графику равновесия, видно, как может выглядеть новый жизнеспособный график рынка, если общие издержки q для производителей цемента вырастут на 20%. Кроме этого, аналогичный сдвиг графика в сравни-

¹⁶ Функции издержек и ценности, а также значения индекса n подобраны так, чтобы они приблизительно соответствовали имеющимся данным при соблюдении указанных ранее ограничений на форму функций. Это скорее иллюстрации, чем полноценное применение и проверка модели $W(y)$. Полноценное применение потребовало бы статистической проверки качества моделей, представляющих график издержек и другие графики в виде степенных функций различной формы. Вероятно, полноценное применение потребует также введения стохастических «шумов» во все графики. С. Гроссман [Grossman 1975] вкратце изложил байесовский подход к практическому применению теории рынков, основанной на рациональных ожиданиях несколько иного рода, в котором он уделяет особое внимание стохастическим элементам (но при этом не дифференцирует производителей); в разделе 4 Гроссман даёт спецификацию для одного упрощённого подхода к оцениванию формы функций Кобба—Дугласа, похожих на те, что представлены выше в уравнениях (1) и (2). — *Примеч. авт.*

¹⁷ «Я называю эти рынки скрипящими, потому что производители скрипят зубами: при повышении качества потребительские оценки благ растут медленнее, чем издержки на их производство» [White 1981: 31]. — *Примеч. перев.*

¹⁸ При тех значениях индекса качества n для этих фирм, которые здесь приведены, ни одна из них не будет в зоне, где она испытывала бы искушение паразитировать. Но кто знает, не поджидают ли за углом удобного случая местные производители? — *Примеч. авт.*

¹⁹ Это ситуация θ_0 , или $t = 1$, которая в [White 1981] (см. уравнения (22)–(27)) использовалась для калибровки. Основание для её использования состоит в том, что покупатели цемента вряд ли будут сильно заинтересованы в том, чтобы действовать в процессе покупки оптимальным образом; скорее они просто хотят получить достаточное количество того, что им нужно. — *Примеч. авт.*

тельной статике, что произойдёт, если потребительский спрос r вырастет на 10%. (В каждом из этих случаев значение θ на новом графике остаётся на уровне безубыточности в новых условиях, а k по-прежнему равно нулю.)²⁰

На этом рынке, находящемся в СКРИПЯЩЕЙ зоне, изменение потребительского спроса очень слабо влияет как на рынок в целом, так и на различия между фирмами (в этом состоит его резкое отличие от некоторых рынков, описанных далее). Каждая из восьми фирм изображена на каждом из графиков рынка в виде точки, так что можно наблюдать не только сдвиг воспринимаемого графика, но и (уже после того, как будет получена обратная связь) чистое изменение объёма, который определяет для себя та или иная фирма на основании сдвинувшегося графика воспринимаемых предложений. Следует заметить, что если спрос растёт, то в результате обратной связи объём и цена для каждой фирмы снижаются.

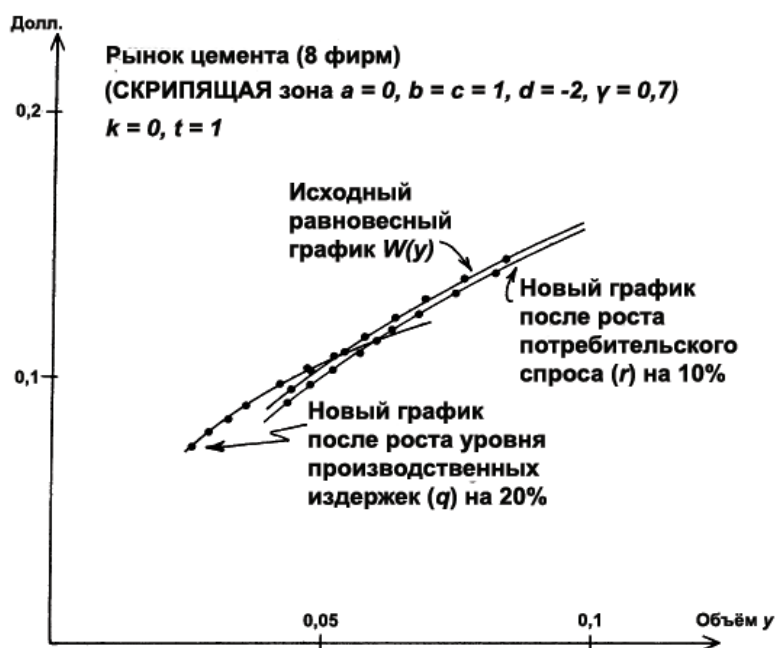


Рис. 5. Воздействие экзогенных изменений уровня издержек (q) и уровня спроса (r) на график рынка

2. Лёгкие самолёты. Второй подробный пример меньше согласуется с традиционными представлениями о рынке. На рисунке 3 он находится в ПЕРЕПОЛНЕННОЙ зоне; отрасль, которая позволяет приблизительно воспроизвести такую ситуацию, — это производство лёгких самолётов для развлекательных полётов. В настоящий момент на рынке всего три фирмы (*Cessna, Piper и Beech*) — это минимально необходимое количество для того, чтобы теоретическая работа имела смысл; но в то же время это очень удобно для демонстрации результатов.

В таблице 1 указаны по четыре различных изменения графика рыночного равновесия для каждого из двух значений произвольной константы k (во всех случаях θ находится на уровне безубыточности для соответствующих условий). Поскольку в данном случае речь идет всего о трёх фирмах, я могу свести числовые значения для всех этих графиков в одну таблицу. В таблицу также включен денежный поток (W за вычетом издержек) и цены, а также графики $W(y)$.

²⁰ В этих примерах подбор фирм и приписывание значений индексов качества (n) осуществлялось так, чтобы получился правильный график условий торговли (имелись только данные по объёму производства и доле рынка по выручке, а также использовалось обсуждение ситуации в этих отраслях, из которого были получены значения a и c). В отсутствие полных данных такие нефальсифицируемые процессы отбора неизбежны. Однако после того, как фирмы и значения индекса качества подобраны на основании имеющихся данных, предсказание воздействия «экзогенных» изменений (выраженных в параметрах r и q) может обеспечить возможность проверки теории. — *Примеч. авт.*

Специально для этого примера я предлагаю несколько изменить интерпретацию данных. На всех графиках равновесия, приведённых в таблице 1, физический объём производства остаётся неизменным для всех трёх фирм; если быть точным, он зафиксирован на тех уровнях, которые реально наблюдались на рынке лёгких самолётов в 1969 г. Таким образом, изменения графика рассчитываются с помощью подгонки индекса качества n для каждой фирмы так, чтобы для каждой из них объём остался неизменным. Но именно индекс *качества* n следует рассматривать как тот атрибут производителя, который остаётся неизменным, по крайней мере в краткосрочном периоде. Поэтому таблицу 1 следует рассматривать в качестве попытки найти значения свободных членов и параметров, наилучшим образом описывающие реально наблюдаемый рынок. Задачу же предсказания изменений объёма следует несколько отложить.

Таблица 1^a

Графики рынка и уровни качества, которые обеспечивают наблюдаемые объёмы выпуска: производство лёгких самолётов (даны различные значения константы k и уровней издержек и спроса)

Y	$k = 0,5$				$k = 1$				
	n	W	Относительный денежный поток ^b	Цена	y	n	W	Относительный денежный поток ^b	Цена
Условия: $q = 1; r = 1; \gamma = 0,7$									
1	0,613	0,4403	0,145	0,440	1	0,487	0,3874	0,388	0,387
1,6	0,538	0,6633	0,364	0,414	1,6	0,388	0,5265	0,584	0,329
1,9	0,503	0,7576	0,442	0,399	1,9	0,350	0,5777	0,645	0,304
		$\theta_0 = 1,63$						$\theta_0 = 1,54$	
Условия: $q = 1,2; r = 1; \gamma = 0,7$									
1	0,508	0,3771	0,315	0,377	1	0,372	0,3069	0,549	0,307
1,6	0,446	0,5800	0,501	0,362	1,6	0,296	0,4377	0,708	0,274
1,9	0,417	0,6684	0,566	0,352	1,9	0,268	0,4889	0,755	0,257
		$\theta_0 = 1,64$						$\theta_0 = 1,68$	
Условия: $q = 1; r = 1,2; \gamma = 0,7$									
1	0,612	0,4389	0,146	0,439	1	0,489	0,3895	0,386	0,389
1,6	0,537	0,6614	0,365	0,413	1,6	0,390	0,5286	0,582	0,330
1,9	0,502	0,7557	0,443	0,398	1,9	0,352	0,5795	0,643	0,305
		$\theta_0 = 1,96$						$\theta_0 = 1,84$	
Условия: $q = 1; r = 1; \gamma = 0,9$									
1	0,926	0,7827	-0,095	0,783	1	0,466	0,3666	0,408	0,366
1,6	0,812	1,0610	0,095	0,663	1,6	0,371	0,5043	0,602	0,315
1,9	0,759	1,1630	0,172	0,612	1,9	0,335	0,5556	0,662	0,292
		$\theta_0 = 1,08$						$\theta_0 = 1,61$	
Условия: $q = 1; r = 1; \gamma = 0,7$ (Одна дополнительная фирма, третья по размеру)									
1	0,552	0,3726	0,181	0,373	1	0,399	0,2979	0,466	0,298
1,3	0,518	0,4775	0,306	0,367	1,3	0,355	0,3677	0,578	0,282
1,6	0,485	0,5739	0,404	0,359	1,6	0,318	0,4273	0,655	0,267
1,9	0,453	0,6618	0,482	0,348	1,9	0,287	0,4783	0,712	0,252
		$\theta_0 = 1,81$						$\theta_0 = 1,58$	

^a Везде $a = 1 = b, c = 0,8, d = -2; \theta_0$ — это уровень безубыточности для θ при данном значении k (подробнее см.: [White 1981], уравнения (20)–(25)).

^b $\{W[y(n)]\} - \{C[y(n); n]\} / W[y(n)]$.

В ПЕРЕПОЛНЕННОЙ зоне на рисунке 3 графики рынка могут стабилизироваться, только если они сдвинутся вверх, а произвольная константа k будет положительной. Вне зависимости от других изменений констант и параметров при большом значении k низкое качество не мешает производителям добиться наблюдаемых значений объёмов выпуска y . Эти значения таковы (в порядке увеличения размера фирмы): для *Beech* $y = 1$, наименьший объём; для *Cessna* $y = 1,6$; для *Piper* $y = 1,9$. При увеличении k эти производители в любой ситуации также снижают цены (и, соответственно, у них падают продажи), но относительный денежный поток при этом будет заметно расти.

Из таблицы 1 видно также, что после того, как вступают в дело эффекты обратной связи, результаты рынка оказываются практически нечувствительными к изменениям уровня спроса r . Зато результаты исключительно чувствительны к изменениям уровня «насыщения», параметра γ . Если гамма (γ) ближе к единице (то есть ниже уровень насыщения), для таких рынков из ПЕРЕПОЛНЕННОЙ зоны это может привести к существенному увеличению объёма продаж; однако положительный денежный поток производителей резко снизится, несмотря на повышение цен²¹.

3. Подгузники. В третьей модели рынка используется очень большая и достаточно новая отрасль одноразовых подгузников, где сегодня также только три производителя — отчасти из-за того, что изготовление подгузников в экономически эффективном масштабе (400 штук в минуту) требует больших капитальных вложений в оборудование. Эта отрасль однозначно относится к парадоксальной категории, которую так любит Чемберлин. В моём подходе это верхняя левая зона на рисунке 3: подгузники, которые предпочитают покупатели, в действительности требуют меньших переменных издержек на единицу продукции, а потому производятся в большем объёме, чем менее популярные марки. На рисунке 6 приведён один из графиков рыночного равновесия для данного случая (а также графики издержек), аналогичный графику для цементной отрасли, состоящей из восьми фирм, на рисунке 4. Если бы мы провели, как это сделано на рисунке 5, график равновесия (по-прежнему при $k = 0$ и θ на уровне безубыточности), изменившийся после 20-процентного роста уровня издержек производства (обозначаемых через q), этот график равномерно сдвинулся бы вниз почти на 25%. В то же время рост спроса (r увеличивается на 20%, и соответствующая новая точка безубыточности составляет $\theta_0 = 1,497$ при $k = 0$) приводит в результате действия обратной связи к дополнительному и достаточно равномерному увеличению продаж примерно на 40%; последний результат не похож на то, что происходило на рынке из СКРИПЯЩЕЙ зоны (см. рисунок 5), который был нечувствителен к r .

Аналогично таблице 1 для отрасли лёгких самолётов, находящейся в ПЕРЕПОЛНЕННОЙ зоне на рисунке 3, я также привожу в таблице 2 изменения качества, которые должны быть вменены трём производителям, чтобы при различных изменениях допущений об уровнях издержек и т. д. их объёмы производства y сохранялись на тех относительных уровнях, которые в действительности наблюдаются на рынке. В противоположность рынку ПЕРЕПОЛНЕННОГО типа (табл. 1), в данном случае рост уровня издержек требует вменения всем производителям более высокого качества, чтобы получить те же объёмы производства y , из чего следует увеличение цен и объёмов продаж, а также денежного потока. Кроме того, в противоположность таблице 1, но точно так же, как на рисунке 5 для СКРИПЯЩЕГО рынка, здесь наблюдается очень слабая чувствительность к изменениям уровня спроса r .

²¹ При этом если гамма (γ) близка к единице, то в целях согласования с наблюдаемыми объёмами следует предположить, что качество производителей исключительно высоко (высокие значения индекса n для трёх фирм). Однако тот же уровень насыщения γ может привести к сокращению продаж и увеличению прибыли, если k велико. — *Примеч. авт.*

Положение американских промышленных рынков на плоскости соотношений

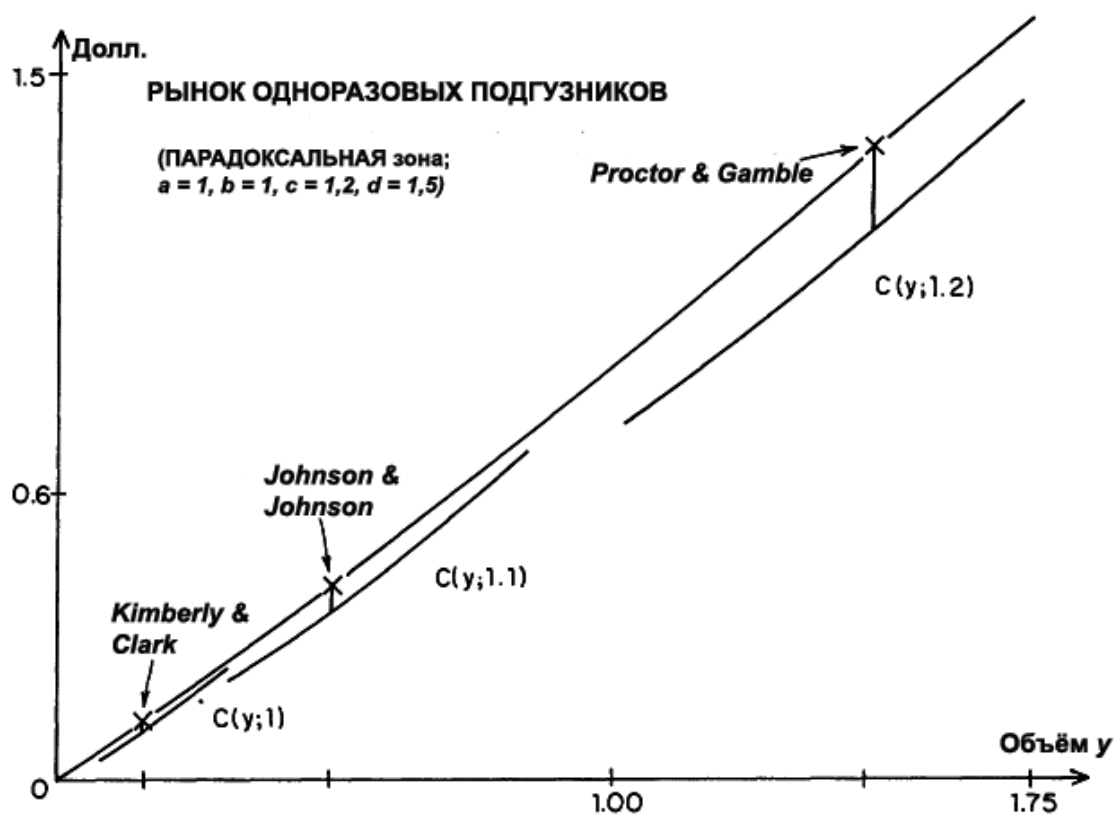


Рис. 6. Решения по объёму производства на рынке одноразовых подгузников в состоянии равновесия. График равновесия $W(y)$: ($k = 0$; $\gamma = 0,7$; $\theta_0 = 1,313$)

На рисунке 7, повторяющем топографию рисунка 3, предполагаемое местоположение каждого из ряда реальных американских рынков обозначено их условными названиями²². Сюда включены также три рынка, которые были проанализированы выше (цемент, лёгкие самолёты и подгузники). Основным источником первичных данных выступила заимствованная в бизнес-школе серия кейсов с акронимом ICCN²³. В таблице 3 приведены коды идентификатора ICCN и информация о других источниках данных.

Расположение отраслей на рисунке 7 — это вопрос кодировки, то есть качественного суждения о структуре издержек и о потребительских оценках²⁴. Иногда, как в случае с индустрией сельскохозяйственного оборудования, имеются систематические числовые данные по интересующим нас показателям, так

²² На рисунке 7 нет пунктирной линии на уровне $a/c = 1/\gamma$, так как γ (грубо говоря, мера совокупной эластичности спроса) может различаться для разных отраслей. По моим ощущениям, при тщательном измерении из 20 случаев на рисунке 7 только на рынках цветных телевизоров в 1965 г., оптического волокна, мини-компьютеров в 1980 г. и инъекторов значение a/c могло превышать соответствующее значение $1/\gamma$ (то есть попадать во ВЗРЫВНУЮ зону на рисунке 3); и только на первых двух значение γ могло быть больше единицы. — Примеч. авт.

²³ Использованная серия исследований ICCN — всего лишь небольшая часть кейсов, выполненных Межуниверситетским центром обработки данных (Intercollegiate Case Clearing House) (Высшая школа бизнеса, Гарвардский университет): это либо непосредственные исследования промышленных рынков в целом, либо исследования отдельных фирм, которые в сочетании могут дать хорошее представление о том или ином рынке, как я его определяю. — Примеч. авт.

²⁴ Шесть случаев были независимо прокодированы Эриком Лейфером. В каждом из них кодировки совпали по зонам. Однако в отсутствие систематических числовых данных полное совпадение по местоположению практически невозможно. — Примеч. авт.

что возможно числовое оценивание параметров²⁵. В остальных случаях расположение рынков средни угадыванию, как, например, в случае с базовыми ЭВМ и мини-компьютерами²⁶.

Таблица 2

Графики рынка и уровни качества, которые обеспечивают наблюдаемые объёмы выпуска в отрасли одноразовых подгузников при различных условиях (при $k = -40$)^a

Y	n	W	Относительный денежный поток	Цена
Условия: $q = 1; r = 1; \gamma = 0,7$				
30	3,33	10,38	0,058	0,35
100	3,67	39,75	0,098	0,40
296	4,00	128,5	0,100	0,43
$\theta_0 = 9,2$				
Условия: $q = 1,2; r = 1; \gamma = 0,7$				
30	3,61	11,07	0,219	0,37
100	3,98	42,11	0,249	0,42
Y	n	W	Относительный денежный поток	Цена
296	4,34	136,1	0,250	0,45
$\theta_0 = 9,44$				
Условия: $q = 1; r = 1,2; \gamma = 0,7$				
30	3,32	10,38	0,058	0,35
100	3,66	39,73	0,098	0,40
296	4,00	128,4	0,100	0,43
$\theta_0 = 11,05$				
Условия: $q = 1; r = 1; \gamma = 0,9$				
30	1,80	27,19	0,094	0,91
100	1,98	100,2	0,100	1,00
296	2,16	323,6	0,100	1,09
$\theta_0 = 1,975$				

^a Везде $a = 1 = b; c = 1,2; d = 1,5$.

Таблица 3

Источники данных и примечания для 20 отраслей

Название (см. рис. 7) и код по ИССН ^a	Примечания и другие источники данных
Глинистые растворы для бурения: 9-380-167.....	Рынок вибраторов для очищения от загрязнения сульфатом бария
9-380-168.....	

²⁵ То есть в исследовании рынка сельскохозяйственного оборудования приводятся данные об относительном снижении издержек (в %), соответствующем росту используемых (теоретических) производственных мощностей (в %). В зависимости от конкретного продукта показатель степени с варьирует от 0,7 до 0,9 (см.: ИССН-9-280-080 (Rev. 2/80), table 5, p. 6.) — *Примеч. авт.*

²⁶ Что касается трёх случаев, которые были приведены в качестве иллюстраций выше, то здесь ситуация различная: от достаточно точного кодирования с использованием числовых данных (одноразовые подгузники) до скорее качественных оценок, распространённых на конкретные фирмы в отрасли (цемент). — *Примеч. авт.*

Продолжение таблицы 3

Название (см. рис. 7) и код по ИССН ^а	Примечания и другие источники данных	
Электровакuumные лампы: 1-379-181..... Rev.8/79 1-379-184..... Rev.8/79	Классическая исчезающая отрасль	
Часы: 6-373-080..... Rev.10/72 1-374-050..... Rev.10/75 1-374-051..... Rev.10/75 9-373-090..... Rev.9/76		
Детское питание в 1965 году: 1-379-178..... Rev.8/79 1-379-185..... Rev.8/79	Исключительно чистый случай ПАРАДОКСА	
Срубы: 1-378-195..... 1-379-(196-201)..... 3-378-193.....	Фирмы, которые производят дома по индивидуальному заказу	
Автоматические предохранители: 9-513-152 (M230)..... Rev.10/75 9-513-151 (M229)..... Rev.10/75 9-565-004..... Rev.1/79 9-567-005 (AM-P204)..... 9-578-205..... Rev.10/78		
Одноразовые подгузники: 9-380-175.....		Исследовательские отчёты [Smith Barney Harris Upham 1979] за различные периоды ^б
Нефтяные танкеры: 9-379-086.....	См. в тексте статьи	
Электрические распределители: 5-379-146..... 1-377-063..... 5-379-146..... 3-778-153..... 9-377-041..... Rev.1/79 9-380-084..... 9-377-055.....	Фирмы, предоставляющие услуги по складированию тысяч различных элементов	
Кабели Строда: 5-377-028..... 9-376-188..... Rev.11/77 9-377-027.....		
Цемент в 1970-е годы		[Building Up to a Shortage in Cement 1980]
Сахар-рафинад в 1895 г.		[Eichner 1969: chs. 2, 3]
Инжекторы и системы электронного впрыска топлива (EFI): 9-378-219..... 1-378-257.....		Инжекторы представляют собой элемент EFI, и в то же время образуют отдельный рынок; в данных случаях особый интерес вызывает ролевая структура рынков
Лёгкие самолёты: 9-369-007 (BP 934R) 9-369-008..... Rev.1970 9-370-036.....		Рынок самолётов для развлекательных полётов; рынок с низкими издержками
Базовые ЭВМ в 1980 году	[Corey, Star 1971: 108–156; <i>Harvard Business Review</i> 1980; IBM's Battle to Look Superhuman Again 1980]	

Продолжение таблицы 3

Название (см. рис. 7) и код по ICCN ^a	Примечания и другие источники данных
Мини-компьютеры в 1980 г.	[Hayes 1980]
Никель	[Salter, Weinhold 1979: ch. 10]
Тракторы в 1970-е годы:	
4-578-083..... Rev.11/77	
9-280-080..... Rev.2/80	
9-171-368 (BC 349).....	
9-313-123 (BP 866)..... Rev.7/69	
9-313-154 (PB 867R).....	
9-377-704.....	
9-574-858.....	
Цветные телевизоры:	
1-380-180.....	
1-380-181.....	
1-380-191.....	
Оптоволокно:	
1-379-136..... Rev.1/80	Разобьётся на группу новых больших рынков: в моих обозначениях $\gamma > 1$
1-379-139.....	
1-380-117.....	

^a Исследования доступны на платной основе в ICCN, Soldiers Field Road, Boston, Mass., 02163. Объём каждого составляет 5–25 страниц, 12-м кеглем, одинарный интерлиньяж. В большей части исследований отраслей используются реальные названия фирм; в некоторых, и даже в большинстве исследований отдельных фирм данные изменены, чтобы фирмы не могли быть опознаны и (или) сохранялась конфиденциальность.

^b Находится в неограниченном доступе в библиотеках бизнес-школы.

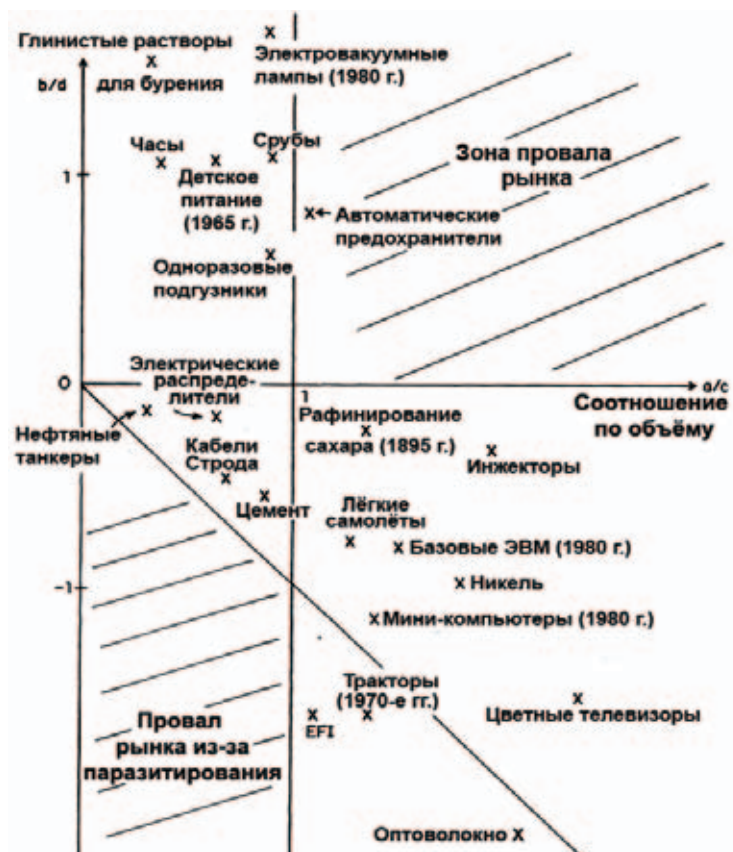


Рис. 7. Положение рынков на плоскости соотношений (источники данных см. в таблице 3)

Некоторые серии исследований кейсов, проведённые ИССН, противоречат спецификации (входным данным), которая требуется в моей модели, и поэтому не представлены здесь; хотя не исключено, что эти отрасли могли бы удовлетворять модели, если бы изучались в иной период времени²⁷. В других случаях – как, например, с отраслью нефтяных танкеров, данные могут быть преобразованы так, чтобы соответствовать спецификации модели²⁸.

На многих из этих рынков фирмы-участники обычно представлены своими филиалами (*divisions*). Каждый филиал, поскольку он относительно автономен и получает собственную прибыль, принимает решения, пристально наблюдая за другими производителями²⁹. Например, участником рынка металлокерамических соединителей, который на рисунке 7 обозначен как кабели Строда (*Strode's Cable*), является самостоятельный филиал крупной фирмы *EG & G* (этот филиал появился в результате того, что в *EG & G* влилась давно известная фирма *Strode*).

Отчёты ИССН по отрасли детского питания дают чистый и обстоятельно задокументированный пример для ПАРАДОКСАЛЬНОЙ зоны, контрастирующий с рынком подгузников, который обсуждался ранее. В конце 1920-х годов Дэниел Гербер (*Daniel Gerber*) создал индустрию по производству консервированного детского питания и его компания была там таким же бесспорным лидером, как IBM в случае с базовыми ЭВМ. И точно так же у Гербера были предшественники и конкуренты на раннем этапе — такие, как питание от *Mead Johnson*, появившееся на рынке в 1915 г., консервированные бульоны от *Clapp*, а также крупные конкуренты, которые затем исчезли без следа (например, *Libby*, *McNeill*, *Birds Eye*).

Матери были настолько уверены в качестве продукции Гербера, что он мог позволить себе более чем 10-процентную премиальную надбавку к цене, сокращая при этом расходы на рекламу и продвижение товара в целом примерно на 10%. В 1965 г. у Гербера было более современное и производительное оборудование, чем у его главных конкурентов — *Beech-Nut*, *Swift*, *Heinz*, которые, в свою очередь, были эффективнее, чем конкуренты из числа более мелких, зачастую местных брендов, и чем множество небольших торговых фирм, производивших товар под собственной торговой маркой (*private-label*). Но экономия от масштаба была незначительной, отчасти из-за широкого ассортимента питания в тот

²⁷ Одной из таких отраслей являются турбогенераторы после 1963 г. В этой отрасли всего два участника, чистая дуополия, которая в моём смысле не является рынком. Однако до 1963 г. она была рынком в моём смысле, так как там было также ещё несколько американских и зарубежных производителей, которые пристально следили друг за другом. Этот ранний период я рассматриваю в другой работе [White 1981], основываясь на двухтомном отчёте Р. Салтана [Sultan 1974; 1975]. В конце XIX в. рынок рафинированного сахара, который квалифицированно описывает А. Эйхнер [Eichner 1969], также превратился в трест, правда там было не два, а много участников. Я бы сказал, что в 1885 г. он находился в СКРИПЯЩЕЙ зоне: там существовала некоторая дифференциация продукта (по доле примесей и, соответственно, по вкусу), но она была меньше, чем различия в издержках между различными производителями в США ($b < \delta$). В течение следующего десятилетия широкая экспансия заводов обеспечила поразительную экономию от масштаба ($c < 1$). Совокупность фирм-производителей принадлежала в 1895 г. к ПЕРЕПОЛНЕННОЙ зоне (см. рис. 7). В этот момент исчезновение дифференциации продукта дестабилизировало рынок, и Генри Хавемейер (*Henry Havemeyer*) объединил все фирмы в один трест. — *Примеч. авт.*

²⁸ Если объём выпуска на этом рынке (переменная решения, y) определяется как число перевозок, выполняемых фрахтовщиком, то это не рынок фирм-производителей, а бартерный (*truck-and-barter*) рынок (с присущими ему беспорядочными ценами и спекулятивными чертами), с которым имеет дело чистая теория обмена [Newman 1965]. Но можно посмотреть на это иначе: под y можно понимать то, насколько быстро данные танкеры отправляются в рейс, и, следовательно, объём нефти, который доставляется в единицу времени. На рисунке 7 есть точка, изображающая этот рынок, и имеющиеся данные кейса позволяют получить для неё достаточно точные оценки ($c = 2$; $a < 1$; $d < 0$; $\delta \gg b$; $\gamma < 1$). (Конечно, самостоятельное существование такого рынка — это идеализация, если иметь в виду, что он сильно зависит от условий торговли и предложения как на спотовом рынке танкеров, так и на рынке перевозок). — *Примеч. авт.*

²⁹ Из-за этого, конечно, могут возникать дополнительные сложности с взаимоотношениями между разными рынками, но они носят финансовый характер (капитал и долгосрочные издержки) и не относятся к производству. Мою модель следует рассматривать как модель для доконгломеративного уровня. — *Примеч. авт.*

период (более 100 наименований), а также из-за высокой скорости изменения ассортимента: каждые 10 лет он менялся примерно на треть.

Широта ассортимента товаров препятствовала тому, чтобы покупатели концентрировались на продукции одной компании, так как другие компании предлагали различные варианты, на которые потребители могли переключиться. По разным причинам (из-за желания давать большие скидки за объём, или из-за скидок за величину закупки (*discounts off invoice*), или скидок с цены (*rebates*) и т. д.) полочные площади, которые супермаркеты обычно давали Герберу, были меньше его доли на рынке. И наперекор прогнозам Гербера и других производителей уровень рождаемости в конце 1950-х годов стал снижаться, а почти все матери уже пользовались покупным детским питанием, так что в 1965 г. общая эластичность γ была намного меньше единицы.

Отдельные оценки, которые обусловили положение детского питания в 1965 г. на рисунке 7, составляют³⁰: $a = 0,6$; $c = 1$; $b = 1$ и $d = 0,8$. Они существенно отличаются от оценок для рынка подгузников, приведённых в таблице 2. Итоговое различие в расположении в рамках одной и той же зоны на плоскости соотношений приводит к тому, что можно предсказать существенные расхождения и для других аспектов двух этих рынков (уравнения см. в следующем подразделе и приложении).

Неравенство долей рынка

Поскольку производители следят за другими производителями, они представляют собой взаимосвязанную совокупность, и в чистом случае — клику взаимно осведомлённых фирм. Отсюда следует, что на рынке всегда будет не очень много фирм; вероятно, дюжина или две. Обычно каждая фирма будет играть свою особую роль и занимать отдельное место на шкале качества n . Отсюда следует, что фирма, которая согласно действующему графику $W(y)$ имеет наибольший объём выпуска, будет контролировать существенную долю рынка, также как и несколько следующих за ней. Можно сделать смелое предположение, что разница в размере между самой большой фирмой и самой меньшей из тех, за которыми она следит, будет не более чем 10-кратной. Таким образом, из моей теории следует, что фирмы на рынке расположены по порядку: от лидера с пятой частью (или более) совокупных продаж до самой маленькой фирмы приблизительно с 1% совокупных продаж. Но как можно оценить такие ситуации в сравнении с другими разновидностями неравенства и понять их в смысле тех соотношений, которые лежат в основе рисунка 7?

Я выбрал сюжет с долями рынка в качестве иллюстрации для моего анализа рынков, поскольку он представляется мне одним из самых важных и одновременно одним из самых спорных аспектов понимания рынков фирм-производителей в сегодняшней социальной науке [Scherer 1970; Porter 1980]. Наблюдаемые рынки почти полностью ускользают от расчётов нынешней микроэкономической теории [Cohen, Cyert 1975; Mansfield 1975], хотя используется множество ухищрений, чтобы провозгласить, что теория гармонирует с данными наблюдений. По-видимому, закон (и в особенности антитрестовское законодательство) сильнее влияет на понятия, чем микроэкономическая теория ([Williamson 1975]; хороший обзор см. в последнем исследовании ИСН по автоматическим предохранителям, упомянутом в таблице 3, а сведения по антитрестовской политике см. в: [Salter, Weinhold 1979: 289–305]). Суммарная доля рынка, которую контролируют четыре ведущие фирмы-производители (или три, или пять, или восемь) рассматривается *prima facie*³¹ как свидетельство того, в какой мере можно говорить о наличии ценового сговора и т. п. Я, напротив, полагаю, что оценку распределения долей рынка следует (1) проводить на основании ясной теории формирования рынка и (2) осуществлять в рамках более общего сравнитель-

³⁰ Кроме того, оценка наблюдаемого графика условий торговли $W(y)$ показывает, что произвольная константа k намного меньше нуля. — *Примеч. авт.*

³¹ На первый взгляд (*лат.*). — *Примеч. перев.*

ного подхода к исследованию социального неравенства. Вторая задача требует рассматривать фирмы как социальных акторов; она также подсказывает использовать коэффициент Джини — популярную в социальной науке меру неравенства.

Разные степени неравенства долей рынка между производителями создают для фирм совершенно разные виды ролей, а также разную общую атмосферу. Например, одно дело, когда крупнейшая фирма затмевает все остальные, а другое, когда преобладает скорее традиционный дух английской промышленности, и фирмы не сильно различаются по размерам, по-джентльменски «распределяя» рынок между собой. (Дисперсии нормы прибыли и других показателей тоже важны, но всё это частично определяется ситуацией с вложениями в основной капитал и т. п., что не учитывается в моей модели.) Чтобы получить простую формулу, я в дальнейшем ограничусь теми графиками рынка³², для которых $k = 0$. В этом частном случае различия в денежных потоках совпадают с различиями в объёмах рынка, к которым я теперь и обращаюсь.

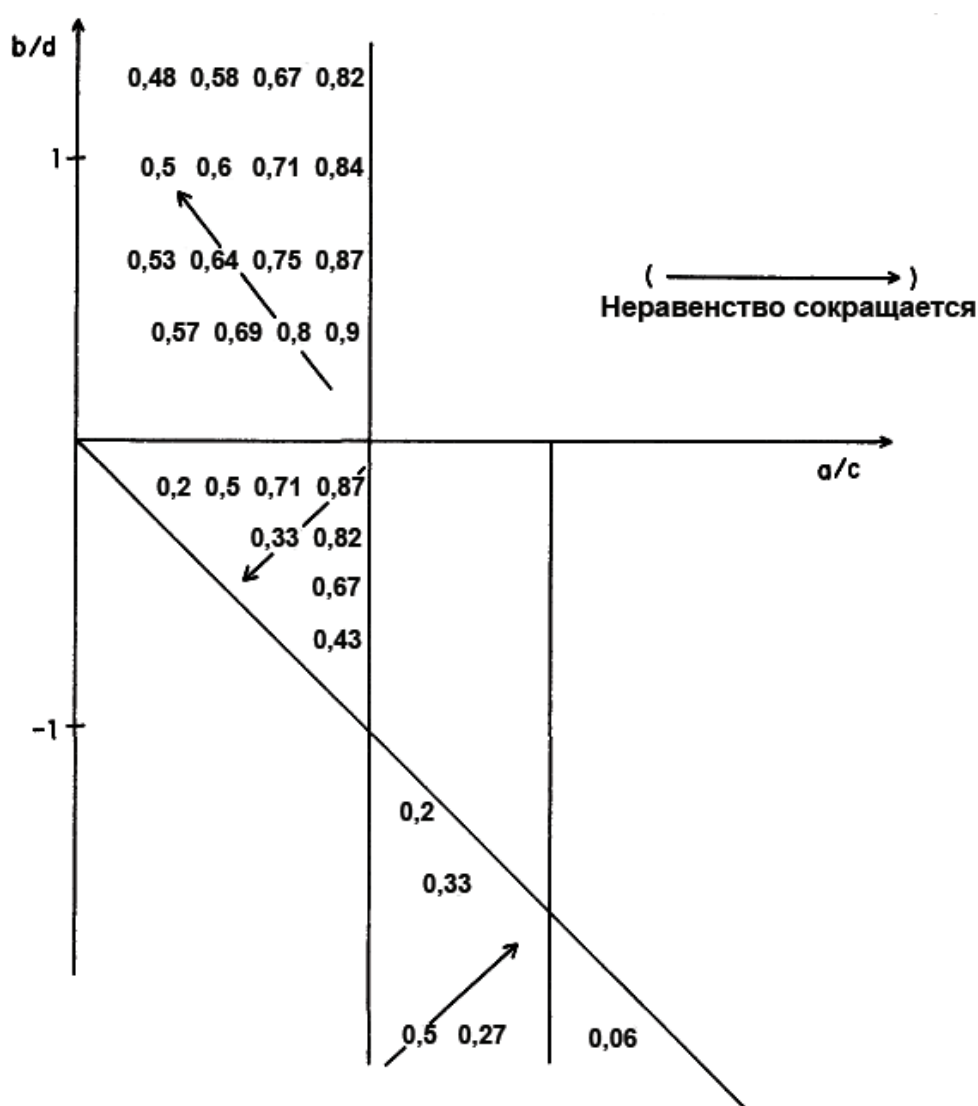


Рис. 8. Значения коэффициента Джини для неравенства в продажах между производителями (из уравнения (14): равномерное распределение фирм по всему диапазону $n [0 < n < \infty]$; $k = 0$)

³² Известно, что они стабильны во всех зонах рисунка 3, за исключением верхней части зоны ПЕРЕПОЛНЕНИЯ; то есть за исключением ситуации, когда $1/\gamma > a/c > 1$ и $a/c > b/\delta$. — Примеч. авт.

Коэффициент Джини известен как мера неравенства или дисперсии личного дохода или благосостояния; он выводится из распределений Лоренца для кумулятивной доли совокупного дохода, приходящейся на кумулятивную долю населения (см.: [Schwartz, Winship 1980]). Он пригоден также и для объёмов рынка (общее теоретическое обсуждение этого вопроса см. в: [Granovetter 1981]). Этот индекс, назовём его G , изменяется от нуля (равенство) до единицы (абсолютное неравенство). Для сравнения: в случае равномерного распределения дохода коэффициент Джини равен 0,33; обычно для распределений национального дохода $G \approx 0,4$, а для распределений национального богатства может достигать $G \approx 0,8$.

На рисунке 8 показано, как ожидаемое значение G для объёмов продаж на рынке меняется в зависимости от местоположения на плоскости соотношений. Ограничение здесь состоит в том, что показатели качества фирм и их количество должны для наших целей оставаться неизменными; соответственно, разные предварительные оценки нельзя проверить по отдельности в сравнении со значениями, полученными для совокупности наблюдаемых рынков (например, той, что представлена на рисунке 7)³³. Основное допущение состоит в том, что на любом рынке все фирмы расположены равномерно на шкале качества n . В целях математической простоты возьмём в качестве верхней и нижней границ диапазона значений n нуль и бесконечность, соответственно, и предположим, что фирмы находятся очень близко друг к другу по шкале качества. При этих допущениях (в том числе при $k = 0$) общие формулы для G выглядят следующим образом:

для физического объёма (y)

$$G = \frac{1}{1 + \left| \frac{2(c-a)}{b+d} \right|}; \quad (13)$$

для объёма в наличном выражении (W)

$$G = \frac{1}{1 + \left| \frac{2(c-a)}{bc+ad} \right|}. \quad (14)$$

Следует заметить, что рынки, находящиеся близко к оси, которая обозначает совершенную конкуренцию ($d \gg b$), обычно характеризуются большим неравенством продаж или физического объёма. Также нужно отметить, что неравенство снижается в силу любого из уравнений по мере того, как изменение потребительской оценки в зависимости от объёма становится всё менее пропорциональным изменению издержек в зависимости от объёма (то есть по мере того, как ситуация отходит от вертикали $a/c = 1$) и ситуация смещается или в СКРИПЯЩУЮ и ПАРАДОКСАЛЬНУЮ зоны с одной стороны, или в зону

³³ В любом случае сравнение индексов, посчитанных на основании данных исследований ИССН или данных деловой прессы, с предварительными оценками на рисунке 8 связано с множеством проблем практического плана. Заявленная в отчёте принадлежность к рынку может не совпадать с видением самих продавцов (для моей модели важно только второе). Во-первых, в различные границы, определяемые государством (коды SIC см. в: [Shiskin, Peterson 1972]), иногда даже близко не попадает ни одна статистическая отрасль или продукт; при этом деловые журналы обычно приводят данные, руководствуясь государственными определениями. Во-вторых, числовые значения коэффициента Джини для объёма продаж получаются из того же упрощённого степенного подхода, который использовался для издержек и оценивания; в них не учитываются те категории, которыми оперируют бухгалтеры. В-третьих, большая часть отчётов о достигнутых компаниями результатах в качестве базовой единицы рассматривает формальную корпорацию, но у большинства фирм из списка «Fortune-500» могут быть десятки филиалов; они-то, как упоминалось выше, обычно и являются реальными акторами на рынках, которые я изучаю. Из-за этого увеличиваются смещения, приводящие к тому, что предсказанные значения будут выше наблюдаемых. В уравнении (14) предполагается бесконечный диапазон и равномерное распределение качества n , и поэтому оно будет обычно преувеличивать неравенство; в нём также предполагается график, соответствующий значению произвольной константы $k = 0$. Эмпирические оценки обычно делаются на основе сокращённого набора фирм, где самые мелкие не учитываются, и поэтому они недооценивают неравенство. Я не вижу оснований, по которым любое из этих смещений могло бы коррелировать со значением G , так что последовательность предсказанных значений индекса должна быть примерно такой же, как и для наблюдаемых значений. — *Примеч. авт.*

ПЕРЕПОЛНЕНИЯ с другой. (В этой зоне уравнения не сохраняют силу при $|b/d| < a/c$, поскольку тогда $k = 0$ не даёт стабильного графика.)

Посмотрев на уравнение (13), можно заметить, что равенство физических объёмов возникает тогда, когда соотношение по качеству $b/d = -1$. В нижней части рисунка 8, где $d < 0$, если два соотношения равны между собой, но имеют разный знак, то между производителями достигается равенство в объёмах продаж. Но именно по этой линии структура рынка распадается, потому что при указании фирмам их собственных ниш она опирается на расхождения между соотношением издержек и соотношением потребительской оценки.

Заключение

Рынки представляют собой хорошо различимые клики производителей, наблюдающих друг за другом. Давление со стороны покупателей создаёт зеркало, в котором производители видят не потребителей, а самих себя. Разнообразные производители со своими специфическими продуктами (*differentiated products*) могут находить и удерживать стабильные роли, или ниши. Оптимизация, которую они осуществляют в поисках личной выгоды, способна обеспечивать устойчивость общего графика рынка $W(y)$, но этот график подвержен трём разновидностям провала рынка. Оказывается, что базовые ограничения равновесных конфигураций зависят всего от двух соотношений, в которых отражена информация об издержках и вкусах. Таким образом, рынки зависят от соотношений между дисперсиями, а не между средними, как можно было бы ожидать исходя из шаблонного равенства спроса и предложения.

Приложение

Изменения уровня издержек и популярности продукта

Следует различать два типа чувствительности рынка в целом к таким экзогенным изменениям (см. рис. 5), как рост q или r . Первый из этих типов — воздействие на изображённый на рис. 1 график рынка $W(y)$. Это изменение высоты графика цены, изменение масштаба кривой (*scale change in a graph*), изображенной на рис. 4. Второй тип чувствительности — это итоговое, включающее в себя эффекты обратной связи, изменение действительного объёма продаж каждой фирмы и на рынке в целом. Второе, итоговое изменение вычислить легче: когда произвольная константа $k = 0$ (см.: [White 1981], уравнения (25) и (26)), во всех зонах сохраняется одно и то же пропорциональное соотношение для совокупного объёма рынка W , а именно:

$$W \sim (r^c/q^a)^{\gamma/(c-a\gamma)}. \quad (\text{П1})$$

В полном соответствии с природой формирования рынка как выравнивания соотношений между дисперсиями (см. рис. 2), объём рынка изменяется вместе с коэффициентом масштаба r для потребительской оценки, возведённым в степень c , обозначающую изменение издержек в зависимости от объёма; и, аналогично, W находится в степенной зависимости от масштаба издержек q (q возводится в степень a , которая обозначает вклад объёма в потребительскую оценку). Но следует заметить, что совокупные продажи на рынке снижаются по мере того, как растёт масштаб издержек. Очевидно также, что чувствительность объёма рынка к любому из коэффициентов масштаба растёт по мере того, как увеличивается степенной показатель насыщения спроса, то есть по мере того, как γ приближается к c/a . Ещё более очевидно, что этот чистый результат действия обратной связи (при влиянии изменений масштаба шкалы издержек или потребительской оценки на совокупные продажи на рынке) вообще не зависит от соотношения b/d по оси качества! Этот вывод позволяет обобщить числовые результаты, представленные выше для трёх рынков, взятых в качестве иллюстрации.

Но видимые изменения графика рынка $W(y)$, графика цены в восприятии производителей имеют совершенно иную форму, и эта форма зависит от зоны плоскости соотношений на рисунке 3. Вместо того чтобы приводить формулы (см.: [White 1981], уравнения (28)–(30)), я с помощью трёх подробных примеров показал, как значительно меняется форма графика. И на новом графике для каждой фирмы указано её новое положение.

Структура цен

За различиями между двумя коэффициентами Джини для объёма продаж и физического объёма (см. уравнения (13) и (14) выше) скрывается зависимость изменения цены от изменения объёма. На последнем рисунке в работе [White 1981] приведены оценки изменения цены за единицу продукции в зависимости от совокупного объёма продаж различных производителей на данном рынке, отдельно для каждой зоны на плоскости соотношений. (Исходно предполагается только монотонность и существование экстремумов; таким образом, оценки кривых имеют силу на всём протяжении данной зоны независимо от конкретных значений индекса качества. То, что эти кривые имеют простую форму, — результат аппроксимации графиков издержек и потребительской оценки семействами степенных функций.) В разных точках одной и той же ПЕРЕПОЛНЕННОЙ зоны на плоскости соотношений можно найти как такие кривые зависимости цены от объёма, которые монотонно растут, так и те, что монотонно падают; как такие, которые вогнуты вниз, так и те, что выгнуты вверх! Такая подвижность подтверждает моё заключение: цены — это феномен вторичный и производный.

Рассмотрим график цены с числовыми значениями, взятыми из одной из предыдущих иллюстраций, отрасли лёгких самолётов (где $q = 1 = r$; $\gamma = 0,7$; и возьмём $\theta = 1,63$, см. табл. 1). На графике с произвольной константой $k = 0,5$ значения пар цена — объём, соответствующих *Beech*, *Cessna* и *Piper*, равны (где p_n — это цена за единицу продукции):

p_n	0,440	0,414	0,399
y_n	1,0	1,6	1,9
n	0,613	0,538	0,503.

Значения n были подобраны таким образом, чтобы получить реально наблюдаемые соотношения объёмов продаж между производителями лёгких самолётов: более высокие значения означают, как и прежде, более высокое качество, так что *Beech* — это что-то вроде *Cadillac*, а *Piper* — что-то вроде *Chevrolet*.

Сложно получить надёжную информацию о реальных ценах и проданных физических объёмах для всех фирм на том или ином рынке. Здесь нельзя ограничиться каталогами официально объявленных цен или прейскурантами, поскольку они зачастую являются скорее базой для переговоров, чем надёжными данными о реальной практике. В любом случае моя модель предполагает агрегирование всех продаж данной фирмы в совокупный объём, а также агрегирование соответствующей выручки по всем фактическим ценам продаж для всех партий товара и всех покупателей.

Литература

- Akerlof G. 1976. The Economies of Caste and the Rat Race and Other Woeful Tales. *Quarterly Journal of Economics*. 84: 599–617.
- Alonso W. 1964. *Location and Land Use: Toward a General Theory of Land Rent*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

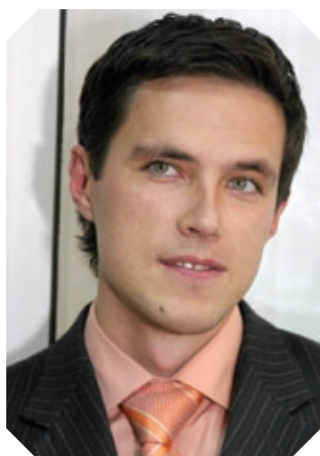
- Building Up to a Shortage in Cement. 1980. *Business Week*. 2629 (May 5): 138–144.
- Cohen K., Cyert R. 1975. *Theory of the Firm*. 2nd edn. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Corey E. R. 1978. *Procurement Management: Strategy, Organization and Decision-Making*. Boston: CBI.
- Corey E. R., Star S. H. 1971. *Organization Strategy*. Boston: Harvard Graduate School of Business Administration.
- Dixit A. K., Stiglitz J. E. 1977. Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity. *American Economic Review*. 67: 297–308.
- Eichner A. S. 1969. *The Emergence of Oligopoly*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- IBM's Battle to Look Superhuman Again. 1980. *Fortune*. May 19: 106–112.
- Granovetter M. 1981. Toward a Sociological Theory of Income Differences. In: Berg I. (ed.). *Sociological Perspectives on Labor Markets*. New York: Academic Press; 11–47.
- Grossman S. 1975. Rational Expectations and the Econometric Modeling of Markets Subject to Uncertainty. *Journal of Econometrics*. 3: 255–272.
- Harvard Business Review*. 1980. 58 (March–April): 82–94.
- Hayes T. 1980. Digital's Mastery in Computers. *New York Times*. April 7: D1–D5.
- Ijiri Y., Simon H. A. 1977. *Skew Distributions and the Sizes of Business Firms*. Amsterdam: North-Holland.
- Kantor B. 1979. Rational Expectations and Economic Thought. *Journal of Economic Literature*. 17: 1422–1441.
- Lancaster K. J. 1966. A New Approach to Consumer Theory. *Journal of Political Economy*. 74: 132–157.
- Lancaster K. J. 1979. *Variety, Equity and Efficiency: Product Variety in an Industrial Society*. New York: Columbia University Press.
- Mansfield E. 1975. *Microeconomics: Theory and Applications*. 2nd edn. New York: Norton.
- Muth J. F. 1961. Rational Expectations and the Theory of Price Movements. *Econometrica*. 29: 315–335.
- Newman P. 1965. *The Theory of Exchange*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Porter M. E. 1976. *Interbrand Choice, Strategy, and Bilateral Market Power*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Porter M. E. 1980. *Competitive Strategy*. New York: Academic Press.
- Rosen S. 1974. Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition. *Journal of Political Economy*. 82: 34–55.

- Rosen S. 1978. Substitution and Division of Labour. *Economica*. 45: 235–270.
- Salter M. S., Weinhold W.A. 1979. *Diversification through Acquisition*. New York: Free Press.
- Scherer F. M. 1970. *Industrial Market Structure and Economic Performance*. New York: Rand McNally.
- Schwartz J. E., Winship C. 1980. The Welfare Approach to Measuring Inequality. In: Schuessler K. (ed.). *Sociological Methodology*. San Francisco: Jossey-Bass; 1–37.
- Shiskin J., Peterson M. (eds.). 1972. *Standard Industrial Classification Manual*. Washington, D.C.: Office of Management and the Budget, Statistical Policy Division.
- Spence A. M. 1974. Market Signaling: Informational Transfer in Hiring and Related Screening Processes. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Spence A. M. 1976. Product Selection, Fixed Costs and Monopolistic Competition. *Review of Economic Studies*. 43: 217–235.
- Steiner P. O. 1975. *Mergers: Motives, Effects, Policies*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Sultan R. G. M. 1974. Competition or Collusion. In: *Pricing in the Electrical Oligopoly*. Vol. 1. Boston: Harvard Graduate School of Business Administration.
- Sultan R. G. M. 1975. Business Strategy. In: *Pricing in the Electrical Oligopoly*. Vol. 2. Boston: Harvard Graduate School of Business Administration.
- Terleckyj N. E. (ed.). 1976. *Household Production and Consumption*. New York: Columbia University Press (for National Bureau of Economic Research).
- White H. C. 1976. *Subcontracting with an Oligopoly: Spence Revisited*. RIAS Working Paper. No. 1 (September). Harvard University.
- White H. C. 1978. *Markets and Hierarchies Revisited*. Mimeographed. March. Cambridge, Mass.: Department of Sociology, Harvard University.
- White H. C. 1979. *On Markets*. RIAS Working Paper. No. 16 (April). Harvard University.
- White H. C. 1980. *Markets as Social Productions*. Mimeographed. Cambridge, Mass.: Department of Sociology, Harvard University.
- White H. C. 1981. Production Markets as Induced Role Structures. In: Leinhardt S. L. (ed.). *Sociological Methodology*. San Francisco: Jossey-Bass; 1–57.
- Williamson O. E. 1975. *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York: Free Press.

ВЗГЛЯД ИЗ РЕГИОНОВ

Р. А. Долженко

Особенности взаимосвязи системы трудовой мотивации персонала и организационной культуры коммерческих банков Алтайского края



ДОЛЖЕНКО Руслан Алексеевич — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, социологии труда и управления персоналом Алтайского государственного университета (Барнаул, Россия).

Email: snurk17@mail.ru

Данная статья посвящена изучению взаимосвязи системы трудовой мотивации персонала и организационной культуры коммерческих банков. Анализ проводится на примере ряда банков г. Барнаул Алтайского края. Основные вопросы, поднимаемые автором в статье, следующие: каким образом могут быть взаимосвязаны система трудовой мотивации персонала и организационная культура? как можно учитывать влияние ценностей организационной культуры определённого типа при построении системы трудовой мотивации персонала банка?

Ключевые слова: система трудовой мотивации персонала; стимулирование работников; организационная культура; ценности; потребности.

Введение

Глубокие изменения в организациях, связанные с завершением перехода России на новую модель хозяйствования — формирование инфраструктуры рыночных отношений, изменение форм социальных гарантий и методов их осуществления, структурная перестройка производства, стабилизация и открытие экономики, — предопределили необходимость поиска эффективных методов трудовой мотивации персонала, от которых зависит результативность и эффективность труда. Ни одна организация не сможет эффективно функционировать, если не будет применена должная система трудовой мотивации, так как именно мотивация побуждает работника и коллектив в целом к достижению личных и организационных целей.

Особое значение имеет банковская сфера, где происходят значительные изменения в трудовой мотивации персонала, связанные с особенностями данного рода деятельности и существенным научно-техническим прогрессом в этой сфере [Алавердов 1997; Самоукина 1997]. Сама сущность банковских операций — предоставление кредитно-финансовых услуг без создания товара в материально-вещественной форме — подразумевает высокие требования к информационному обеспечению, уровню знаний и навыков работников. В условиях высокой конкуренции банки всеми си-

лами пытаются переманить к себе лучших специалистов. Система трудовой мотивации персонала в условиях борьбы за самые квалифицированные и опытные кадры превращается в важнейший фактор конкурентоспособности кредитной организации на рынке трудовых ресурсов.

Поведение современной хозяйственной организации во многом определяется не только конкретными целями и задачами, но и системой норм и ценностей, которые отражены в миссии организации, кодексе поведения работников. Перечисленные элементы составляют сущность организационной культуры.

Переход к новой модели хозяйствования привёл к значительным изменениям системы ценностей персонала российских организаций: произошёл частичный отказ от некоторых элементов старой системы ценностей, а новые ценности свободной рыночной экономики, такие как активность, инициатива, социальная ответственность, снятие всяческих «потолков» заработка и достижений, освобождение труда и возникновение новых возможностей для самореализации, ещё до конца не укрепились в сознании [Магун 2006]. Как показали исследования, эти изменения происходят на протяжении короткого промежутка времени (в рамках одного десятилетия), они возникают в каждом поколении независимо, проявляя себя в виде разных реакций экономически активного населения на одни и те же социально-экономические и социально-культурные ситуации [Магун 2000]. Осуществляемые сегодня социально-экономические реформы в России часто входят в противоречие с традиционными нормами национальной культуры. Поэтому формирование новой культуры в организациях должно осуществляться путём вытеснения традиционных российских ценностей и их адаптацией к требованиям развития рыночной экономики и демократизации общества.

Между трудовой мотивацией и организационной культурой прослеживается связь, которая объективно определяется их общей целевой направленностью на выработку трудового поведения, способствующего личностному и организационному развитию [Слинкова 2005: 152–160; Соломанидина 2007: 272–313]. В случае возникновения противоречия между ценностями организационной культуры и мотивами трудовой деятельности, поддерживаемыми системой стимулирования персонала, у организации могут возникнуть проблемы с достижением своей цели.

Однако в практике предприятий принято рассматривать организационную культуру лишь с точки зрения возможности с её помощью стимулировать в работниках максимальную включённость работника в дела компании. Но взаимосвязь между мотивацией и организационной культурой намного глубже. Последняя определяет эффективность системы трудовой мотивации персонала в зависимости от того, насколько она соответствует основным ценностям работников. Так как организационная культура может значительно различаться даже на предприятиях одной отрасли или одного территориального образования, то и эффективность одинаковых систем мотивации в них будет разной. К сожалению, в практике пока ещё не выработаны механизмы учёта взаимовлияния организационной культуры и системы трудовой мотивации персонала. Проводимые в России исследования трудовых ценностей работников [Магун 2006; Хахулина 2007], сравнение трудовых ценностей российских и европейских работников [Андреевкова, Беляева 2009; Магун, Руднев 2010], анализ особенностей трудового поведения работников в регионе [Голенкова, Игитханян, Орехова, Черевко 2009] практически не касаются изучения взаимосвязи потребностей работников, личных и организационных ценностей, трудовой мотивации персонала и организационной культуры. Кроме того, социологические исследования организационной культуры и трудовой мотивации персонала коммерческих банков не проводились ранее.

Обоснование взаимосвязи трудовой мотивации и организационной культуры

Взаимную обусловленность концепций организационной культуры и трудовой мотивации можно проследить с помощью категории «ценность». Существует тесная взаимосвязь между ценностями лично-

сти и потребностями, лежащими в основе мотивов поведения человека. Потребности и ценности обуславливают направленность субъекта на достижение каких-либо состояний. Несмотря на указанную тесную взаимосвязь между потребностями и ценностями, каждое из этих фундаментальных понятий имеет и принципиальные отличия. Если система человеческих потребностей характеризуется постоянным динамизмом (по мере удовлетворения одних потребностей становятся актуальными другие), то система ценностей является достаточно стабильной. Потребности воспринимаются человеком как воплощение индивидуального желания, они отражают динамику актуальных требований личности в конкретной ситуации. Ценности представляют собой устоявшиеся отношения с миром, обобщённые и переработанные совокупным опытом социума. Ассимилируясь в структуру личности, в дальнейшем своём функционировании они практически не зависят от ситуативных факторов.

Как отметил К. Роджерс, потребности могут удовлетворяться лишь теми путями, которые совместимы с системой ценностей личности и концепцией «я» [Роджерс 1997: 56].

А. Г. Здравомыслов считает, что направленность личности на те или иные ценности является осью сознания, «обеспечивающей устойчивость личности, выраженную в направленности потребностей и интересов. В силу этого ценностные ориентации выступают важнейшим фактором, регулирующим, детерминирующим мотивацию личности» [Здравомыслов 1986: 83]. Тем самым, благодаря контрольным функциям ценностных ориентаций, «действие потребностей любого рода может ограничиваться, задерживаться, преобразовываться» [Здравомыслов 1986: 202].

Кроме того, необходимо отметить, что ценности как высшие регуляторы поведения человека обладают определённой двойственностью: они не только определяют формы и условия реализации побуждений человека, но и сами становятся источником его целей.

Взаимосвязь потребностей и ценностей проявляется в том, что потребности человека зависят не только от особенностей его организма, но и обусловлены его воспитанием в широком смысле слова, то есть приобщением к миру человеческой культуры. Таким образом, ценности выполняют регулируемую функцию по отношению к потребностям. Ценностное отношение личности к действительности является высшим уровнем в иерархии человеческих побуждений, потребностей и интересов.

Рассматривая взаимосвязь между ценностями и потребностями человека на примере трудовой деятельности, можно констатировать, что организационная культура, формируя в работниках определённый набор ценностей, регулирует отношение сотрудников к возможностям удовлетворения своих потребностей с помощью системы мотивации и стимулирования, принятой в компании.

Возможности учёта типа организационной культуры при построении системы трудовой мотивации персонала

Выражением системы трудовой мотивации персонала в организации является система стимулирования труда. Наибольший практический интерес в плане построения системы стимулирования персонала с учётом типа организационной культуры представляет подход Кима Камерона и Роберта Куинна, которые выделили клановую, адхократическую, иерархическую и рыночную культуры [Камерон 2001: 45–48].

Система стимулирования должна формироваться с учётом ряда особенностей, присущих системе трудовой мотивации персонала, и в зависимости от типа организационной культуры, существующей в компании [Соломанидина 2007: 284–312].

Далее приведены характеристики особенностей систем стимулирования персонала для организаций с разными типами культур.

1. Особенности системы стимулирования персонала организации с рыночным типом организационной культуры. Рыночная культура обладает приоритетом по удовлетворению потребности влиять на дела организации; она опирается на мотивы по удовлетворению жизненно насущных потребностей и статусные мотивы достижения цели, успеха.

В связи с этим следует отметить, что выплаты дополнительных вознаграждений (премий) целесообразно осуществлять ежемесячно, их размер должен зависеть от результатов деятельности организации (до 30–60% от размера дополнительного вознаграждения), подразделения (до 30–60% от размеров дополнительного вознаграждения), незначительно от индивидуальных результатов деятельности работника (до 10% от размера дополнительного вознаграждения).

2. Особенности системы стимулирования персонала организации с иерархическим (бюрократическим) типом организационной культуры. В компаниях с бюрократической культурой для персонала очень важны чёткие принципы оплаты труда, отношения с администрацией, информированность о делах организации. Приоритетными мотивами являются мотивы по удовлетворению потребностей в жизненно насущных благах и статусные.

При выплате зарплаты в организациях с бюрократическим типом культуры отмечается склонность многих менеджеров к излишнему усреднению там, где нужна большая дифференциация. Чтобы избежать уравниловки, требуется принудительная дифференциация работников, но не обязательно в жёсткой форме.

Премиальная часть должна занимать минимальный удельный вес в фонде оплаты труда, обязательны выплаты «тринадцатой зарплаты» (оклад, скорректированный на коэффициент, зависящий от результатов деятельности организации), возможны единовременные выплаты в день рождения сотрудника, день рождения организации и другие знаменательные даты (события).

3. Особенности системы стимулирования персонала организации с клановым типом организационной культуры. Для работников организаций с клановой культурой большое значение имеют: организация труда; морально-психологический климат; возможности карьерного и профессионального роста; признание значимости выполняемой работы. Для клановой культуры определяющими являются мотивы социального взаимодействия и оптимизации жизненного цикла.

Со всей очевидностью можно утверждать, что приоритетным показателем, формирующим премию в клановой культуре, будет результат работы бригады, затем коллектива и каждого работника.

Система премирования должна зависеть от деятельности всей организации, результаты личной работы могут не учитываться. Выплаты премии нужно осуществлять ежеквартально, в размере не менее 50% от оклада.

4. Особенности системы стимулирования персонала организации с адхократическим типом организационной культуры. Для адхократической культуры крайне важны мотивы жизненного самоопределения, связанные с призванием, творчеством, новаторством, самовыражением. Адхократическая культура обладает приоритетом по удовлетворению потребности в творчестве, профессиональном и карьерном росте, справедливой оценке результатов.

Адхократическая культура изменяет пропорции расчёта премии, стимулируя в большей степени индивидуальное творчество, вклад в инновационные процессы, личные способности и заслуги (60–70% премии), а затем уже рост коллективных достижений.

Дополнительное вознаграждение должно занимать большой удельный вес (60–70%) в фонде оплаты труда и определяться результатами личной работы, а не работы коллектива или организации. Постоянная часть дополнительного вознаграждения должна составлять 30–40% от оклада, переменная часть — зависеть от выполнения плана, за каждый процент перевыполнения плана размер переменной части может быть увеличен с учётом индивидуального коэффициента в зависимости от должности.

Организационная культура через ценности накладывает свой отпечаток на потребности персонала, а значит, при формировании системы мотивации персонала банка необходимо помимо всего прочего учитывать тип данной культуры.

На основе изучения системы трудовой мотивации персонала ряда коммерческих банков Алтайского края и их организационной культуры мы имеем возможность проследить, насколько ценности работников учитываются в системе трудовой мотивации персонала. Полученные данные могут послужить основой для разработки методики формирования системы трудовой мотивации персонала с учётом типа организационной культуры банка.

Методология исследования

Для изучения систем трудовой мотивации персонала с учётом типа организационной культуры коммерческих банков Алтайского края мы провели социологическое исследование данной проблемы. Следует отметить, что сведения о системах стимулирования персонала коммерческих банков, как правило, являются конфиденциальными, поэтому подобные исследования коммерческих банков не проводились ранее. Малая изученность объекта предопределила новизну указанного социологического исследования.

Объектом исследования явился персонал ряда коммерческих банков, действующих на территории Алтайского края Российской Федерации.

Предметом исследования выступали организационная культура и система трудовой мотивации и стимулирования персонала коммерческих банков.

Цель исследования заключалась в анализе взаимосвязи организационной культуры и системы трудовой мотивации персонала коммерческих банков для разработки рекомендаций по совершенствованию системы трудовой мотивации персонала с учётом типа организационной культуры коммерческих банков.

Для достижения поставленной цели нами были сформулированы исследовательские задачи, в соответствии с которыми были выдвинуты следующие гипотезы:

H1. В исследуемых банках действующие системы трудовой мотивации персонала не учитывают доминирующие организационные ценности, закреплённые в организационной культуре.

H2. В организациях банковской сферы действующие системы трудовой мотивации персонала основаны на удовлетворении материальных потребностей работников через выплаты заработной платы и премирование.

Н3. Работники исследуемых коммерческих банков, несмотря на то что не видят прямой зависимости между затратами своего труда и его оплатой, удовлетворены действующими системами материального стимулирования.

Н4. Работники в основном считают, что организационная культура может оказывать влияние на систему оплаты труда персонала.

Н5. Использование социального пакета в банках неоптимально, так как, по мнению респондентов, в нём доминирует материальная составляющая.

Н6. Работники рассматривают систему обучения в банках как нереализованный стимул к труду.

Н7. Работников банковской сферы больше всего не устраивает высокая трудовая нагрузка.

Н8. В банках доминирующий стиль руководства не соответствует типу существующей и предпочтительной организационной культуры.

Н9. В исследуемых банках стимулы к труду используются не комплексно, без увязки с основными потребностями работников.

С целью проверки гипотез нами было проведено аналитико-описательное исследование.

Для полной характеристики объекта исследования отметим его отличительные особенности:

- профессионально-функциональная и отраслевая принадлежность — работники организаций банковской сферы;
- пространственная ограниченность — г. Барнаул, Алтайский край;
- временные границы — период с 2007 по 2008 г.

Единицей наблюдения выступает отдельный работник; единицей совокупности — персонал банка.

В качестве респондентов в рамках данного исследования были выбраны руководители и специалисты ряда банков Алтайского края. Генеральная совокупность — 162 человека (3 филиала, 24 отдела, а также 5 заместителей управляющего и 3 управляющих).

Инструментарием исследования являлись анкета (вопросник) «Трудовая мотивация и организационная культура» и методика оценки организационной культуры К. Камерона и Р. Куинна¹. Сбор эмпири-

¹ Анкета «Трудовая мотивация и организационная культура» состояла из 30 вопросов. В анкете использовались: содержательные, то есть непосредственно вытекающие из исследовательской программы вопросы и функциональные, нацеленные на оптимизацию хода опроса; функционально-психологические, служащие для снятия напряжения, перехода от одной темы к другой, для нивелирования нежелательных установок, создания и поддержания интереса к анкете; «вопросы-фильтры», позволяющие выделить часть респондентов по определённому признаку; контрольные вопросы; закрытые вопросы, сопровождаемые всеми теоретически возможными вариантами ответа, из которых респонденту предстоит выбрать тот, что соответствует его мнению; полузакрытые (частично открытые) вопросы, на которые заранее дана лишь часть вариантов ответа (эти варианты могут не удовлетворить респондентов, поэтому им предоставлена возможность дописать свой вариант ответа).— *Здесь и далее примеч. авт.*

ческих данных для проверки выдвинутых гипотез осуществлялся путём опроса персонала ряда банков Алтайского края (в форме анкетирования и структурированного интервьюирования) и тестирования.

Достоверность и обоснованность результатов исследования обеспечивается соответствием теоретико-методологической позиции автора и применяемой совокупности теоретических и эмпирических методов, непротиворечивостью гипотез эмпирического исследования, репрезентативностью выборочной совокупности эмпирического исследования.

Социально-демографическая характеристика выборки

Выборка формировалась с помощью стратифицированного метода вероятностного отбора, основанного на делении совокупности на подгруппы по уровню управления. Выборочная совокупность состояла из руководителей высшего и среднего звеньев (управляющие, заместители управляющих, главные бухгалтеры, начальники отделов) и специалистов ряда банков Алтайского края. Специалисты отбирались на основе выборки методом основного массива, так как оставшаяся часть генеральной совокупности относительно невелика по объёму и не отличается от обследованной части по критериям, важным с точки зрения цели исследования. В ходе исследования были опрошены 162 человека (3 филиала, 24 отдела, а также 5 заместителей управляющего и 3 управляющих).

В интервьюировании приняли участие 18% сотрудников банков в количестве 48 человек (высшее руководство и руководители среднего звена), в анкетировании приняли участие 76% сотрудников филиалов в количестве 114 человек. Среди них практически весь состав руководства, 91% руководителей среднего звена (начальники отделов, руководители групп), 70% специалистов. Все работники банков опрашивались с помощью анкет.

Все представители высшего руководства и руководители среднего звена имеют высшее образование. Из специалистов 96% имеют высшее образование, 4% — незаконченное высшее.

В основной массе респонденты — мужчины в возрасте 30–40 лет, имеющие высшее образование и стаж работы от 1 года до 10 лет. Большой процент молодых сотрудников со стажем работы от 1 года до 5 лет объясняется тем, что филиалы были созданы в 2004 г., высшее и среднее руководство имело уже большой стаж работы в банковской сфере, специалисты были набраны из числа выпускников вузов.

Во избежание ошибок репрезентативности было соблюдено представительство в выборке основных характеристик генеральной совокупности. Кроме того, ответы социологического опроса проверялись на логичность и законченность.

Результаты диагностики организационной культуры банков

Наибольший практический интерес в плане определения типа организационной культуры представляет методика К. Камерона и Р. Куинна — инструмент оценки конкурентных ценностей (Organizational Culture Assessment Instrument, OCAI). В результате проведённого исследования с помощью данной методики были получены данные, приведенные в таблице 1 и на рисунках 1, 2.

Мнения топ-менеджеров (управляющие, заместители управляющего, главные бухгалтеры) и руководителей среднего звена (начальники отделов, руководители групп) банков относительно существующего типа организационной культуры банков разделились между понятиями «иерархическая культура» и «рыночная культура». По поводу предпочтительного типа культуры выбор был сделан между рыночной культурой и бюрократической.

Таблица 1

Результаты диагностики типа организационной культуры среди руководителей высшего и среднего звеньев банков (по методике К. Камерона и Р. Куинна)

Тип культуры (по совокупной оценке)	Выбор опрошенных (%)	
	Существующий тип	Предпочтительный тип
Клановая	15	25
Адхократическая	20	26
Рыночная	42	29
Иерархическая	23	20

Если рассмотреть результаты опроса респондентов двух страт в целом, то существующий и предпочитаемый тип организационной культуры банков — **рыночная**, но явного предпочтения обнаружено не было, мнения разделились: топ-менеджеры отдали преимущество **рыночной культуре**, а руководители среднего звена — **адхократической культуре**.



Рис. 1. Профиль доминирующей организационной культуры на основе мнения руководства (по методике К. Камерона и Р. Куинна)

Результаты исследования показали, что, по мнению руководителей, **доминирующий тип** существующей в банках культуры — рыночный; очень слабо выражен клановый тип.



Рис. 2. Профиль предпочитаемой организационной культуры на основе мнения руководства (по методике К. Камерона и Р. Куинна)

Результаты исследования также показали, что мнения руководителей относительно *предпочтительного типа* организационной культуры разделились между рыночным и адхократическим. По мнению остальных опрошенных, в банках предпочтительны признаки всех четырёх типов организационной культуры.

Как было отмечено ранее, рыночная культура обладает приоритетом по удовлетворению потребности влиять на дела организации, она опирается на мотивы по удовлетворению жизненно насущных потребностей и на статусные мотивы достижения цели, успеха. Система трудовой мотивации в обязательном порядке должна включать в себя управление на основе поставленных целей, вознаграждение за результаты работы, акции и опционы на их покупку, внедрение в систему менеджмента концепции всеобщего управления качеством, оценку работы персонала «глазами потребителя», систему комиссионных, участие в прибыли.

Для адхократической культуры крайне важны мотивы жизненного самоопределения, связанные с признанием, творчеством, новаторством, самовыражением. Адхократическая культура обладает приоритетом по удовлетворению потребности в творчестве, профессиональном и карьерном росте, справедливой оценке результатов. Она изменяет пропорции расчёта премии, стимулируя в большей степени индивидуальное творчество, вклад в инновационные процессы, личные способности и заслуги (60–70% премии), а затем уже рост коллективных достижений.

Таким образом, система трудовой мотивации персонала банка в обязательном порядке должна включать в себя гибко трансформирующееся в зависимости от внешних обстоятельств управление на основе поставленных целей, проектов и заданий, поощрение личной инициативы, премирование индивидуальных достижений, обучения и саморазвития, премии за выполненную идею, подарки, фирменные знаки отличия для лучших сотрудников.

Для проверки гипотезы 1 и определения, в какой мере системы трудовой мотивации персонала соответствуют выявленному типу организационной культуры банков, необходимо изучить, какие мотивы преобладают у работников, на чём основываются действующие системы стимулирования персонала банков. На основании полученных данных можно будет осуществить выбор стимулирующих воздействий на работников с учётом их потребностей и ценностей, а также разработать методику формирования системы трудовой мотивации персонала с учётом типа организационной культуры.

Результаты социологического исследования отношения банковского персонала к системе трудовой мотивации

В результате анализа информации, выявленной из структурированного интервью и анкетного опроса, были получены данные, приведённые ниже.

Для проверки гипотезы 2 необходимо проанализировать, какие формы стимулирования и мотивации применяются в банках. В первую очередь нужно определить основные причины, по которым опрашиваемые работают в банке, так как эти причины отражают мотивы, определяющие выбор деятельности. Для этого респондентам было предложено ответить на соответствующий вопрос (можно было выбрать несколько вариантов ответов). Распределение результатов показано на рисунке 3.

Из анализа полученных результатов следует, что наибольшее значение для опрошенных имеет стабильность материального положения (83,3% респондентов отметили именно этот фактор). Большая часть опрошенных, выбравших данный вариант ответа, наряду с ним отметили и «уровень заработной платы в банке» (79,0% от числа ответивших на вопрос), так как эти варианты ответов взаимосвязаны между собой.



Рис. 3. Привлекательные стороны работы в банке (по мнению респондентов, %)

«Наличие социальных программ в организации» как вариант ответа отметили 32,1% респондентов, что говорит о том, что данный фактор или незначителен для опрошенных, или ему не уделяется в банках должного внимания.

Следует отметить, что для более чем трети респондентов одной из изучаемых организаций престиж банка сыграл большое значение в выборе ими своей работы. Высокий процент выбравших этот вариант ответа среди сотрудников может быть объяснен тем, что бренд изучаемой организации очень котируется среди специалистов банковской сферы. Как показали результаты интернет-опроса, проведенного на сайте www.bankir.ru, этот банк находится на первом месте в отрасли по числу желающих в нём работать.

Для 10,5% респондентов работа привлекательна возможностью продвижения по карьерной лестнице. Этот фактор является приоритетным в основном для молодых работников. Для молодежи ценности достижения очень привлекательны. Стоит отметить, что в одном из изучаемых банков лишь один респондент отметил данный вариант ответа (2,6% от числа опрошенных), таким образом, это самый малозначительный фактор для работников данной организации.

Наименее предпочтительный вариант ответа по всем объектам для респондентов — «возможность проявления инициативы, творческий труд», что объясняется спецификой работы в банке, где котируются профессионализм, точность, исполнительность, следование инструкции. Лишь 4,9% респондентов отметили данный вариант ответа (как правило, на каждом объекте имеется специалист по рекламе или специалист по управлению персоналом, данный фактор для них важен и связан с работой).

Выбор респондентов подтверждает, что для персонала наибольшее значение при выборе работы в банках имеет возможность удовлетворять материальные потребности. Согласно данным Алтайкрайстата самая высокая зарплата в Алтайском крае по отраслям за последние пять лет отмечается в финансовой сфере². Например, на момент проведения социологического исследования уровень среднемесячной заработной платы в Алтайском крае с 2007 по 2008 г. вырос с 7805 до 9732 рублей, в то время как этот уровень в финансовой сфере края увеличился с 23 062 до 27 316 рублей, то есть зарплата в банках почти в 3 раза выше, чем в среднем по региону. Следует отметить, что согласно данным по регионам Си-

² См.: <http://ak.gks.ru/DocLib4/Основные%20показатели/uovzarp.htm>

бирского федерального округа, в Алтайском крае фиксируется самая низкая зарплата³. В финансовой сфере зарплата в среднем по России выше в 1,6 раза, чем в Алтайском крае (42 372,9 рублей в России по сравнению с 26 366 рублей в Алтайском крае)⁴.

Одной из основных задач нашего исследования является изучение системы мотивации, для решения которой в первую очередь необходимо рассмотреть (как считают опрошенные), какой вид мотивации преобладает в организации — материальная или нематериальная. Мы исходили из деления системы трудовой мотивации персонала на три блока: (1) система мотивов работников; (2) система материального стимулирования (включала в себя оплату труда и непосредственное удовлетворение потребностей); (3) система нематериального стимулирования (включала в себя формализованные и неформализованные стимулы). Распределение выбора респондентов о преобладающем виде мотивации в банках представлено в таблице 2.

Таблица 2

**Вид мотивации преобладающий в банках,
с точки зрения методов воздействия администрации (по оценкам респондентов)**

Варианты ответов	Количество отданных голосов (чел.)	В % от числа опрошенных
Материальная мотивация (заработная плата, премии)	127	78,4
Моральная мотивация (положение в коллективе, благодарности, грамоты)	35	21,6
Всего	162	100

Анализ полученных результатов показал, что во всех банках с точки зрения методов воздействия администрации преобладает материальная мотивация в форме заработной платы и премии (78,4% от числа опрошенных); 21,6% опрошенных считают, что преобладает моральная мотивация (положение в коллективе, благодарности, грамоты и т. д.). Лишь в одном банке показатель оказался ниже, чем по совокупности в целом (64,7% респондентов считают, что в организации преобладает материальная мотивация), это может быть объяснено спецификой системы мотивации и стимулирования на объекте (отсутствие системы премирования).

Ответы на предыдущий вопрос показали, что в филиалах преобладает, по мнению респондентов, материальная мотивация. Рассмотрение системы мотивации может быть продолжено на основе изучения системы стимулирования, так как именно стимулы являются внешними побуждающими факторами, призванными, в том числе, активизировать внутренние побуждающие факторы — мотивы. При оценке общей системы мотивации большое значение имеет система стимулирования, в первую очередь то, какие элементы, по мнению работников, в нее входят. Для этого респондентам было предложено ответить на соответствующий вопрос и выбрать виды стимулирования, применяемые в организации. Распределение ответов на вопрос выглядит так, как показано на рисунке 4.

Следует отметить, что почти по всей совокупности опрошенных был выявлен небольшой разброс мнений при оценке видов стимулирования применяемых в банках; среди ответов очевидно преобладание первого варианта «премирование»: этот вариант выбрали 77,2% от числа опрошиваемых. Таким образом, премирование является, по мнению респондентов, основным методом стимулирования в банках. На втором месте по значимости находится вариант «вынесение благодарности» (35,8% от числа

³ См.: http://www.novosibstat.ru/public/release/press18_2010.htm

⁴ См.: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/zp00-09.doc

опрошенных). Вариант «различные льготы» выбрали 17,3% опрошенных; вариант «ценные подарки» отметили всего лишь 8,6% от числа опрашиваемых, так как крупные подарки от имени руководства вручаются только ключевым работникам, а подарки, которые дарят друг другу сотрудники, не позиционируются в качестве подарков от банка. Показателен тот факт, что вариант «ничего не применяется» выбрали лишь 3,9% респондентов, и это свидетельствует о том, что все работники уверены: в банках существует и реально действует система материального и нематериального стимулирования. Кроме того, рассматривая корреляцию с вопросом о типе трудовой мотивации, преобладающей в банке, можно увидеть, что респонденты разграничивают понятия «стимулирование» и «мотивация». Таким образом, можно констатировать, что гипотеза 2 подтвердилась: системы трудовой мотивации персонала в банках основаны на удовлетворении материальных потребностей работников через оплату труда.

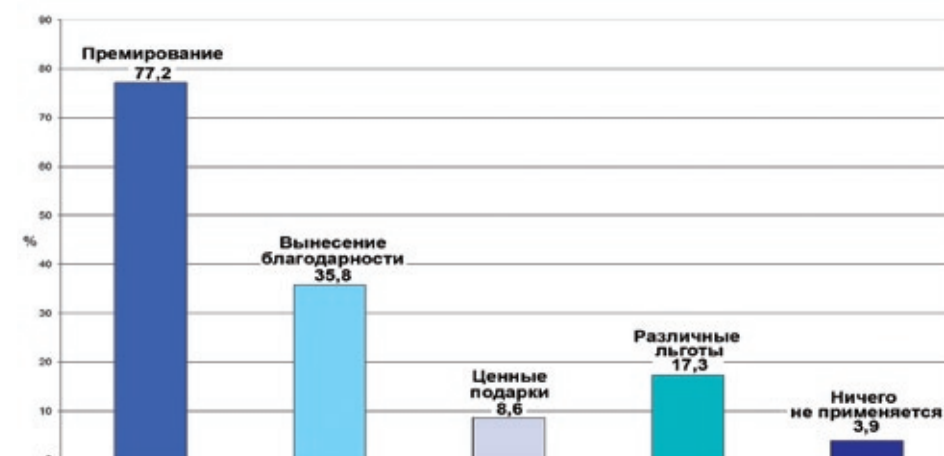


Рис. 4. Виды стимулирования, применяемые в банке (по мнению опрошенных)

С точки зрения теории ожидания Врума, большое значение при анализе эффективности системы стимулирования труда имеет то, видят ли работники зависимость между суммой затраченных усилий и сколько они за это получают, иными словами, насколько выражена взаимосвязь между затратами труда и вознаграждением в организации [Vroom 1964]. Для проверки гипотезы 3 мы попытались выяснить, существует ли, по мнению работников, зависимость между затратами труда и его оплатой (таблица 3) и определить уровень удовлетворённости оплатой труда в банке (таблица 4).

Таблица 3

Наличие зависимости между затратами труда и его оплатой (по мнению работников)

Вариант ответов	Количество отданных голосов (чел.)	В % от числа опрошенных
Зависимость чётко прослеживается	41	25,3
Зависимость прослеживается, но не явно	48	29,6
Нет никакой зависимости	62	38,3
Работник не обращает на эту проблему никакого внимания	13	8,0
Всего	162	100

От числа ответивших на вопрос 38,3% считают, что их зарплата не зависит от их личных усилий; 29,6% респондентов отмечают наличие неявной зависимости и 25,3% полагают, что зависимость чётко прослеживается. Можно сделать вывод, что большинство опрошенных полагают: уровень их зарплат зависит от внешних факторов (экономическое положение в стране, крае, уровень зарплат в головном

офисе) и от ряда факторов внутренних (образование, квалификация, отношения с руководителем), но в меньшей степени от их личных усилий. Банковские работники в основном не видят связи между заработной платой и своим трудовым вкладом. Отсюда, как правило, следует, что работники хотят постоянно получать высокое жалование, но не готовы работать с отдачей соответствующей его уровню. Такие результаты коррелируют с выводами исследования динамики трудовых ценностей экономически активного населения России, проведённого под руководством В. С. Магуна: «За 14 лет среди россиян стало более широко распространено стремление к высокому, надёжному и легкому заработку в ущерб ориентации на трудолюбие и не требующей немедленного вознаграждения самореализации» [Магун 2006: 38].

Для того чтобы определить степень удовлетворённости работников действующим в организации порядком оплаты труда, в анкету был включён соответствующий вопрос.

Таблица 4

Уровень удовлетворённости работников действующим в организации порядком оплаты труда

Вариант ответов	Количество отданных голосов (чел.)	В % от числа опрошенных
Удовлетворён	42	25,9
Скорее удовлетворён, чем нет	66	40,7
Частично удовлетворён	51	31,5
Скорее неудовлетворён, чем удовлетворён	3	1,9
Неудовлетворён	0	0,0
Всего	162	100

Для определения степени удовлетворённости рассчитаем индекс удовлетворённости:

$$I = \frac{5a + 4b + 3c + 2d + 1e}{N}$$

где $N = a + b + c + d + e$,

N — общее число опрошенных респондентов,

a, b, c, d, e — число респондентов, выбравших соответствующие варианты ответов.

Индекс удовлетворённости составил по пятибалльной шкале 3,9 ($(42*5 + 66*4 + 51*3 + 3*2 + 1*0)/162 = 3,9$), что показывает: уровень удовлетворённости действующим в организации порядком оплаты труда высокий ($1 < 3,9 < 5$). Действительно, большая часть ответивших скорее удовлетворены, чем нет, действующим в организации порядком оплаты труда (40,7% от числа опрошенных), удовлетворены 25,9% от числа опрошенных, частично удовлетворены 31,5% от числа опрошенных. Варианты ответов неудовлетворённых порядком оплаты труда респондентов распределились следующим образом: скорее неудовлетворены, чем удовлетворены, 1,9% опрошенных. Нет ни одного полностью неудовлетворённого системой оплаты в организации. Результаты подтверждают, что материальная мотивация преобладает в банковской сфере, уровень удовлетворённости сотрудников банков системой оплаты труда высокий. Следует отметить, что выявленные особенности характерны для всей банковской сферы, и это подтверждается данными Российского статистического ежегодника. Текучесть кадров в финансовой отрасли является одной из самых низких среди других отраслей экономики. Среднемесячная заработная плата значительно превышает среднее значение этого показателя в целом по экономике. Казалось бы, это должно свидетельствовать о большой готовности работников платить за высокое жалование результативным трудом, но, как показало исследование, *работники не видят пря-*

мой зависимости между затратами труда и его оплатой, поэтому не хотят «выкладываться» ради высокой зарплаты, то есть гипотеза 3 подтвердилась.

Для проверки гипотезы 4 и оценки взаимосвязи организационной культуры и системы оплаты труда (система оплаты труда => система стимулирования труда => система трудовой мотивации) необходимо оценить наличие этой зависимости по мнению респондентов.

Для того чтобы выяснить, как понимают респонденты сущность организационной культуры и взаимосвязана ли она с системой стимулирования персонала, респондентам были заданы соответствующие вопросы. Мнения респондентов о сущности организационной культуры расходятся (при этом 25% не знают, что такое организационная культура), но чаще всего она связывается с моральным климатом (39,3% от числа опрошенных), отношениями между людьми (13,9% от числа опрошенных). Половина респондентов считает, что организационная культура организации не изменится, если изменить систему оплаты труда (51,9% от числа опрошенных), 34% от числа опрошенных уверены, что изменения произойдут, 14,2% от числа опрошенных не смогли ответить на поставленный вопрос. *Гипотеза 4 не подтвердилась: работники в основном считают, что организационная культура не может оказывать влияние на систему оплаты труда.*

Многие банки, пытаясь развивать системы мотивации и стимулирования, внедряют разнообразные механизмы удовлетворения потребностей сотрудников: социальный пакет, системы обучения, улучшение условий труда, кадровый резерв и т. д. Рассмотрим, насколько актуальными для работников являются эти механизмы. Чтобы проверить гипотезу 5, мы проанализировали отношение респондентов к социальному пакету, системе обучения, условиям труда в банках. Начнём с анализа социального пакета — с того, какие «льготы» в него включаются. Распределение таких льгот представлено на рисунке 5.



Рис. 5. Основные компоненты, включаемые в социальный пакет (по мнению респондентов)

По мнению респондентов, в первую очередь в социальный пакет в банках включаются:

- оказание материальной помощи по семейным обстоятельствам (35% от числа опрошенных);
- оплачиваемый отпуск (31% от числа опрошенных).

Менее распространёнными являются:

- дополнительное медицинское страхование (19% от числа опрошенных);
- выделение средств на корпоративные мероприятия (13% от числа опрошенных).

По мнению респондентов, наименее выражены в социальном пакете остальные составляющие, а именно:

- выплаты при чрезвычайных обстоятельствах (2% от числа опрошенных);
- в варианте «иное» никакие льготы не были отмечены.

По мнению опрошенных, материальная составляющая доминирует в социальном пакете банка. Результаты ответов на данный вопрос закономерны, так как они определяются трудовой мотивацией работников, заложенной ещё при выборе банка в качестве места работы. Основой трудовой мотивации является высокая заработная плата и стабильность материального положения. *Гипотеза 5 подтвердилась: использование социального пакета в банках неоптимально, в нём доминирует материальная составляющая.*

Таким образом, действующие на объектах системы стимулирования, несмотря на преимущества по сравнению с системами стимулирования организаций других отраслей и сфер деятельности, нельзя назвать безупречными из-за чрезмерного упора на материальное стимулирование и отсутствия должного внимания к ценностям организации и потребностям её работников.

Основа банковской работы — квалифицированный труд. Постоянное обновление и усложнение спектра операций, проводимых в банках, внедрение новых технологий повышают значимость систем обучения. Следует отметить, что данное направление мотивации должно реализовываться комплексно. Определим, как относятся работники к существующим в филиалах системам обучения, и проверим гипотезу 6, выделив проблемы формирования и использования знаний, а также развития личностного потенциала работников, то есть проанализируем возможности использования системы образования в качестве стимула к труду. Отношение работников к системе обучения представлено в таблице 5.

Таблица 5

Отношение работников к системе обучения, существующей в организации

Вариант ответов	Количество отданных голосов (чел.)	В % от числа опрошенных
Дополнительная льгота	28	17,3
Наказание	0	0,0
Обычная составляющая работы	43	26,5
Пустая трата времени	6	3,7
Не принимал участие в обучении	85	52,5
Всего	162	100

Результаты опроса показали, что большая часть респондентов не охвачена программами обучения: 52,5% опрошенных никогда не принимали участие в обучении. Среди участвующих в обучении большая часть респондентов (26,5% от числа опрошенных, или 55,8% от числа ответивших на вопрос) относятся к нему как к обычной составляющей работы; 17,3% от числа опрошенных, или 36,4% от числа ответивших, на вопрос относятся к обучению как к дополнительной льготе и 3,7% от числа опрошенных, или 7,8% от числа ответивших на вопрос, считают обучение пустой тратой времени.

Как правило, в филиалах осуществляется обучение руководителей высшего и среднего звеньев, однако оно носит краткосрочный характер и в основном решает текущие задачи или информирует руководи-

телей о нововведениях в отдельных областях работы. Вместе с тем в одном из банков есть возможность для наиболее перспективных сотрудников поступить в Корпоративный университет, который был создан для развития менеджеров среднего звена и обучения кадрового резерва из числа молодых, перспективных сотрудников с управленческим потенциалом. Программы университета включают в себя теоретические занятия, тренинги, семинары, встречи с менеджерами и специалистами, отечественными и зарубежными профессионалами, преподавателями, тренерами и консультантами. Исходя из результатов опроса можно сделать вывод о том, что программы обучения для сотрудников филиала существуют только на бумаге, несмотря на достаточно высокую потребность работников в обучении. Можно отметить важную деталь: расхождение между мотивацией работников к обучению и объективными требованиями к работе, к повышению квалификации очень велико. Потребность в обучении значительно варьируется в зависимости от принадлежности к тому или иному подразделению. Для сотрудников операционных подразделений обучение является рутинной компонентой работы, в которой они внутренне не заинтересованы. Для некоторых сотрудников кредитных подразделений, отделов продаж возможность пройти обучение — важный стимул. Сотрудники подразделений поддержки, как правило, не проходят обучение и не заинтересованы в нем. Видится, что данная проблема должна стать предметом более глубокого анализа.

Можно отметить, что руководство банков располагает недостаточными ресурсами для объективной оценки квалификации каждого сотрудника, полномочиями для создания стимулов повышения квалификации персонала и способами повышения мотивации сотрудников к профессиональному росту. Таким образом, система обучения — это нереализованный фактор мотивации, но потенциал её использования очень высок, особенно для менеджеров кредитных и клиентских отделов среднего звена. Согласно результатам интервьюирования стремящиеся к знаниям руководители некоторых отделов кредитных организаций заинтересованы в постоянном образовании. Следовательно, *гипотеза б частично подтвердилась: некоторые сотрудники кредитных и клиентских подразделений рассматривают систему обучения в банках как нереализованный стимул к труду.*

Неудовлетворённость условиями труда в организации может оказать значительное влияние на общий уровень удовлетворённости работой. Определим, как респонденты относятся к условиям труда в организации. Данные об оценке условий труда опрошенными приведены в таблице 6.

Таблица 6

Оценка респондентами условий труда в организации

Вариант ответов	Количество отданных голосов (чел.)	В % от числа опрошенных
Отличные	63	38,9
Хорошие	85	52,5
Удовлетворительные	14	8,6
Невыносимые	0	0,0
Всего	162	100

Результаты показывают, что в изучаемых банковских учреждениях условия труда оцениваются в основном как хорошие (52,5% от числа опрошенных) и отличные (38,9% от числа опрошенных). Лишь 8,6% респондентов считают, что условия труда в организации удовлетворительные, и никто в банках не считает условия труда невыносимыми.

Таким образом, условия труда на исследуемых объектах хорошие, а значит, нельзя рассматривать улучшение условий труда в банке в качестве возможного стимула.

Проведём проверку гипотезы 7 и определим, какие факторы оказывают негативное воздействие на отношение к работе с точки зрения опрошенных, а значит, выясним, на что нужно воздействовать в первую очередь для снижения уровня неудовлетворённости трудом работников (данные приведены в таблице 7). В соответствии с теорией Херцберга обретение удовлетворённости и нарастание неудовлетворённости — это совершенно разные процессы, в основе которых лежат принципиально не одни и те же факторы [Herzberg, Mausner, Snyderman 1959]. Соответственно, и продвижение по шкалам удовлетворённости и неудовлетворённости в модели Херцберга также может происходить по независимым сценариям. Большинство российских исследователей не считают, что выводы Херцберга об отнесении зарплаты к числу гигиенических факторов применимы к России и другим постсоциалистическим странам. Как показывают исследования [Магун 2006], для сотрудников российских компаний именно гигиенические факторы обладают самым высоким мотивационным потенциалом, они фактически являются мотиваторами, хотя, согласно теории Херцберга, не должны побуждать людей к более производительному труду. Инструментальное отношение к труду только как источнику заработка по-прежнему характерно для половины работающего населения [Хахулина 2007]. Теория Херцберга не универсальна: есть люди и организации, в которых именно зарплата является мотивационным фактором.

Таблица 7

Факторы, негативно сказывающиеся на отношении к работе (с точки зрения респондентов)

Вариант ответов	Количество отданных голосов (чел.)	В % от числа опрошенных	Ранг
Низкий заработок	30	18,5	3
Высокая трудовая нагрузка	96	59,3	2
Ненормированный рабочий день	97	59,9	1
Плохие отношения с руководством	15	9,3	5
Отсутствие перспективы служебного продвижения	26	16,0	4
Всего	162	100	

Из негативных факторов у работников на первом месте (59,9% от числа опрошенных) — «ненормированный рабочий день»: зачастую приходится работать в сверхурочное время из-за необходимости выполнения конкретного задания, срок которого истекает.

На втором месте — «высокая трудовая нагрузка» (59,3% от числа опрошенных). Негативные оценки высокой трудовой загрузки и ненормированного рабочего дня соотносимы между собой, так эти факторы взаимосвязаны.

На третьем месте, как бы это ни казалось странным на первый взгляд, — «низкий заработок» (18,5% от числа опрошенных). Такой показатель определяется результатами опроса в одном из исследуемых банков, где в системе стимулирования отсутствуют премии для сотрудников, а ежегодную премию по итогам года получает только высшее руководство. Данные соотносятся с результатами полученными ранее, когда лишь половина опрошенных по данному банку отметили, что используется такой метод стимулирования, как премирование. Несмотря на это, сотрудники в числе плюсов работы в данной организации указывали и высокую зарплату. Система оплаты труда в банке включает лишь оклады, но их размер больше среднего по аналогичным профессиям в отрасли.

На четвёртом месте — «отсутствие перспективы служебного продвижения». Данный фактор отметили 16% от числа респондентов; около 30% респондентов по одному из банков (в три раза больше, чем по двум другим банкам) выбрала данный вариант ответа, из чего следует, что в нём заметно выражена цен-

ность служебного продвижения, а это прямо согласуется с выводом о дефиците ценностей достижения. Перекрёстный анализ результатов по данному вопросу и результатов, полученных ранее, позволяет утверждать, что у работников очевиден конфликт ценностей, которые, с одной стороны, выражаются в заинтересованности в максимизации денежного вознаграждения, а с другой — в минимизации трудовых затрат (негативные факторы: «ненормированный рабочий день», «высокая трудовая нагрузка»). Это приводит к высокой распространённости среди работников ориентации на максимальную зарплату и на безразличие к инициативным трудовым достижениям и личной ответственности.

Гипотеза 7 подтвердилась: работников банковской сферы больше всего не устраивает высокая трудовая нагрузка. Учитывая влияние данных факторов, необходимо воздействовать на работников через систему положительной мотивации как основного элемента устойчивости профессиональной деятельности.

Определим, какие факторы, по мнению работников, оказывают влияние на их трудовую активность. Тем самым мы выясним, какие компоненты системы стимулирования наиболее эффективно воздействуют на трудовое поведение персонала. Данные о распределении ответов на соответствующий вопрос приведены в таблице 8.

Таблица 8

Факторы влияющие на трудовую активность работников (по мнению респондентов)

Вариант ответов	Количество отданных голосов (чел.)	В % от числа опрошенных	Ранг
Система стимулирования труда	90	55,6	1
Привычка работать	14	8,6	4
Страх потерять работу	33	20,4	2
Страх административного наказания	25	15,4	3
Всего	162	100	

От числа опрошенных 55,6% считают, что именно система стимулирования оказывает наибольшее влияние на трудовую активность работников (согласно данным полученным ранее, в системе стимулирования персонала банков доминирует материальное стимулирование; нематериальное стимулирование почти не выражено). В одном из банков 78% опрошенных выбрали этот вариант ответа. Следует отметить, что система материального стимулирования в этой кредитной организации отличается прозрачностью, работники точно знают, за что они получают или не получают премию, а значит, они могут оценить её влияние на трудовую активность.

Вариант «страх потерять работу» и «страх административного наказания» выбрали 20,4 и 15,4% от числа опрошенных (2 и 3 ранг) соответственно. Большой процент выбравших эти варианты ответов говорит о распространённости устрашения или наказания как способов воздействия на работников. Негативное влияние таких методов на эффективность работы сотрудников велико, так как деятельность, мотивированная страхом или наказанием, обеспечивает только минимальную производительность труда. Наказание эффективно лишь в тех случаях, когда оно воспринимается как справедливое. Сила власти, базирующаяся на страхе, прямо пропорциональна тяжести наказания и обратно пропорциональна вероятности избежать его в случае непослушания.

Лишь 8,6% от числа опрошенных (4 ранг) выбрали вариант ответа «привычка работать». Можно констатировать, что данный фактор практически не влияет на работников. Это говорит о том, что в системе

стимулирования персонала банков доминирующее значение имеет оплата труда и административные воздействия.

Для того чтобы оценить, зависит ли желание работать в конкретной организации только лишь от уровня оплаты труда, респондентам был задан соответствующий вопрос: «Если бы Вам предложили равноценную по зарплате работу, ушли бы Вы из своей организации?».

Результаты опроса показали следующее: 51,2% респондентов не исключают возможности перейти работать в другую организацию, но только после сравнения упускаемых и приобретаемых возможностей; 31,5% респондентов считают, что прочно связаны с организацией и ни при каких обстоятельствах не изменили место работы; оставшиеся респонденты (17,3% от числа опрошенных) легко бы сменили работу при условии одинакового заработка. Как правило, легко поменять работу готовы те, кто ориентирован на инициативу и достижения и равнодушен к гарантиям занятости или кого не устраивает текущая работа (условия, социально-психологический климат и т. д.).

Принимая во внимание особенности работы в банковской сфере, а также результаты проведённого исследования, можно отметить, что в основном для работников ценность высокого и постоянного жалования проявляется в том, что они легко могут поменять работу, но в пределах банковской сферы.

Значительное влияние на систему стимулирования персонала и организационную культуру оказывает стиль управления, преобладающий в организации, так как именно высшее руководство является базовым формирующим элементом организационной культуры, и именно оно определяет приоритетные методы и способы стимулирования персонала и реализует их через свои команды. Проверим гипотезу 8 и определим, какой стиль управления, по мнению работников, преобладает в организации. Распределение выборов респондентов о доминирующем стиле руководства в банках представлено на рисунке 6.

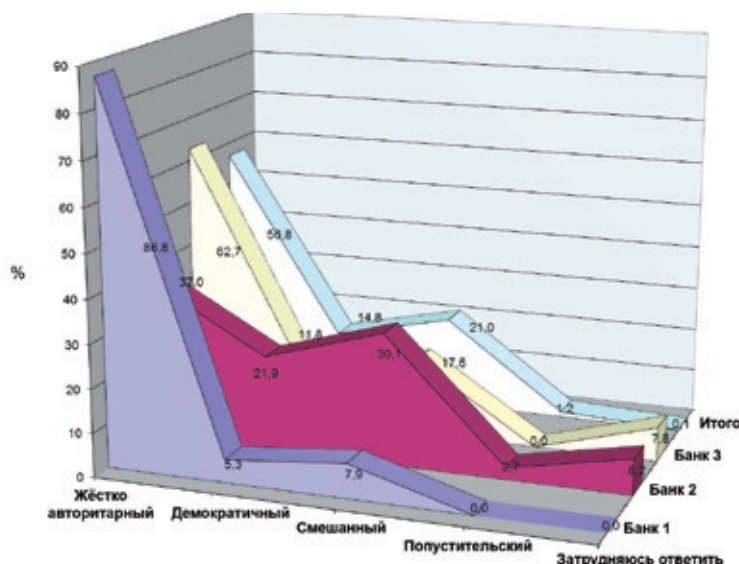


Рис. 6. Стиль управления преобладающий в организации (по мнению респондентов)

Почти половина респондентов считают, что в их организации преобладает жёстко авторитарный стиль управления (56,8% от числа ответивших). Действительно, традиционно в банковской сфере распространён авторитарный стиль управления, когда все ключевые решения принимаются руководством без обсуждения с подчиненными и вся полнота власти находится в руках руководителя. Вариант «смешанный стиль руководства» получил ранг 2: данный вариант выбрали 21% от числа ответивших на вопрос. Варианту «демократический стиль» присвоен ранг 3: количество респондентов, отметивших данный

вариант ответа (21% от числа ответивших), почти в три раза меньше, чем отметивших вариант «авторитарный стиль». Наименее распространён, по мнению работников, попустительский стиль управления: лишь 1,2% от числа ответивших выбрали данный ответ. Не смогли ответить на поставленный вопрос 6,2% от числа опрошенных.

Таким образом, следует констатировать, что на исследуемых объектах в основном преобладает авторитарный стиль управления. Следует отметить также, что авторитарный руководитель, как правило, воздействует на потребности более низкого уровня, ведёт к увеличению объёма выполненной работы, с одной стороны, и к низкой мотивации работников, меньшему дружелюбию в группах, большей агрессивности, как к руководителю, так и к коллегам, — с другой. Сравнение полученных результатов о стиле руководства (авторитарный) и доминирующем типе организационной культуры (рыночная) показали, что они находятся не в соответствии. *Гипотеза 8 подтвердилась: доминирующий стиль руководства не соответствует типу существующей и предпочтительной организационной культуры.*

Формирование представлений сотрудника о системе ценностей, преобладающей в организации, происходит с самого начала его работы там. Исследование показало, что из мероприятий при приеме на работу новых сотрудников применяется знакомство с правилами внутреннего распорядка, с коллегами. Данный вариант выбрали 91,4% респондентов. Вариант «общий инструктаж» отметили 75,3% от числа опрошенных. Менее половины респондентов проходили специальный курс обучения для новичков, включающий тренинги и стажировки. Практически все сотрудники своими ответами подтверждают, что некоторые приемы и способы адаптации в организации используются (лишь 4,3% от числа опрошенных выбрали вариант «никак»), однако систем ритуалов приема на работу как таковых не существует.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: в банках отсутствует чётко разработанная система ритуалов приёма на работу новых работников.

Любая управленческая деятельность предполагает наличие функции контроля, которая выражается в деятельности, направленной на поддержание нормального поведения различными средствами воздействия. Одной из особенностей банковской деятельности является высокая степень ответственности работника за свои действия, и это ведёт к возрастанию значения функции контроля в финансовых учреждениях. Определим, в какой форме, по мнению респондентов, в основном реализуется контроль на исследуемых объектах.

Ответ о явном преобладании контроля со стороны начальства на обследуемых объектах выбрали 91,4% респондентов. Из них 31,7% считают, что контроль осуществляется постоянно, в жёсткой форме; 35,8% думают, что контроль осуществляется постоянно, но в ненавязчивой форме; 32,43% полагают, что контроль осуществляется, но лишь периодически.

Варианты «контроль со стороны коллег» и «самоконтроль» практически никак не отражены в ответах респондентов. Это свидетельствует о неспособности или нежелании работников к самодиагностике, самоанализу, склонности к самостоятельному принятию решений.

Таким образом, в банках доминирует административный контроль со стороны руководства, что, с одной стороны, приводит к тому, что действия руководителей не подвергаются сомнениям, а с другой — к формализму в работе и подавлению творческих качеств и способностей работника.

Для того чтобы определить, выражена ли в сознании работника идентификация с коллективом организации, респондентам было предложено ответить на вопрос: «Вы испытываете положительные эмоции от осознания принадлежности к коллективу, в котором работаете?».

Результаты ответов распределились следующим образом: 71,6% от числа опрошенных, или 78,38% от числа ответивших на вопрос, испытывают положительные эмоции от принадлежности к коллективу, в котором они работают; 19,8% от числа опрошенных, или 21,62% от числа ответивших на вопрос, не испытывают никаких эмоций или испытывают отрицательные эмоции от осознания принадлежности к коллективу, в котором они работают.

Неоднозначно отражено мнение об атмосфере взаимоотношений среди опрошенных. Большая часть работников определяет атмосферу как «доброжелательно деловую»; чуть меньше $\frac{1}{4}$ респондентов определили атмосферу в банке как «атмосферу недоброжелательности»; 15,4% от числа опрошенных считают, что атмосфера в банке эмоционально напряженная; 14,2% от числа опрошенных считают, что атмосфера — пассивности и безразличия.

Таким образом, мнения разделились практически поровну: половина респондентов считают, что атмосфера позитивная, и столько же считают, что атмосфера взаимоотношений негативная.

Перекрёстный анализ полученных результатов с теми, что характеризуют частоту возникновения негативных психологических состояний во время работы (большая часть опрошиваемых отмечают наличие негативных психологических состояний или каждый день, или несколько раз в неделю), позволяет утверждать: неудовлетворённость атмосферой в коллективе обусловлена частыми негативными психологическими состояниями на работе.

Но по результатам исследования можно увидеть, что причины неудовлетворённости трудом связаны с самим характером трудовой деятельности (ненормированный рабочий день, большая нагрузка) и никак не связаны с взаимоотношениями в коллективе, то есть негативные психологические состояния возникают из-за самого характера труда, а не сопутствующих ему факторов.

Результаты исследования свидетельствуют, что системы трудовой мотивации персонала в банках функционируют, однако они не максимально эффективны, не учитывают влияния потребностей работников и имеют резервы для своего совершенствования. Таким образом, *гипотеза 9 подтвердилась: в банках стимулы к труду используются не комплексно, без увязки с основными потребностями работников.*

Выявленный в первой части исследования тип доминирующей организационной культуры — рыночный; ценностям, лежащим в его основе, в большей степени соответствуют такие формы стимулирования, как управление на основе поставленных целей и заданий, поощрение личной инициативы, премирование индивидуальных достижений, подарки, фирменные знаки отличия лучших, обучение и саморазвитие. Анализ действующих систем трудовой мотивации персонала в банках показал, что упор в них делается на материальном стимулировании, руководители используют административный стиль управления, отдают предпочтение негативным формам организации стимулирования, не учитываются возможности социального пакета, обучения, морального поощрения сотрудников. Таким образом, можно констатировать, что *основная гипотеза подтвердилась: в исследуемых банках действующие системы трудовой мотивации персонала не учитывают доминирующие организационные ценности, закреплённые в организационной культуре.*

Заключение

Итак, в ходе социологического исследования мы пришли к такому основному выводу: ключевыми проблемами в области трудовой мотивации персонала финансовых учреждений является отсутствие эффективных подсистем нематериального стимулирования персонала, игнорирование ценностей и потребностей работников. По результатам анализа данных социологического исследования можно ска-

зять, что среди факторов, влияющих на формирование трудовой мотивации работников банковской сферы, преобладают материальные, в первую очередь — оплата труда. Системы оплаты труда в банках учитывают личные трудовые результаты, качественную оценку работника и эффективность работы подразделения и банка в целом. Однако практически отсутствуют нематериальные факторы мотивации, не учитываются ценности сотрудников и организации, выраженные в организационной культуре.

Изменение в организациях системы нематериального стимулирования с учётом текущих затрат требует минимальных вложений, однако оно ограничивается нежеланием руководства заниматься этими вопросами лично, отсутствием профессиональных кадров, способных заниматься данным вопросом на местах, необходимостью следовать и строго соблюдать инструкции головного офиса.

Копирование отдельных элементов систем стимулирования персонала организаций-лидеров может привести к противоречию новых ценностей (скрытно или явно транслируемых системой стимулирования) с уже существующими ценностями, распространёнными среди персонала.

Результаты проведённого исследования показали, что в исследуемых банках системы трудовой мотивации персонала строятся без учёта потребностей и ценностей работников. Имеются нереализованные резервы в совершенствовании систем трудовой мотивации персонала банков с учётом доминирующих потребностей и ценностей работников. Итоги анализа послужили информационной базой для обоснования методики совершенствования системы трудовой мотивацией персонала с учётом типа организационной культуры банка. Данная методика включает в себя формирование подсистем материального и нематериального стимулирования.

В подсистеме материального стимулирования была разработана система оплаты труда персонала банка, в которой форма премирования зависит от таких факторов, как:

- личные трудовые результаты и (или) качественная оценка работника;
- эффективность работы подразделения и организации в целом в течение оценочного периода (квартала);
- тип организационной культуры, в которой выражены основные ценности, ценностные ориентации персонала.

За основу выделения типа организационной культуры нами использовалась методика ОСАИ Кима Камерона и Роберта Куинна, которые выделили четыре типа культуры в зависимости от таких критериев, как гибкость и (или) дискретность, внутренний фокус (интеграция) и (или) внешний фокус (дифференциация). Предлагаемая система оплаты труда включает дифференциацию форм и размеров премирования в зависимости от этих четырёх критериев, а значит, и от типа организационной культуры. В системе для каждого типа культуры предусмотрены поправочные коэффициенты, согласно которым в премии распределяются доли, зависящие от работы организации в целом, подразделения и конкретного работника. Например, премия работника в банке с адхократическим типом организационной культуры будет определяться результатами его индивидуальной работы, с клановым типом — результатами деятельности организации в целом, и т. д.

Был разработан социальный пакет по принципу кафетерия, в котором был значительно расширен перечень льгот с учётом потребностей работников. Каждому типу организационной культуры был подобран оптимальный перечень социальных льгот.

Подсистему нематериального стимулирования дополнили и оптимизировали её под потребности и ценности сотрудников банков.

Таким образом, нами было проведено исследование взаимосвязи организационной культуры и системы трудовой мотивации персонала банков: осуществлён анализ их взаимосвязи на теоретическом и методологическом уровне, а по результатам проведённого социологического исследования была разработана методика формирования системы трудовой мотивации персонала банка с учётом типа доминирующей организационной культуры.

Литература

- Алавердов А. Р. 1997. *Управление персоналом в коммерческом банке*. М.: СОМИНТЕК.
- Андреевкова А. В., Беляева Л. А. (сост. и общ. ред.). 2009. *Россия в Европе: по материалам международного социологического проекта «Европейское социальное исследование»*. М.: Academia.
- Голенкова З. Т., Игитханян Е. Д., Орехова И. М., Черевко Ю. В. 2009. Социальные характеристики трудовой занятости в регионе. *Социологические исследования*. 9: 108–119. <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2009-09/Golenkova.pdf>
- Здравомыслов А. Г. 1986. *Потребности, интересы, ценности*. М.: Политиздат.
- Камерон К., Куинн Р. 2001. *Диагностика и изменение организационной культуры*. СПб.: Питер.
- Магун В. С. 2000. Об изменениях трудовых ценностей российского населения. В сб.: Заславская Т. И. (ред.) *Куда идёт Россия. Власть, общество, личность*. Вып. VII. М.: Изд-во Института «Московская школа социальных и экономических наук»; 439–447.
- Магун В. С. 2006. *Динамика трудовых ценностей экономически активного населения России, 1991–2004 гг.* Препринт WP3/2006/09. М.: ИД ГУ ВШЭ. https://www.hse.ru/data/2010/05/04/1216408299/WP3_2006_09.pdf
- Магун В. С., Руднев М. Г. 2010. Базовые ценности россиян в европейском контексте. *Общественные науки и современность*. 3: 5–22.
- Одегов Ю. Г. (ред.). 2002. *Мотивация труда персонала финансово-кредитных организаций*. М.: Экзамен.
- Роджерс К. 1997. *Клиентоцентрированная терапия*. М.: Рефл-бук; Киев; Ваклер.
- Самоукина Н. В. 1997. *Искусство управления банка: организационная культура, стили руководства*. М.: Русская деловая литература.
- Слинкова О. К. 2005. *Системный подход к исследованию трудовой мотивации и организационной культуры: постановка проблемы*. Новосибирск: Изд-во СО РАН.
- Соломандина Т. 2007. *Организационная культура компании*. М.: «Инфра-М».

Хахулина Л. А. 2007. Труд в системе жизненных ориентаций россиян. *Демоскоп Weekly*. 291–292, 4–17 июня. <http://demoscope.ru/weekly/2007/0291/tema01.php>

Herzberg F., Mausner B., Snyderman B. 1959. *The Motivation to Work*. New York: Wiley.

Vroom V. H. 1964. *Work and Motivation*. New York: Wiley.

ДЕБЮТНЫЕ РАБОТЫ

В. В. Галиндабаева

Институты и их роль в снижении неопределённости на рынке услуг по уходу за детьми¹



ГАЛИНДАБАЕВА Вера Валериевна — аспирантка факультета политических наук и социологии ЕУСПб (Санкт-Петербург, Россия).

Email: vgalindabaeva@eu.spb.ru

В статье рассматривается проблема институционализации рынка услуг по индивидуальному уходу за детьми. В России государство не регулирует данный рынок услуг, не навязывает свои институты. Однако непосредственные покупатели обращаются к государственным институтам лицензирования: работодатели просят кандидата на вакантное место предоставить диплом об образовании и другие свидетельства, подтверждённые государством. Агентства по найму персонала заимствуют упомянутые институты из государственного сектора детских садов. Опираясь на работу Дж. Акерлофа и на теорию институционального изоморфизма П. Димаджио и У. Пауэлла, мы пытаемся объяснить феномен заимствования введённых государством правил.

Ключевые слова: няни; рынок услуг; снижение неопределённости; институты; институциональный изоморфизм.

Введение

В современном обществе государство играет ключевую роль в регуляции деятельности многих рынков. Оно создаёт на рынке институты, которые гарантируют качество покупаемых товаров, и осуществляет санкции в случае нарушения установленных правил. Заданные государством институты могут не действовать, и тогда рынок прибегает к использованию неформальных практик. Феномен существования неформальных практик на регулируемом государством рынке достаточно хорошо изучен.

Однако продолжают существовать и появляться рынки, которые государство не регулирует и, можно сказать, не замечает. Акторы на таких рынках могут сами создавать правила, снижающие риски приобретения некачественного товара, — собственные фирменные знаки. Тем не менее наше исследование показывает, что существуют неформальные рынки, заимствующие без формального давления введённые государством правила. В этой статье мы попытаемся раскрыть причины такого заимствования.

¹ Хотелось бы выразить признательность Элле Панеях и Оксане Жлудовой за обсуждение статьи и ценные замечания. Также я благодарна рецензентам и редакторам, чьи замечания и критика позволили улучшить статью. — *Здесь и далее примеч. авт.*

Процесс создания правил легче зафиксировать на этапе зарождения рынка. Поэтому в качестве эмпирического объекта исследования выступил рынок услуг нянь, который в настоящее время находится на стадии формирования и поиска институтов. Мы отказались от исследования рынков Москвы и Санкт-Петербурга, которые существуют с советского периода и воспроизводят сложившиеся тогда неформальные институты. В регионах такой рынок появился после 1990-х годов в связи с изменением социальной политики и дефицитом услуг дошкольных образовательных учреждений (ДОУ). Исходя из этих соображений мы выбрали региональный рынок, который находится на стадии формирования, а именно рынок услуг нянь города Улан-Удэ (столицы Республики Бурятия)².

Сфера услуг по уходу за детьми дошкольного возраста сегодня представляет собой два сегмента: государственные детские сады и рынок услуг нянь.

Государство полностью регулирует сектор бюджетных детских садов, тогда как существование рынка услуг частных нянь оно игнорирует. Несмотря на отсутствие государственного регулирования, рынок услуг по индивидуальному уходу за детьми использует институты, созданные и гарантируемые государством, для снижения рисков. Остановимся на особенностях каждого из секторов подробнее.

Первый сектор образуют детские сады (ДОУ)³, которые предоставляют услуги коллективного воспитания. ДОУ под давлением государственной политики превращаются в гомогенное институционализованное организационное поле. В данном поле организации стараются выполнять (или делают вид, что выполняют) правила, которые основаны на правовых нормах. Во-первых, в соответствии с постановлением правительства «Об утверждении типового положения о дошкольном образовательном учреждении» от 12 сентября 2008 г. № 666 к педагогической деятельности в дошкольном образовательном учреждении допускаются лица, имеющие среднее профессиональное или высшее профессиональное образование. Образовательный ценз указанных лиц подтверждается документами государственного образца о соответствующем уровне образования и (или) квалификации. Во-вторых, работник должен проходить раз в год медицинское обследование. В-третьих, работник несёт ответственность за эмоциональное и физическое развитие ребёнка, нормы которого определяются соответствующими государственными стандартами. Требования к персоналу закреплены в таких нормативных документах, как Приказ Министерства образования РФ и Госкомитета РФ по высшему образованию от 14 декабря 1995 г. № 622/1646, Приложение 1 к приказу Минобразования России и Госкомвуза России от 31 августа 1995 г. № 463/1268.

Нарушение правил (или уличение в их нарушении) ведёт к санкциям со стороны разных контролирующих организаций: санитарно-эпидемиологическая станция (СЭС) проверяет ДОУ в случае причинения вреда здоровью детей вследствие невыполнения санитарных и др. норм; пожарная инспекция — в случае несоответствия состояния противопожарной безопасности ДОУ нормам; прокуратура — в случае причинения вреда здоровью детей со стороны персонала ДОУ; местные органы управления образованием и родительский комитет — в случае низкого качества предоставляемых услуг⁴. В результате кон-

² Республика Бурятия находится в Юго-Восточной Сибири, входит в состав Сибирского федерального округа. В Улан-Удэ проживают 390 тыс. человек.

³ Услуги ДОУ в последнее десятилетие стали частично оплачиваемыми: родители должны покрывать установленный процент затрат государства на содержание ребёнка.

⁴ Родительский комитет сегодня играет важную роль в контроле качества предоставляемых услуг со стороны ДОУ. Во-первых, повысилась роль родительских взносов (особенно неформальных) в материальном обеспечении сада; во-вторых, власть и контроль родителей в детских садах значительно возросли. Например, в одном из детских садов Москвы по требованию родительского комитета окончание работы учреждения было перенесено с 17 на 19 часов [Gradszkova forthcoming]. Также по санитарным правилам и нормам (СанПиН) от 2005 г. именно родительский комитет вправе подать в местные органы управления заявление о необходимости проверки качества предоставляемых ДОУ услуг.

троля со стороны государства детские сады предоставляют услуги, более или менее соответствующие стандартам качества коллективного воспитания.

Необходимо отметить, что детские сады разделяются и по статусу, и по престижу. Тем не менее методическая база, как и нормативная, для всех государственных ДООУ общеразвивающего типа (а они составляют 90% от всех ДООУ) одинаковы. Именно в методической базе детально разрабатываются формы контроля и критерии оценки воспитательного процесса. Однообразие методических средств также способствуют специальности «дошкольная педагогика и психология» и государственный стандарт, действующий при подготовке по данной специальности. Однако в нашем исследовании нет необходимости вдаваться в методические детали осуществления воспитательного процесса, поэтому мы не будем касаться проблемы оценки качества услуг ДООУ.

Второй сектор — агентства и индивидуальные работники, которые не подвергаются государственному контролю. В отношении услуг нянь не существует специальных нормативных документов, как в отношении ДООУ. Данная деятельность регулируется общими положениями Трудового кодекса.

В России сегодня 1,1% домохозяйств с детьми до 14 лет обращаются к услугам частных нянь [Синявская, Гладникова 2007: 355].

До 1990-х годов неформальный рынок услуг нянь активно развивался в основном в крупных городах, таких как Москва и Санкт-Петербург [Здравомыслова 2009: 98]. В других регионах страны даже среди работников номенклатуры не было традиции нанимать няню за оплату. Как отметила исследователь бурятских семей К. Д. Басаева в беседе с автором, родители пользовались либо ресурсом расширенной семьи, либо услугами государственных детских садов. Неформального рынка услуг по уходу за детьми в советское время не существовало, а значит, не существовало и неформальных институтов, которые его регулировали. Изменение социальной политики привело к сокращению детских садов и возникновению спроса на услуги наёмных нянь⁵. Рынок начинает формироваться с нуля.

После 1990-х годов в связи с сокращением мест в детских садах услуги няни стали востребованы и во многих других городах. Например, в Улан-Удэ в 2009 г. на очереди в сад стояли 4 тыс. детей [Официальный сайт администрации г. Улан-Удэ], в Новосибирске — около 30 тыс. по данным на 2010 г. и т. д. (см.: [Слова и дела 2007–2011]). В целом по России данные найти сложно, но по некоторым подсчётам около 2 млн детей дошкольного возраста не получают путёвки в сад из-за отсутствия там свободных мест [Слова и дела властей по дошкольному образованию 2007–2011]⁶. В сложившейся ситуации обращение к услугам няни для многих семей становится вынужденным шагом. Либо женщина должна брать декретный отпуск за свой счёт, либо семье приходится нанимать няню, и женщина выходит на работу. Оплачиваемые услуги няни становятся единственным способом решения проблемы и для тех женщин, которые по разным причинам возвращаются к работе до окончания декретного отпуска.

На рынке услуг нянь, как и на любом другом рынке доверительных благ, покупатели сталкиваются с проблемой асимметрии информации между продавцом и покупателем. Определение качества услуги

⁵ Статистика по РФ показывает, что охват детей детскими садами снизился с 66,4% в 1980 г. до 57% в 2005 г.; причём среди детей младше трёх лет только 16% посещали детский сад и ясли в 2007 г. [Синявская, Захаров, Карцева 2007: 427].

⁶ Здесь необходимо отметить, что, по данным Росстата, дефицит мест в ДООУ не наблюдается. Такие показатели связаны с методикой подсчёта, когда сравнивается количество мест во всех ДООУ (и сельских и городских) с количеством детей дошкольного возраста. В то время как наибольший спрос (и соответственно дефицит мест) характерен именно для городов, а не для сёл.

на новом рынке затруднено по нескольким причинам. Во-первых, потому что родители не обладают достаточной компетенцией, чтобы в ходе собеседования определить уровень квалификации кандидата. Во-вторых, потому что непосредственные покупатели (родители) не являются прямыми потребителями услуги (эта функция принадлежит детям) и не присутствуют при её оказании, то есть не контролируют процесс выполнения работы. В-третьих, потому что на новом рынке пока не сформировались плотные сети доверия, которые снижали бы риски приобретения некачественных услуг, то есть не всегда работает принцип «рекомендовано лучшими друзьями», потому что нет друзей, которые могли бы порекомендовать [Александрова 2008: 20].

Российские домохозяйства используют различные пути поиска работников на должность няни. Во-первых, родители прибегают к помощи своих социальных сетей. В такой ситуации асимметрия между продавцом и покупателем минимальная. Во-вторых, родители используют СМИ, печатные и электронные. В любом регионе России издаётся газета бесплатных объявлений «Из рук в руки», в которой обязательным разделом является рубрика «Помощники по дому», а также целый подраздел «Воспитатели и няни» (например, газета «Из рук в руки, Улан-Удэ» за 2006–2009 годы).

В этих разделах помещаются объявления тех, кто ищет работника (няню, сиделку, гувернантку и т. п.), и тех, кто заинтересован в соответствующей вакансии. Также существуют электронные версии газет бесплатных объявлений. Ещё один способ поиска работника — дать объявление на местном телеканале или радио. Пример объявления: ищу работу няни или ищу няню для ребёнка полутора лет, телефон. Как показало наше исследование, второй случай является наиболее типичным. Именно во втором случае возрастает асимметрия информации, а значит, и неопределённость на рынке услуг, и возникает необходимость использования дополнительных институтов.

Следует заметить, что в случае недобросовестного поведения у частной няни намного больше шансов избежать каких-либо санкций, чем у воспитателя в дошкольном учреждении и у самого такого учреждения, так как не существует организации, которая контролировала бы отклонения от стандартов качества на данном неформализованном рынке услуг. Родители могут инициировать судебное разбирательство, однако в большинстве случаев они просто отказываются от услуг недобросовестного продавца, так как суд требует затрат дополнительных ресурсов. Так же поступают и агентства: они отказываются от услуг работника, но не сообщают о нём другим агентствам. Самому же работнику несложно скрыть факт своего увольнения. В детских садах, например, директор может навести справки о кандидате на его прежнем месте работы, так как трудовая книжка, в которой записана профессиональная история соискателя, является обязательным документом при приёме на работу⁷.

В таких условиях неопределённости агентствам и потребителям приходится самостоятельно вырабатывать правила и (или) институты, которые позволяют снизить риски и выбрать качественные услуги (агентства в нашем случае также являются потребителями, потому что проводят отбор претендентов на вакансию).

Таким образом, в России государство строго контролирует только один сегмент услуг по уходу за детьми — государственные и частные детские сады; контроль же услуг частных нянь полностью отдан на усмотрение кадровых агентств и непосредственных покупателей. Хотя отсутствие государственного регулирования открывает возможности для создания неформальных институтов, агентства и потребители прибегают к использованию государственных сертификатов качества, заимствуя целый ряд институтов из государственного сегмента — детских садов.

⁷ В США и Великобритании в отличие от России, например, введено обязательное лицензирование работников, оказывающих услуги по уходу за детьми у себя на дому или на дому у родителей [Tuominen 2003; Mooney 2003].

Возникает вопрос: почему не регулируемый государством рынок услуг нянь почти полностью копирует институты из регулируемого государством сектора услуг детских садов?

Итак, основная задача нашего исследования заключается в том, чтобы проанализировать институциональное поле рынка услуг частных нянь и ответить на вопрос, почему институциональная среда данного сегмента почти полностью изоморфна государственному сегменту рынка услуг детских садов. Почему свободный от контроля государства и какой-либо другой крупной организации рынок заимствует правила, установленные в государственном секторе?

Структура данной статьи выглядит следующим образом: сначала мы рассмотрим теоретические основания работы (работа Дж. Акерлофа о рыночном механизме и неопределённости качества, а также теория изоморфизма П. Димаджио и У. Пауэлла); далее опишем эмпирический объект и методы исследования; в завершение приведём результаты, полученные в ходе эмпирического исследования, и выводы.

Теоретическая основа исследования

Для анализа поведения покупателей (в данном случае родителей) на рынке услуг нянь мы обратимся к работе Дж. Акерлофа «Рынок “лимонов”: неопределённость качества и рыночный механизм», которая показывает, как многочисленные рыночные институты способствуют снижению неопределённости, а значит, и рисков приобретения некачественного продукта. Обращаясь к этим институтам, покупатель может выбрать качественный товар из множества разновидностей одного и того же продукта.

Во-первых, таким институтом является фирменный знак [Акерлоф 1994: 103]. Однако на региональном рынке такого знака ещё не сложилось. Не существует сети агентств, которые смогли бы завоевать положительную репутацию на данном рынке.

Во-вторых, практика лицензирования также уменьшает неопределённость и асимметрию информации [Акерлоф 1994: 103]. Покупатели могут использовать все документы, которые гарантируют квалификацию: аттестат или диплом об образовании, подтверждённый государственными органами управления образованием, медицинскую книжку, подтверждённую медицинским учреждением, и т. п.

В-третьих, эти риски нивелирует сам продавец, который выбирает для продажи качественный товар. В нашем случае продавец — это агентства, которые осуществляют подбор персонала. Агент обладает достаточной компетенцией, чтобы «определить качество исходных ресурсов и удостоверить качество готовой продукции» [Акерлоф 1994: 99]. Наряду с тем, что агентство нивелирует риски приобретения некачественных услуг, оно также является конкурирующей с детскими садами организацией, поэтому должно постоянно подчёркивать высокое качество своих услуг по сравнению с ДОУ. Агентства заинтересованы акцентировать своё превосходство, показывая, что услуги частной няни являются не просто альтернативой бюджетному детскому саду, но лучшим выбором.

В связи с тем, что агентство является конкурентной организацией, которая в части заимствования правил из государственного сектора стала похожа на ДОУ, мы также обратимся к теории институционального изоморфизма П. Димаджио и У. Пауэлла [Димаджио, Пауэлл 2007]. Обоснуем свой выбор.

Существует теория Д. В. Мейера и Б. Роузена, объясняющая, почему организационные структуры чаще отражают правила, институционализированные государством. Однако эти авторы рассматривали небольшие организации, которые становятся всё более похожи в рамках одного домена, подчиняющегося более крупным государственным институтам [Мейер, Роуэн 2007]. Теория Мейера и Роузена позволяет

понять, почему организационное поле детских садов, включённых в государственный домен образования и дошкольного образования, оказывается, в частности, столь однородным. Государство, являясь организацией-монополистом в данном поле, принуждает детские сады следовать институционализированным мифам.

Однако, как уже упоминалось, между детскими садами и рынком услуг нянь не существует никаких связей. Несмотря на это, агентства заимствуют такие институты из государственных учреждений, как диплом о педагогическом образовании, медицинская книжка и т. п. Таким образом, теория Мейера и Роузена не позволяет нам ответить на поставленный вопрос. Поэтому мы обратились к теории Димаджио и Пауэлла.

В отличие от Мейера и Роузена Димаджио и Пауэлл расширили понимание институционального изоморфизма и предложили три механизма заимствования легитимированных правил: принудительный, нормативный и подражательный [Димаджио, Пауэлл 2007]. Данный подход позволяет объяснить не только то, как действует изоморфизм в регулируемых государством рынках, но и в сегментах, которые не подлежат государственному регулированию. Далее опишем подробнее принудительный, нормативный и миметический (или подражательный) изоморфизм.

Принудительный изоморфизм является, по Димаджио и Пауэллу, результатом как формального, так и неформального давления, которое на одну организацию может оказывать другая, а также культурные ожидания, распространённые в данном обществе [Димаджио, Пауэлл 2010: 40].

Миметический (подражательный) изоморфизм является реакцией на неопределённость. Когда внешняя среда создаёт символическую неопределённость, одни организации могут моделировать себя по образцу и подобию других. Организация, которая становится образцом для подражания, служит подходящим источником практик, используемых заимствующей организацией [Димаджио, Пауэлл 2007: 168]. Например в нашем случае: агентства, рекрутирующие нянь, при собеседовании о приёме на работу просят соискателей показать диплом об образовании и результаты флюорографии — всё то, что требуют при приёме на работу в детский сад.

Нормативный изоморфизм связан с профессионализацией. Образование, развитие профессиональных сетей и фильтрация персонала становятся источниками профессионализации [Димаджио, Пауэлл 2007: 165]. Например, в нашем случае директор агентства следующим образом ответила на вопрос о выборе кандидатов: «...*Не просто: вот у меня образование, я хочу работать. А конкретно: вот какой методикой ты владеешь. На сегодняшний день достаточно большой набор методических рекомендаций для работы с детьми дошкольного возраста, вот*» (Интервью с агентом, 2009 г., Улан-Удэ). Агент говорит о том, что в организации существует процедура фильтрации персонала, и объясняет некоторые принципы отбора кандидатов.

Далее мы выдвигаем следующие предположения: (1) родители используют институты государственного лицензирования, так как не являются специалистами в области дошкольной педагогики и не в состоянии самостоятельно определить уровень компетенции работника во время собеседования; (2) агентства, специализирующиеся на подборе домашнего персонала, моделируют работу в соответствии с ожиданиями клиентов и исполняют роль посредников, определяя компетенцию кандидатов, осуществляя таким образом отбор кадров. Агентства, как организации, обращаются не только к подражательному, но и к нормативному изоморфизму. Мы предполагаем протестировать данные предположения в статье и рассмотрим, к каким институтам и почему именно к ним обращаются работодатели и агент.

Эмпирическая база исследования

В январе 2009 г. в Улан-Удэ были собраны 11 интервью: пять с нянями, пять с родителями (с главой частного предприятия, главой кредитного отдела коммерческого банка, главным казначеем в казначействе РБ, бухгалтером, менеджером) и одно с директором агентства⁸. Необходимо заметить, что официальной статистики о том, каковы предложение и спрос на рынке услуг нянь в г. Улан-Удэ, нет. В городе зарегистрированы четыре специализированных агентства по подбору нянь. После кризиса 2008 г. реально действуют только два. С директором одного из них и была проведена беседа. Информанты были найдены в основном по номерам телефонов, которые няни и работодатели оставляли в газете бесплатных объявлений «Из рук в руки, Улан-Удэ». В интервью нянь просили рассказать о своей непрофессиональной биографии, историю первого найма в качестве няни, потом историю всех последующих наймов, сообщить об условиях труда и оплаты, об обязанностях, об отношениях с работодателями и детьми. В интервью с работодателями основными темами были следующие: краткая биография, история наймов нянь, критерии отбора, типичный портрет няни, образ идеальной няни. С агентом мы разговаривали об истории создания данного предприятия, о критериях отбора кандидатов в агентстве, о требованиях родителей, о конфликтах родителей и нянь. Дневник исследования создавался на основе личных воспоминаний автора и бесед с исследователем бурятских семей К. Д. Басаевой. На основе собранных интервью и будет строиться анализ институциональной среды рынка услуг нянь в г. Улан-Удэ.

Теперь перейдём непосредственно к анализу данных. Наша цель — выяснить, какие требования предъявляют работодатели (родители и агентство) к кандидатам на место няни при приёме на работу, а также то, как няни реагируют на эти требования. Родители и агентство, хотя и являются работодателями, но представляют собой разные типы акторов на рынке услуг, с разными интересами и ресурсами, поэтому сначала мы рассмотрим позицию родителей (непосредственных работодателей). Потом сконцентрируемся на кадровых агентствах (посредниках между родителями и нянями).

Позиция родителей

Педагогическое образование

Первый институт, который, по мнению части наших информантов, призван гарантировать качество услуги, — это диплом об окончании педагогического училища или факультета вуза по специальности «дошкольная педагогика и психология». Наличие диплома о педагогическом образовании свидетельствует о том, что кандидат на вакансию выбрал своим основным занятием работу с маленькими детьми и знает и умеет применять на практике методики по развитию ребенка. Таким образом, родители рассматривают профессию воспитателя, как эквивалентную работе няни, поэтому диплом об образовании служит важным знаком качества услуг:

Она же должна чему-то обучать ребенка, так или иначе. У неё было высшее образование, причем педагогическое образование, она работала в детском саду... э... нянечкой, воспитательницей... образование в этой области (Здесь и далее выделено мною. — В. Г.) — это тоже немаловажно, потому что всё-таки что-то оно даёт, хотя бы какую-то систему общения с детьми (Екатерина, 34 г., замужем, есть дочь).

Родители демонстрируют доверие к государственной системе сертификации. Они ориентируются на данный индикатор, так как самостоятельно определить уровень квалификации не в состоянии.

⁸ Эмпирический материал был собран в рамках проекта «Гендерное устройство частной жизни в современной России» (руководители Е. Здравомыслова, А. Темкина), поддержанного Фондом Форда.

Няни, обладающие педагогическим образованием, в свою очередь, также не проводят границы между работой воспитателя детского сада и услугами няни. Они представляют свой переход из детского сада к оказанию индивидуальных услуг как закономерный процесс развития их карьеры. Подобное отношение к своей работе особенно свойственно воспитателям, которые попали под сокращение незадолго до выхода на пенсию. Такие работники считают, что делают ту же самую работу, только с одним ребенком, на дому у родителей, за достойную оплату. Одна информантка на вопрос о том, как она решила пойти работать няней, ответила следующим образом:

*...Мне звонит подруга и говорит: «Вот... тут одна у нас работница ищет няню»... Я говорю: «Ну так я же работаю» (Чтобы доработать до пенсии два года, информантка работала на местном заводе. — В. Г.). А она говорит: «Но какая это тебе там работа? Вот здесь же на дому больше платят». Ну и вроде я так. И вот так она меня, как говорится, натолкнула на мысль, **что можно больше денег зарабатывать и работать по своей специальности, с детьми, и всё** (Светлана Сергеевна, 61 г., стаж работы частной няней пять лет).*

Работа частной няней становится возможным источником доходов для воспитателей, уже вышедших на пенсию, а также для людей, которые, имея педагогическое образование, лишь в пенсионном возрасте получают шанс использовать его на рынке труда, благо требования к наличию непосредственного продолжительного опыта работы по педагогической специальности на этом рынке выдвигаются не всегда.

В.: А как вас взяли, без опыта работы?

*О.: Ну да. Но у меня **педобразование, поэтому, наверное, поверили**, что я могу справляться (Татьяна Александровна, 69 лет, стаж работы частной няней больше пяти лет).*

Диплом о педагогическом образовании остаётся главным сигналом для работодателей о том, что потенциальная няня сможет обеспечить нормальный уровень ухода за детьми. Отсутствие этого знака качества значительно снижает конкурентоспособность кандидата:

Я звонила тоже по нескольким объявлениям. Сейчас берут в основном с педагогическим образованием. А у меня этого нет, образования-то... Я как бы самоучка, получается. Вот так вот... Я же в частных вот этих вот организациях, вот в этих... семьях-то работала (Ольга, 34 г., стаж работы частной няней три года).

Таким образом, диплом о педагогическом образовании является важным институтом на рынке индивидуальных услуг. Этот знак качества, эффективность которого гарантируется государством, позволяет родителям определить у кандидата уровень знаний и умений, необходимых для ухода за детьми, и снижает риск найма неквалифицированного работника. Однако в отличие от детских садов⁹ родители вольны нанимать работников, у которых нет свидетельства о профессиональном педагогическом образовании. В данном случае эффективность государственного знака качества позволяет родителям не изобретать новые механизмы определения качества услуги и в то же время получать качественные услуги.

Медицинские предписания: медицинская книжка, флюорография

Следующим по важности институтом, к которому обращаются работодатели, можно назвать медицинское освидетельствование. Медицинская книжка и флюорография — это тоже знаки качества, гово-

⁹ По типовому положению о дошкольном образовательном учреждении должность воспитателя может занимать работник только с соответствующей квалификацией.

рящие о том, что кандидат не имеет заболеваний (ВИЧ, сифилиса, туберкулеза), опасных для детей и окружающих. Эти же институты действуют во всех детских садах, и их функционирование несколько раз в год проверяется санитарно-эпидемиологической службой.

Родителям, которые обращаются к услугам нянь, государство не навязывает таких правил: ответственность за выбор работника лежит только на них. Медицинское свидетельство о здоровье кандидата для некоторых родителей становится важным условием найма. Из интервью с няней, работавшей год в семье банкира:

В.: А медкнижки или какие-то такие условия?

О.: Спрашивали. Ну, то есть, я прошла, анализы сдавала на ВИЧ. То есть обычный медосмотр, который проходят учителя, медики. Его и проходила (Анна, 28 лет, стаж работы частной няней два года).

Сама информантка замечает, что ей пришлось пройти процедуру, обязательную для работы в сфере образования и здравоохранения. Некоторые родители спрашивают только флюорографию:

Они медкнижку у меня не просили, а флюорографию. Я как раз прошла флюорографию, и сейчас я прошла, у меня уже год закончился. И я только флюорографию. В общем-то, я человек здоровый, как говорится. Никакими болезнями не болею. Ну и флюорографию я им показала (Светлана Сергеевна, 61 г., стаж работы частной няней пять лет).

Из приведённых интервью видно, что медицинское освидетельствование пользуется среди работодателей доверием. Обращение к этому институту позволяет родителям оценить вероятность угрозы здоровью ребёнка и семьи в целом. Однако не все родители считают нужным требовать медицинское заключение. Одна няня во время интервью заметила, что она очень больна, поэтому не может работать полный рабочий день, но ни один работодатель не попросил у неё ни медицинской книжки, ни флюорографии.

Итак, родители используют государственные институты, потому что они помогают принять правильное решение. В данном случае нагрузка по подтверждению качества ложится на продавца (прохождение медицинской комиссии), который берёт на себя определённые затраты, чтобы снизить асимметрию информации в поле и вызвать доверие к себе.

Рекомендательные письма

Рекомендательные письма являются одним из самых распространённых институтов на рынках услуг. В рекомендательных письмах семьи, в которых няни заканчивают работу, обычно подтверждают, что такая-то няня и вправду работала такой-то период времени, что она оказывает услуги такого-то качества; рекомендатели оставляют свой телефон на случай, если новые работодатели захотят проверить подлинность письма или навести справки о работнике. Эти письма свидетельствуют сразу о многом, что необходимо знать работодателю при найме работника: о стаже работы, о компетенциях данного претендента, о возрасте детей, с которыми работала няня, и о том, как оценивают качество её работы предыдущие работодатели.

Однако подобные письма играют неоднозначную роль в установлении доверия между работодателем и работником. Дело в том, что рекомендации достаточно просто фальсифицировать в отличие от дипло-

ма государственного образца и медицинской книжки. Случается, что няни с рекомендациями не могут подтвердить на практике заявленный профессиональный уровень:

Она пришла к нам с рекомендациями, с письмами какими-то... Ну толку-то от них? Это, вот, знаете, которая, вот которую ребёнок мой не принял. Вот она была с рекомендательным письмом. Я, знаете, смысла в них не вижу, я сама могу их написать себе сколько угодно. Правильно? Чем подтвердить-то можно? (Алла, 32 г., замужем, двое детей).

Няни также считают письменные рекомендации ненадёжным источником информации, но некоторые работодатели продолжают требовать их:

Ну бывают такие, сразу видно: он ещё не приступил к работе, он уже начинает там...э... значит... «А у вас есть ...м-м... рекомендации?». Я говорю: «Вы знаете, вот я домой приду и соседней попрошу, и мне десять человек напишут такие рекомендации... да. А я приду и вас в первый же день обворую. Вы же должны сами видеть человека... да...» (Ирина Владимировна, 54 г., стаж работы частной няней 15 лет).

Институт рекомендаций функционирует на рынке услуг, но его можно назвать самым неэффективным в противодействии неопределённости. Часть родителей высказывала своё недоверие этому свидетельству, потому что после найма (после того, как сделка состоялась) работник не оправдывал ожидания работодателей.

Мы рассмотрим случай, когда обращение к этому институту не обеспечило надлежащий уровень услуг. Так, Екатерина, будучи главой частной региональной радиостанции, поместила объявление в эфире о том, что ищет няню. К ней пришли 11 женщин; большинство были с педагогическим образованием. Она выбрала няню с высшим педагогическим образованием по специальности «дошкольное образование», с опытом работы воспитателем в саду и няней в семье, с постоянной пропиской в городе и хорошими рекомендациями от предыдущих работодателей. В рекомендациях было сказано, что семья оставляла своего ребенка с данной няней на месяц в связи с неотложными обстоятельствами. В первый месяц работы у Екатерины всё было хорошо, но однажды та пришла с работы раньше, чем обычно, и застала свою няню в состоянии сильного алкогольного опьянения:

В общем, она открыла дверь, и она не могла стоять на ногах, то есть она абсолютно была пьяна. Разумеется, я бегом побежала к ребёнку, ну, к счастью всё обошлось. Ребёнок сидел, играл в детской, то есть никаких там следов побоев или чего-то такого не было — с ребёнком было всё в порядке...А ведь всё что угодно могло произойти. Ребёнок, там, мог и удариться, и куда-то там палец в розетку, если, тем более, совсем уж маленький (Екатерина, 34 г., замужем, есть дочь).

После этого случая информантка отказалась от идеи нанимать няню. Тем не менее через некоторое время подруга Екатерины попросила её, как человека опытного, помочь найти няню. Екатерина посмотрела объявления от частных лиц и одновременно обратилась к помощи агентства, где ей предложили в качестве надёжного кандидата ту самую няню, которая не оправдала её доверия за несколько лет до этого.

Работодатель принял на работу именно эту няню в условиях недостатка личной информации о ней, о её вредных привычках, которые могут влиять на качество выполнения работы. О няне можно было бы узнать из рекомендательных писем от предыдущих работодателей. Однако обычно работодатели пишут рекомендательное письмо няне, если положительно оценивают качество её услуг. В случае негативного опыта работодатель просто разрывает контракт. Как указывалось выше, этот институт не

контролируется третьей стороной, поэтому никто не может принудить работодателей написать рекомендательные письма с отрицательной характеристикой, а работников никто не может принудить показывать эти письма и сообщать своим будущим работодателям, у кого работали раньше.

В отношении трудовой книжки, которая по функциям чем-то схожа с рекомендациями, так поступить невозможно. Работодатель обязан её заполнять, а работник показывать следующему нанимателю. Исполнение гарантируется третьей стороной (государством). Рекомендации же являются добровольно созданным институтом, эффективность которого определяется тем, насколько компетентны родители в оценке воспитательной работы няни.

В поисках эффективной формы контроля над выполнением контракта и качеством услуг работодатели так же предпочитают обращаться к третьей стороне (государству). Многие родители при приёме на работу требуют, чтобы кандидат **был прописан по городскому адресу**, и снимают **копию с паспорта**. Из интервью с работодателем:

Да, когда брали на работу, то брали паспорт и ксерили, обязательно (Алла, 32 г., замужем, двое детей).

Другие работодатели так прокомментировали эту практику:

Так подумать, тоже ведь одна из тем, что, во-первых, оставляешь одного ребенка с ...э... чужому человеку. Куда он с ним пойдёт?... Ну, как всегда... э... значит, это, начинается...э... Береженного Бог бережет иной раз (Саша, 36 л., женат, двое детей).

Няни также подтверждают существование такой практики:

Показала паспорт, всё это... Всё было нормально, чтобы как-то в чём-то... они ни в чём не сомневались. Показала адрес, где я живу, всё. Они приезжали ко мне, и в гости даже сейчас приезжают (Светлана Сергеевна, 61 г., стаж работы частной няней пять лет).

Работодатели не просто скопировали документы, но и удостоверились лично в том, где проживает няня, какая у неё семья.

Таким образом, акторы на рынке услуг по индивидуальному уходу за детьми обращаются к механизму, созданному государством в целях принуждения (*enforcement*), чтобы гарантировать выполнение контракта. Именно этот институт в ситуации нарушения договора запускает санкции против нарушителя.

Позиция агентства

Агентство, специализирующееся на подборе нянь, — это организация, то есть, по Норту, это группа людей, объединённых стремлением сообща достичь какой-либо цели [Норт 1997: 20]. Цель агентства — оказание посреднических услуг по подбору (а не по подготовке) квалифицированного работника за определённую комиссию со стороны работодателя. Агентство берёт на себя роль третьей стороны (как государство в случае детских садов), которая гарантирует соответствие качества услуг определённому уровню и соблюдение договора. В отличие от государства агентство конкурирует на рынке с другими агентствами и детскими садами.

Необходимо отметить, что в Улан-Удэ пока не существует крупного агентства, которое пользовалось бы всеобщим доверием. Напомню, что агентство, где проводилось интервью, было одним из двух ре-

ально действующих в городе¹⁰. Агентство было образовано при предприятии, хотя формально не является частным предприятием, существует автономно, находится полностью на самообеспечении. Агент периодически даёт объявления в газету и на телевидение о наборе на работу няни, формирует картотеку кандидатов и в соответствии с требованиями заказчика пытается подобрать работника.

Агентство совсем небольшое и существует всего несколько лет, поэтому у него ещё нет ни положительной репутации на рынке, ни своего бренда (общепризнанного знака качества). В такой ситуации неопределённости данное учреждение моделирует себя по образцу детского сада. Этому также способствует и то, что организатором агентства является человек с педагогическим образованием и 20-летним стажем работы: он просто не знает более надёжного способа организации работы, чем детский сад. В данном случае мы можем интерпретировать этот факт как признак подражательного изоморфизма [Димаджио, Пауэлл 2010: 41]. Кроме того агентство ориентируется на интересы заказчика, то есть изоморфизм происходит под давлением культурных ожиданий [Димаджио, Пауэлл 2010: 40]. Например, самого востребованного работника агент описала так:

...Всем хотелось бы, чтобы няня была с опытом работы, с педагогическим образованием, со стажем работы, чтобы у неё были рекомендательные письма. Этого хотят все. Независимо от того, что он будет платить — 6 тысяч или 15 тысяч, вот, а хотят все. Но, естественно, человек, который имеет вот весь этот багаж, конечно, он достаточно уже... э... он понимает свою востребованность (Агент, стаж работы в этом качестве три года).

Таким образом, в поле, где господствующей формой организации является детский сад, агентство, как организация, заинтересованная в повышении доверия родителей к своим услугам, в расширении клиентской базы, продвижении своего товара, вынуждено копировать институты из сферы ДООУ. На собеседовании агент так же, как и директор ДООУ, требует предоставить ему диплом об образовании и другие квалификационные сертификаты, медицинскую книжку, трудовую книжку, паспорт, городскую прописку. Рекомендательные письма приветствуются, но не являются обязательным требованием.

Однако кроме подражательного изоморфизма мы видим и нормативный. Агентство инвестирует значительные усилия в повышение качества предоставляемых услуг, то есть ориентировано на профессионализацию услуг няни. Единственным ориентиром и конкурентом в поле таких услуг является воспитатель детского сада, поэтому агентство формирует представления о профессии няни, отталкиваясь от представлений о воспитателе: няня — это тот же воспитатель, только намного лучше, потому что работает с ребенком индивидуально, имеет время и возможность заниматься его развитием, а не только обеспечением безопасности. Агент так отзывалась о работе воспитателя:

То, что предлагает мне центр занятости, это работать рядовым воспитателем в дошкольном учреждении и получать не более четырех тысяч. И при всём при этом выполнять дополнительно ещё и работу няни и уборщицы, и...э... кого угодно. Вот, и имея, значит, на душу сорок человек в группе, то все мои идеи, все мои мысли, вот, они так при мне и останутся. Потому что там необходимо только физическое здоровье ребёнка, то есть чтобы родитель тебе привёл утром здорового ребёнка и вечером забрал его таким же, не

¹⁰ В данном случае мы говорим об агентствах, для которых подбор няни является основной задачей. Кадровые агентства в отличие от специализирующихся не несут никакой ответственности, если работник нарушил условия договора или его услуги оказались низкого качества. Кадровое агентство гарантирует только выбор из трёх кандидатов и получает прибыль один раз. Специализированное агентство получает каждый месяц определенный процент с зарплаты няни и берёт на себя ответственность в случае невыполнения условий договора.

покалеченным, не исцарапанным, не искусанным и так далее (Агент, стаж работы в этом качестве три года).

Повысить качество услуг такое агентство может при строгой фильтрации кандидатов. Как упоминалось во введении, фильтрация персонала является важным механизмом нормативного изоморфизма [Димаджио, Пауэлл 2007].

Агент перечислила следующие профессиональные критерии отбора персонала: высшее педагогическое образование по специальности «дошкольная педагогика и психология» или «начальные классы», знание новых методик и программ развития детей дошкольного возраста, владение иностранными языками. Высококвалифицированные няни попадают в первую категорию, стоимость их услуг оценивается выше, чем других. Агент, с которым проводилось интервью, сама оценивает кандидатов:

...Моя задача на собеседовании — выявить квалификацию няни, насколько она... э... действительно соответствует тому, что она написала о себе (Агент, стаж работы в этом качестве три года).

Диплом об образовании и знание методик можно рассматривать и как подражательный изоморфизм, и как нормативный. Димаджио и Пауэлл отмечают в своей статье, что эти типы изоморфизма могут смешиваться в реальности, но они проистекают из различных условий и способны приводить к неодинаковым результатам [Димаджио, Пауэлл 2007:162]. В данной ситуации диплом, знание методик играют роль не только сигнала о качестве услуг, но и служат критерием признания и включения в профессиональную среду.

Также как и родители, агентство ищет эффективный способ поиска информации о кандидате. В случае невыполнения договора со стороны няни именно агентство несёт как экономические убытки, так и репутационные. Институт рекомендаций не всегда эффективен, поэтому агент вынуждена задействовать дополнительные ресурсы и обратиться за помощью к другой организации, частной силовой структуре. У предприятия, при котором образовано агентство, действует своя служба безопасности. Службу возглавляет работник милиции на пенсии. После собеседования с агентом кандидат должен пройти собеседование с ним. Сама агент так описывает этот процесс:

О.: Вот, и для того, чтобы нам быть застрахованными от неприятностей... мы брали расписку с них о том, что они не возражают против их проверки нашей службой безопасности... Эти листы отношу начальнику службы безопасности, он с кандидатами беседует... ему необходимо определить... э... ближайшее окружение данного кандидата, так скажем, его бытовую характеристику, его производственную характеристику...

В.: А часто у Вас бывают отказы от службы безопасности?

О.: На моей практике таких случаев было восемь... Это связано было с употреблением алкоголя. В принципе, приходит достойная на первый взгляд женщина, да, у неё, посмотришь, всё хорошо. И никаких изъянов у неё нет ни в документах, ни в... э... внешности. А когда собираешь бытовую характеристику, соседи иногда характеризуют тем, что: «А вот иногда у неё бывают лишние возлияния». Я сразу приостанавливаю.

Агент использует ресурсы, недоступные большинству работодателей, для поиска информации о кандидате. В детских садах нет необходимости в данной процедуре, потому что, во-первых, институт трудовой книжки снижает неопределённость, а во-вторых, воспитатели выполняют работу под контролем

как администрации, так и своих коллег. Именно специфика условий оказания услуги на дому в отсутствие взрослых членов семьи обуславливает те затраты, на которые идёт агент, чтобы гарантировать качество товара.

Заключение

В статье мы проанализировали институциональное поле рынка услуг нянь и попытались ответить на вопрос, почему потребители без формального давления выбирают государственные сертификаты качества, а агентства изоморфны государственному сектору детских садов.

В результате анализа эмпирического материала мы увидели, что государственные знаки качества (диплом, медицинская книжка и др.) являются самыми надёжными институтами с точки зрения потребителей. Родители обращаются к этим институтам, так как сами не являются специалистами в области дошкольного образования и не могут при собеседовании определить компетенцию кандидата на вакансию.

Кроме того, мы выяснили, что самым неэффективным в преодолении асимметрии информации между покупателем и продавцом услуг является институт рекомендательных писем. Можно предположить, что его низкая эффективность связана с тем, что нет третьей стороны (государства), которая принуждала бы к выполнению этого правила. Также низкая эффективность данного института связана с тем, что родители, которые пишут рекомендации, как неспециалисты, не могут оценить уровень подготовки няни адекватно.

Наконец, нам стало понятно, что агентство вынуждено заимствовать институты из сферы детского сада, так как данная организационная форма является господствующей в поле услуг по уходу за детьми. В данном случае мы наблюдаем действие подражательного изоморфизма. Также агентство заимствует институты под давлением культурных ожиданий потребителей, то есть следует логике принудительного изоморфизма. Представления о профессии воспитателя оказывают большое влияние на формирование представлений о работе няни, поэтому и фильтрация персонала происходит в логике нормативного изоморфизма.

Тем не менее агентство вводит более строгие правила отбора, или фильтрации, персонала, чем в детском саду, не только потому, что стремится подчеркнуть превосходство своих услуг над услугами ДОУ как своего конкурента, но и потому, что агентство не обладает ресурсами контроля работника в процессе оказания услуги. В связи с этим агент берёт на себя дополнительные издержки в виде обращения к другой организации, чтобы гарантировать качество оказания услуги.

Литература

- Акерлоф Дж. 1994. Рынок «лимонов»: неопределённость качества и рыночный механизм. *THESIS*. 5: 91–104.
- Александрова Е. 2008. «Рекомендовано лучшими друзьями», или Как россияне выбирают стоматолога. Социальная реальность. *Журнал социологических наблюдений и сообщений*. 2: 20–27.
- Димаджио П. Дж., Пауэлл У. В. 2007. Ещё раз о «железной клетке»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент*. 3: 155–185.

- Димаджио П. Дж., Пауэлл У. В. 2010. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях. *Экономическая социология*. 11 (3): 34–57. http://ecsoc.hse.ru/data/2010/01/30/1234590663/ecsoc_t11_n1.pdf#page=34
- Здравомыслова Е. 2009. Няни: коммерциализация заботы. В сб.: Здравомыслова Е., Роткирх А., Темкина А. (ред.). *Новый быт в современной России: гендерные исследования повседневности*. СПб.: ЕУСПб.
- Коуз Р. 2007. *Фирма, рынок и право*. М.: Новое издательство.
- Мейер Д. В., Роуэн Б. 2007. Институционализированные организации: формальная структура как миф и ритуал. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент*. 3: 126–155.
- Норт Д. 1997. *Институты, институциональные изменения и функционирование экономики*. М.: Фонд экономической книги «Начала».
- Официальный сайт администрации г. Улан-Удэ. <http://www.ulan-ude-eg.ru> (дата обращения: 01.06.2009)
- Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы СанПиН 2.4.1.1249-03. *Образовательный портал*. www.ucheba.com (дата обращения: 28.05.2009).
- Синявская О. В., Гладникова Е. В. 2007. Потребление услуг по уходу за детьми российскими домохозяйствами. В сб.: Малеева Т. М., Синявская О. В. (ред.). *Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе*. М.: НИСП.
- Синявская О. В., Захаров С. В., Карцева М. А. Поведение женщин на рынке труда и деторождение в современной России. В сб.: Малеева Т. М., Синявская О. В. (ред.). *Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе*. М.: НИСП.
- Слова и дела 2007–2011. *Тайга-инфо*. <http://tayga.info> (дата обращения: 30.10.2010).
- Слова и дела властей по дошкольному образованию 2007–2011. *Сайт «Российским детям — доступное дошкольное образование»*. <http://www.detivsad.ru/novosibirsk/words-and-deeds> (дата обращения: 30.10.2010).
- Типовое положение о дошкольном образовательном учреждении от 12 сентября 2008, № 666. *Сайт Дошкольное образование. Институт стратегических исследований в образовании РАН* www.do.isiorao.ru (дата обращения: 01.06.2009)
- Gradszkova Y. Forthcoming. Supporting the Genuine Development of the Child?. Public Childcare Centers Versus Family in Post-Soviet Russia. In: Carlbäck H., Gradszkova Y., Kravchenko Z. (eds.). *And They Lived Happily Ever After...*
- Mooney A. Coram T. 2003. What it Means to be a Childminder: Work or Love? In: Mooney A., Statham J. (eds.). *Family Day Care: International Perspectives on Policy, Practice and Quality*. London: Jessica Kingsley Publishers; 111–129.
- Tuominen M. C. 2003. *We are not Babysitters: Family Child Care Providers Redefine Work and Care*. New Jersey: Rutgers University Press.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ОБЗОРЫ

Т. С. Карабчук

**Непостоянная занятость:
исходные представления
и проблемы измерения в России¹**

КАРАБЧУК Татьяна Сергеевна — кандидат социологических наук, научный сотрудник Центра трудовых исследований ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: tkarabchuk@hse.ru

Данная статья посвящена анализу непостоянной занятости, а именно проблеме определения и измерения этого феномена. В работе представлены основные подходы к определению непостоянной занятости. Автор следует за определением, принятым Международной организацией труда (МОТ) и Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), которое позволяет делать международные сопоставления с ситуацией в других странах. Далее автор анализирует особенности правового регулирования непостоянной занятости в разных странах, подробно останавливаясь на ситуации в России. Завершающим блоком работы является оценка динамики и структуры непостоянной занятости в России, составляющей на 2008 г. примерно 8 млн чел.

Ключевые слова: непостоянная занятость; временная занятость; случайная занятость; правовое регулирование непостоянной занятости; структура и динамика непостоянной занятости.

Введение: актуальность работы и её цель

В течение XX в. на рынке труда сформировалось устойчивое представление о стандарте занятости, как о занятости по найму на постоянной основе и на полный рабочий день. Стабильная занятость у одного работодателя, гарантировавшая постоянный доход, считалась нормой.

Однако в последние десятилетия в большей части стран мира занятость становится всё менее стабильной. Возросли темпы вертикальной и горизонтальной мобильности работников внутри фирм и на внешних рынках труда. Частая смена работы превращается в норму, а длительная и гарантированная занятость у одного работодателя встречается всё реже. Вновь создаваемые рабочие места часто оказываются временными, незащищёнными от различных рисков и «плохими» по многим параметрам.

¹ Работа выполнена на основе диссертационного исследования на степень кандидата социологических наук (ГУ ВШЭ, 2008): Карабчук Т. С. *Непостоянная занятость в России: экономико-социологический анализ* (руководитель Р. И. Капелюшников). Автор благодарен Р. И. Капелюшникову и В. Е. Гимпельсону за полезные советы и конструктивную критику на всех этапах работы. — *Здесь и далее примеч. авт.*

Наиболее зримым и значимым проявлением нестабильных трудовых отношений является непостоянная занятость. Социально-экономическая природа этого феномена состоит в том, что отношения, связывающие стороны на рынке труда, исходно формируются как ограниченные по времени (краткосрочные). Если в случае постоянной занятости трудовые отношения прерываются при наступлении каких-либо непредвиденных событий в неопределённом будущем (ухудшение экономического положения фирмы, изменение семейного статуса работника и т. п.), то в случае непостоянной занятости никаких внешних событий для этого не требуется. Непостоянная занятость предполагает, что сроки расторжения трудового контракта, формального или неформального, оговариваются заранее и закладываются в исходные условия договора.

Ограниченность трудового контракта во времени неизбежно модифицирует поведение как работодателей, так и работников, поскольку система стимулов, которая его определяет, меняется. С одной стороны, работодатели склонны относиться к временным работникам иначе, чем к тем, кто принят без каких-либо ограничений по срокам. С другой стороны, сами непостоянно занятые работники также начинают вести себя иначе, чем те, кто занят на постоянной основе. В результате даже регулярно возобновляемый срочный наём с одним и тем же работодателем не может считаться полным эквивалентом бессрочного найма. Наконец, законодательное регулирование по отношению к постоянной и к непостоянной занятости обычно заметно различается. Однако политики, социологи и экономисты часто не делают различий между типами занятых, когда предлагают и обсуждают те или иные меры государственной политики.

От характера трудовой деятельности во многом зависят социальный и экономический статусы человека. Происходящие изменения в сфере занятости являются важным фактором, формирующим картину современной социальной мобильности и социальной стратификации. Определение рабочего места как постоянного (то есть защищённого законом или коллективным договором) или временного (то есть с фиксированным сроком жизни и потому социально незащищённого) становится такой же важной характеристикой социального статуса, как профессия или заработная плата.

Социальные и экономические последствия нестабильной занятости разнообразны и широко обсуждаются в научной литературе. К недостаткам непостоянных рабочих мест чаще всего относят неустойчивость доходов и негарантированность занятости в будущем. Во многих странах непостоянные работники лишены социальных льгот, которыми пользуются постоянные работники (оплачиваемый ежегодный отпуск, оплачиваемый больничный лист и т. п.). Как правило, оплата труда таких работников также оказывается ниже, так что следствием разрастания сегмента временных рабочих мест может стать усиление экономического неравенства в обществе. Многочисленные международные исследования свидетельствуют, что большинство временных работников сами считают свою занятость менее привлекательной, чем занятость на постоянном контракте [Employment Outlook 2002].

На российском рынке труда в настоящее время насчитываются около 8 млн непостоянных работников, что составляет почти 12% всех занятых. И хотя перечисленные выше проблемы характерны для России в меньшей степени, чем для других стран, отечественные исследования, посвящённые феномену непостоянной занятости, крайне немногочисленны. Это подтверждает несомненную актуальность выбранной темы исследования.

Цель данной работы состоит в том, чтобы дать подробное описание к подходам интерпретации понятия «непостоянная занятость», а также сделать профессиональный обзор имеющихся работ, посвящённых отличительным социально-экономическим характеристикам непостоянной занятости.

Понятие «непостоянная занятость»

Непостоянная занятость, как видно из самого обозначения этого явления, представляет собой особую форму занятости, необходимость выделения которой признается трудовым законодательством и статистическими службами практически всех стран мира. В большинстве случаев её измерение осуществляется в рамках регулярных обследований рабочей силы (*labor force surveys*). Российская практика не представляет собой в этом отношении исключения.

В соответствии с методологическими принципами, выработанными МОТ, к занятым принято относить индивидов, которые на обследуемой неделе выполняли работу хотя бы в течение одного часа. С точки зрения стабильности рабочих мест занятость может быть разделена на два основных типа — постоянную и непостоянную. В первом случае трудовой контракт между работником и работодателем (явный или неявный) заключается на неопределённый срок. Это, естественно, не даёт гарантий пожизненного найма на данном рабочем месте, однако значительно повышает издержки работодателя, если впоследствии он решит уволить работника. В результате трудовые отношения приобретают относительно стабильный характер. Во втором случае контракт заключается на определённый (фиксированный) срок, так что работодатель и работник либо заранее знают дату прекращения его действия, либо осведомлены о том, при наступлении каких конкретных событий он будет расторгнут (например, окончание сезонного лова рыбы). Это сокращает издержки работодателя, связанные с расторжением трудовых отношений, и придаёт им значительно менее стабильный характер.

Естественно, что многообразие форм занятости не сводится к делению только на постоянную и непостоянную. Существует множество критериев, которые могут использоваться при выделении различных её типов: по найму и (или) не по найму; полная и (или) неполная; формальная и (или) неформальная; оплачиваемая и (или) неоплачиваемая; первичная (основная) и (или) вторичная (дополнительная); на предприятиях (в корпоративном секторе) и (или) не на предприятиях (вне корпоративного сектора); с длительным и (или) с коротким стажем работы на одном и том же рабочем месте; социально защищённая и (или) социально незащищённая и др. Все эти типы могут пересекаться, накладываясь друг на друга, поскольку форма занятости любого работника может быть определена одновременно по нескольким различным основаниям.

Предмет данной работы составляет непостоянная занятость, выделенная именно по критерию ограниченности во времени. С этой точки зрения не важно, заняты работники по найму или являются самозанятыми, трудятся на предприятиях или не на предприятиях, заняты полный или неполный рабочий день, имеют формальные или неформальные трудовые договоры с работодателями — все они в зависимости от типа контракта могут быть подразделены либо на постоянно занятых, либо на непостоянно занятых.

Здесь, однако, необходимо пояснение, относящееся к разделению занятости на первичную и вторичную. Очевидно, что трудиться по временному контракту можно не только на основной, но также и на дополнительной работе. Более того, как показывает опыт, для вторичной занятости такие контракты даже типичнее, чем для первичной. Однако нестабильность дополнительных рабочих мест, во-первых, не так сильно сказывается на благосостоянии работников, во-вторых, определяется во многом иными факторами и, в-третьих, обычно рассматривается как составная часть проблемы вторичной занятости. Поэтому предмет настоящего исследования будут составлять непостоянные трудовые отношения, касающиеся основной (первичной) занятости работников. Для краткости при описании таких отношений мы будем пользоваться обозначениями «непостоянная занятость» и «непостоянно занятые», рассматривая их как равнозначные и взаимозаменяемые.

В статистической, социологической и экономической литературе существует множество терминов, используемых для обозначения непостоянной занятости: непостоянная занятость (*non-permanent*); занятость с фиксированным сроком окончания (*fixed-term*); занятость, ограниченная по времени определёнными условиями (*contingent*); случайная (*casual*) занятость; временная (*temporary*) занятость; неустойчивая (*precarious*) занятость и др. Однако в качестве наиболее общего обозначения, охватывающего всё многообразие трудовых отношений подобного рода, обычно используется термин «непостоянная занятость».

Понятие «**непостоянная занятость**», как утверждает Хиппл, было введено в научный оборот в 1985 г. А. Фридманом, который понимал под ней нестабильные трудовые отношения, возникающие при временном увеличении спроса на труд, что, в свою очередь, обусловлено временным ростом спроса на продукцию фирм [Hipple 2001: 4]. Позднее Бюро статистики труда Министерства труда США (U.S. Department of Labor Bureau of Labor Statistics) предложило следующее определение: непостоянная занятость — это «любая работа, при устройстве на которую индивид не заключает ни формального, ни неформального контракта на длительный период времени» [Hipple 2001: 5].

Проблема непостоянной занятости часто обсуждается в контексте существования «хороших» и «плохих» рабочих мест и неравного доступа к рабочим местам разного типа. При таком подходе непостоянная занятость рассматривается как одна из форм «плохих», ненадёжных, негарантированных рабочих мест (*precarious job*) во вторичном сегменте рынка труда [Kalleberg, Sorensen 1979; Tucker 2002; Auer 2005; Köhler, Junge, Schröder, Struck 2006].

МОТ характеризует ненадёжную и (или) нестабильную работу следующим образом [ILO 1993]:

- это та работа, контракт на которую позволяет определять её как случайную (в свою очередь, случайная занятость (*casual employment*) понимается как работа по устному или письменному договору, не предполагающему длительных отношений в будущем, а рассчитанному на короткий период);
- это сезонная работа или работа на ограниченный срок;
- это работа, при которой контракт позволяет уволить работника по инициативе работодателя без предварительного предупреждения.

ОЭСР использует термин «временная занятость» как общее обозначение для всех типов занятости по найму на ограниченный срок, которые включают в себя занятость по срочному контракту, работу по договору с лизинговыми компаниями по предоставлению временного персонала, контракт на выполнение определённого объёма работ, сезонные работы, работу на замену и работу на испытательном сроке [Employment Outlook 2002: 130–135].

Авторы книги «*Нестандартная занятость в российской экономике*» дают следующее определение временной занятости: «Любая занятость в рамках трудовых отношений, продолжительность которых заранее определена в трудовом договоре (письменном или устном) и конечна во времени, является временной» [Гимпельсон, Капелюшников 2006: 123].

Исходя из методологических представлений, выработанных наиболее авторитетными международными организациями, непостоянную занятость можно определить как **занятость, которая ограничена во времени формальным или неформальным контрактом**. Этому определению мы и будем придерживаться в дальнейшем анализе.

Границу между постоянной и непостоянной занятостью нельзя считать жёстко фиксированной. При определённых условиях непостоянная занятость может превращаться в фактически постоянную, если временный контракт регулярно продлевается. Сходным образом бессрочный наём может восприниматься работниками как фактически непостоянный, если, к примеру, у работодателя имеется заявление об увольнении, заранее написанное работником при приёме на работу (практика, широко распространённая на российском рынке труда). Существование подобных промежуточных случаев во многом размывает границу между постоянной и непостоянной занятостью, однако не отменяет её. Как свидетельствует мировая статистическая практика, удобным операциональным признаком, лучше всего подходящим для их разграничения, является наличие и (или) отсутствие формального или неформального контракта на определённый срок.

Существует альтернативный подход, в рамках которого проблема нестабильной занятости изучается с точки зрения продолжительности работы на одном рабочем месте (специального трудового стажа): чем больше эта продолжительность, тем более стабильным может считаться рабочее место. Изучение нестабильных трудовых отношений с точек зрения типов трудовых контрактов и продолжительности специфического трудового стажа образуют два самостоятельных, хотя частично и пересекающихся потока научной литературы. В значительной мере они являются взаимодополняющими, так как у каждого есть свои преимущества и ограничения. Однако альтернативный подход, фокусирующийся на показателе специфического трудового стажа, выводит на несколько иной круг проблем, рассмотрение которых выходит за рамки настоящей работы. Соответственно в данном исследовании в качестве базового критерия, разграничивающего стабильные и нестабильные отношения занятости, будет выступать оговоренный в письменной или устной форме срок, на который работники заключают трудовые контракты.

Существует целый набор различных типов непостоянной занятости (часть из них уже упоминалась выше при обсуждении альтернативных определений непостоянной занятости), которые можно наблюдать на рынках труда тех или иных стран. Чаще всего сюда относят следующие разновидности трудовых отношений [Employment Outlook 2002: 170]:

- работа по срочным контрактам, в которых оговорена продолжительность срока найма;
- работа в агентствах по лизингу персонала, которые предоставляют работников на определённый срок по требованию организаций;
- контракты на выполнение определенного объёма работ (договоры подряда), когда работник остаётся занятым до тех пор, пока не выполнит надлежащую работу;
- контракты на замену, когда работодатель нанимает работника на время, для замены сотрудника, который отсутствует из-за болезни или по семейным обстоятельствам;
- сезонная работа, потребность в которой возникает только в определённые периоды календарного года;
- работа по вызову, когда работодатель может вызывать работника на работу в случае возникновения необходимости в его услугах;
- разовая работа, под которой чаще всего понимается наём продолжительностью в один день;
- работа с испытательным сроком, когда кандидат, проходящий испытание, не имеет гарантий на получение постоянной занятости в данной организации;

- участие в общественных работах, организуемых государственными службами занятости для наиболее ущемлённых групп населения (длительно безработных, выпускников учебных заведений, инвалидов и др.).

Этот перечень ясно показывает, что непостоянная занятость представляет собой внутренне неоднородное явление, поскольку непостоянство трудовых отношений может варьировать в очень широком диапазоне. Одни разновидности срочного найма почти неотличимы от бессрочного (скажем, трудовые контракты сроком на пять и более лет), другие являются его полной противоположностью (скажем, подённая работа). С этой градацией, естественно, необходимо считаться. Однако наличие такого важного общего признака, как ограниченность по времени, позволяет объединять все эти разнообразные случаи в единую категорию и рассматривать их как проявления одного общего типа трудовых отношений.

Применительно к российскому рынку труда можно выделить четыре основных подтипа непостоянной занятости: (1) занятость по срочным контрактам; (2) занятость на выполнение определённого объёма работ; (3) занятость на основе устной договорённости; (4) случайная занятость.

Занятость по срочным контрактам подразумевает трудовые отношения, рассчитанные на заранее определённый период времени (в том числе достаточно длительный, 2–5 лет), причём по его истечении они могут возобновляться и продлеваться. Непостоянная занятость может не подпадать под действие трудового законодательства и регулироваться нормами гражданского права. Такова *занятость на выполнение определённого объёма работ*. Примером могут служить договоры подряда, часто используемые российскими работодателями для привлечения дополнительных трудовых ресурсов. *Занятость на основе устной договорённости* представляет собой крайне неустойчивую форму занятости, поскольку в этом случае работник оказывается лишён каких-либо формальных гарантий на длительное сотрудничество. Наиболее нестабильной формой непостоянной занятости является так называемая *случайная занятость*, под которой понимается выполнение отдельных работ от случая к случаю. Отличительными чертами случайных трудовых отношений можно считать их предельно краткосрочный характер при отсутствии, как правило, какого-либо официального оформления трудовых отношений. Набор видов деятельности, осуществляемых таким образом, весьма широк: случайный извоз на автомобиле, разовые ремонтные услуги, нерегулярные услуги по уборке квартир, услуги нянь и сиделок, переводы с иностранных языков и многое другое.

В настоящем исследовании будет использоваться более простая типология, выделяющая две основных формы непостоянной занятости: (1) временный наём, включающий срочный наём, наём на выполнение определённого объёма работ и наём по устной договорённости; (2) случайная занятость, понимаемая как выполнение разовых работ в течение короткого промежутка времени (в том числе на условиях самозанятости).

При анализе непостоянной занятости возникает целый ряд методологических затруднений. Во-первых, границу между постоянной и непостоянной занятостью, как уже отмечалось, нельзя считать жёстко фиксированной. Срочный договор может заключаться на довольно длительный (свыше года) срок и затем периодически продлеваться. Соответственно сами работники могут рассматривать такую работу как постоянную, хотя с формальной точки зрения она таковой не является. Во-вторых, измерение непостоянной занятости осложняется тем, что значительная часть временных и случайных работ сосредоточена в малом бизнесе, на индивидуальных предприятиях, в неформальном секторе, в фермерских хозяйствах. Отношения найма здесь зачастую юридически не оформляются, могут прекратиться в любой момент, а их продолжительность заранее не известна ни одной из сторон [Вишневская, Гимпельсон, Горбачева, Капелюшников 2002: 195]. Это сильно затрудняет текущий статистический учет.

Поэтому лучший способ сбора данных о такой занятости — это обследования домохозяйств с включением в них подробной ретроспективной трудовой биографии респондентов.

В России не проводятся регулярные обследования, которые содержали бы такую ретроспективную информацию. Однако существует несколько репрезентативных обследований, которые, несмотря на определённые недостатки и ограничения, содержат достаточно полные данные о трудовой деятельности населения. Таковы Обследование населения по проблемам занятости (ОНПЗ), Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ) и Выборочное обследование благосостояния домохозяйств и участия в социальных программах (НОБУС). Все они будут привлекаться нами при решении тех или иных исследовательских задач.

ОНПЗ проводится Росстатом РФ ежегодно, начиная с 1992 г., и ежеквартально, начиная с 1999 г. Обследование основано на методологии, унифицированной в соответствии с требованиями МОТ, и осуществляется во всех регионах РФ, на основе выборочного опроса. Единицами наблюдения являются домашние хозяйства и их члены, лица в возрасте 15–72 лет. Количество респондентов составляло 540 тыс. человек в год за период 1992–1996 годов и 270–300 тыс. в год за период 1997–2006 годов.

Серьёзным недостатком данных ОНПЗ является то, что они не носят панельного характера. Ещё один недостаток состоит в том, что эти данные не содержат информации о заработной плате и доходах респондентов. В то же время одно из преимуществ ОНПЗ для целей настоящего исследования заключается в том, что в этих обследованиях имеется специальный вопрос о типе найма. Хотя набор возможных ответов на него неоднократно менялся, перечень основных форм непостоянной занятости оставался примерно одним и тем же (см. табл. 1). В нашем анализе все подкатегории занятости на непостоянной основе, выделяемые в рамках ОНПЗ, будут объединяться в одну — непостоянная занятость.

Таблица 1

Вариации ответов на вопрос о типе найма в анкетах ОНПЗ, 1992–2006 годы

Вид договора, работающих по найму на основной работе	Годы, в которые задавался вопрос
1. По трудовому договору (контракту) на неопределённый срок, то есть на постоянной основе	1992–2006
2. Работа сезонная, временная, случайная	1993–1998
3. Работа по контракту на определённый период времени	1997–1998
4. По договору (контракту) на время выполнения определённой работы (услуг), по договору подряда	1992–2006
5. По срочному трудовому договору (контракту), то есть на определённый срок	1992, 1999–2006
6. На основе устной договоренности	1999–2006

Источник. Анкета ОНПЗ [Система показателей 2006].

РМЭЗ представляет собой серию общенациональных репрезентативных опросов, осуществлённых в 1992–2006 годы в два этапа, по двум различным репрезентативным общероссийским выборкам. Сбор данных на первом этапе (1–4 волны) проводился Госкомстатом при содействии Российского центра профилактической медицины, Института социологии РАН и исследовательским центром Paragon Research International. Полевые исследования второго этапа (5–15 волны) осуществлялись Институтом социологии РАН совместно с Paragon Research International.

Анкета РМЭЗ заполняется всеми членами семьи (взрослыми и детьми). Общее количество опрошенных варьирует примерно от 8300 до 12 тыс. человек. В ходе опроса собирается информация по следую-

щим разделам: миграция, работа, медицинское обслуживание, оценка здоровья и т. д. Главное преимущество РМЭЗ состоит в том, что регулярно опрашиваются одни и те же индивиды, а это позволяет проследить мобильность людей по статусам на рынке труда. Однако в анкете отсутствуют специальные вопросы о форме трудового контракта, так что данные РМЭЗ не позволяют выделить временную занятость, определяемую с точки зрения продолжительности действия трудового договора. В анкете РМЭЗ имеется лишь вопрос о наличии у респондентов приработков и оказании временных услуг, что можно использовать в качестве основы при определении случайно занятых работников. В результате данные РМЭЗ позволяют идентифицировать лишь случайную занятость. Интересующая нас категория выделяется, исходя из положительных ответов на следующий вопрос:

В течение последних 30 дней Вы занимались (ещё) какой-нибудь работой? Может быть, Вы сшили кому-то платье, подвезли кого-нибудь на машине, занимались репетиторством, помогли кому-то с ремонтом или делали что-то другое?

Как уже упоминалось, случайная работа может быть как первичной (основной), так и вторичной, дополнительной по отношению к постоянной занятости. В соответствии с избранным подходом мы будем рассматривать информацию, касающуюся тех работников, для которых такая форма занятости является основной (то есть данные о работниках с вторичной случайной занятостью учитываться не будут). Для обозначения занятости, альтернативной случайной, выбран термин «неслучайная занятость».

НОБУС — разовое обследование домохозяйств, проведенное Росстатом совместно с Всемирным банком весной 2003 г. Выборка репрезентативна по России и охватывает примерно 120 тыс. человек. Большим преимуществом этого обследования является то, что оно позволяет анализировать заработки непостоянно занятых. Недостаток же состоит в том, что оно было однократным. Вопрос о типе контракта в анкете НОБУСа полностью совпадает с аналогичным вопросом в анкетах ОНПЗ, похожи и варианты ответов:

По какому типу найма Вы работаете?

1. По трудовому договору на неопределённый срок.
2. По срочному трудовому договору, то есть на определённый срок.
3. По договору на время выполнения определённой работы (услуг).
4. На основе устной договорённости.

Соответственно группу временно занятых можно идентифицировать как суммарную категорию, состоящую из работающих по срочному трудовому контракту, по договору на выполнение определённой работы и на основе устной договорённости.

Как видно из таблицы 2, идеальных данных для измерения непостоянной занятости на российском рынке труда не существует.

Таблица 2

**Сравнительные характеристики доступных баз данных
(с точки зрения возможностей изучения проблемы непостоянной занятости)**

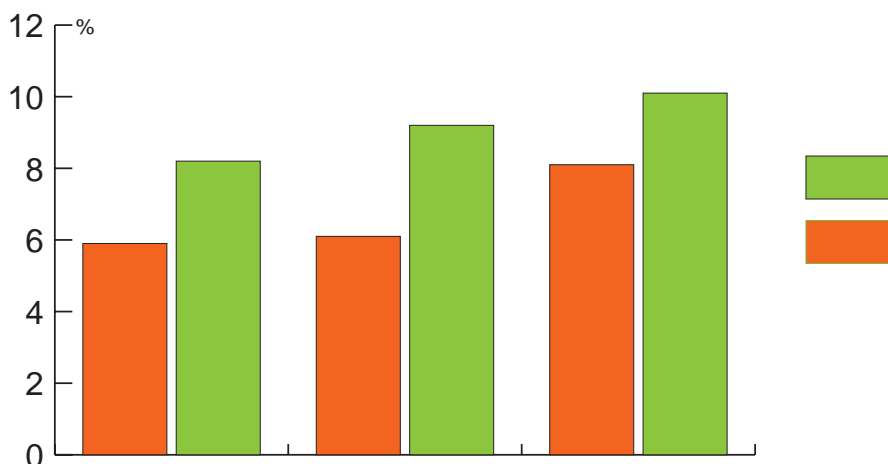
Характеристики данных	ОНПЗ	РМЭЗ	НОБУС
Репрезентативность для России	+	+	+
Наличие вопросов, позволяющих выделить занятость по срочным контрактам	+	—	+
Наличие вопросов, позволяющих выделить случайную занятость	—/+	+	—

Продолжение таблицы 2

Характеристики данных	ОНПЗ	РМЭЗ	НОБУС
Панельное исследование	–	+	–
Наличие ретроспективной информации о трудовом опыте	–	+/-	–
Наличие дополнительной информации об индивиде (семейные характеристики, состояние здоровья и т. д.)	–	+	+
Вопросы о заработной плате	–	+	+

Стоит также отметить серьёзные методологические различия между ОНПЗ, НОБУС и РМЭЗ. Если в ОНПЗ и НОБУС период занятости, о котором опрашивается респондент, составляет неделю, то в РМЭЗ — месяц. Понятно, что количество работников, занимавшихся разовыми подработками в течение месяца, может значительно превосходить количество работников, занимавшихся разовыми подработками в течение недели. Кроме того, оценки временной занятости по данным ОНПЗ и НОБУС охватывают работающих по найму, тогда как оценки случайной занятости по данным РМЭЗ включают также самозанятых, имевших разовые подработки.

Несмотря на это, все три источника выводят на достаточно близкие оценки непостоянной занятости (см. рис. 1). В 2003 г. уровень непостоянной занятости (рассчитанный по отношению к численности экономически активного населения) составлял 8–10%. Примечательно также, что, по данным всех трёх обследований, уровень непостоянной занятости существенно превышал уровень безработицы². Такое соотношение ясно показывает, что социологи, как и экономисты, не могут игнорировать столь важное явление, как непостоянная занятость, на рынке труда и что оно заслуживает более пристального внимания, чем уделялось ему до сих пор.



Примечание. Расчёты автора по данным РМЭЗ, НОБУС и ОНПЗ.

Рис. 1. Уровень непостоянной (случайной) занятости и уровень безработицы в России в 2003 г. (в % от численности экономически активного населения)

Особенности правового регулирования

Практически во всех странах мира по отношению к непостоянной занятости действует особый режим правового регулирования, отличный от режима правового регулирования постоянной занятости. Различия между ними сводятся к двум основным положениям:

² К безработным, в соответствии со стандартным определением МОТ, относились те, кто на момент опроса не имел оплачиваемой работы, искал её и был готов к ней приступить в течение двух недель.

1. В трудовом законодательстве большинства стран содержатся многочисленные ограничения на свободу использования работодателями трудовых контрактов на непостоянной основе. Ограничиваться могут основания, по которым допускается заключение срочных контрактов; сроки их действия; возможности по продлению и перезаключению таких контрактов; типы работников и работодателей, которым разрешается их использовать.

2. По отношению к непостоянным работникам закон чаще всего освобождает работодателей от части требований, которые они обязаны выполнять по отношению к постоянным работникам. Таким образом, срочный наём не только облегчает процедуру увольнения (поскольку не требует в этом случае заблаговременного уведомления, выплаты выходных пособий, сложных согласований с профсоюзами или специально уполномоченными государственными органами и т. д.), но и может лишать работников части социальных льгот (связанных с предоставлением ежегодных отпусков, оплатой больничных листов, пенсионными отчислениями, правом на получение пособий по безработице и т. д.), которые предусмотрены для тех, кто занят на условиях постоянного найма. Широко распространённая характеристика непостоянных рабочих мест как социально незащищённых во многом связана именно с этим.

Очевидно, что эти особенности правового регулирования временных трудовых контрактов тесно взаимосвязаны. С одной стороны, по сравнению с постоянным наймом закон делает непостоянный наём намного менее дорогостоящим и, следовательно, намного более привлекательным с точки зрения предпринимателей. С другой стороны, чтобы не допустить чрезмерного распространения непостоянной занятости, закон вводит жёсткие ограничения на возможности её использования.

Межстрановые вариации по обоим этим параметрам очень велики. Так, многие страны ограничивают основания, по которым допускается заключение срочных договоров. Исключением являются англосаксонские страны (США, Канада, Ирландия и Великобритания), где срочные трудовые соглашения могут заключаться во всех случаях, когда стороны — работодатель и работник — сочтут это необходимым. В большинстве других стран закон разрешает использование срочных контрактов только при условии обоснования их необходимости. Например, в Бельгии, Финляндии, Франции, Норвегии, Португалии, Испании, Швеции, принимать на работу по срочным договорам можно только в том случае, если этого требует характер выполняемых работ [Employment Outlook 2002: 176]. Практика предшествующих лет связывала законность заключения срочных контрактов преимущественно с сезонными работами или заменой временно отсутствующих сотрудников. Однако в последнее время область их применения расширилась. Например, в Финляндии, Норвегии, Франции они разрешены при открытии предприятий и при найме работников, ищущих первое рабочее место [Employment Outlook 2002: 71].

К ограничениям по основаниям добавляются ограничения по срокам действия срочных контрактов. Например, в Германии срок временного найма может составлять не более 24 месяцев, затем работодатель должен принимать данного работника в постоянный штат. Во Франции максимальный срок, на который можно принимать работников на временной основе, составляет 18 месяцев, в Японии — 12.

Законодательные ограничения распространяются также и на возможности по продлению и перезаключению временных контрактов с одним и тем же работником. Так, в Австралии, Австрии, Дании, Норвегии и Турции перезаключать контракт с одним и тем же работником можно только один раз, во Франции и Венгрии — два раза, а в Нидерландах, Испании, Германии, Португалии, Польше и Бельгии — три-четыре раза [Гимпельсон, Капелюшников 2006: 378].

В большинстве стран социальные льготы и гарантии предоставляются непостоянным работникам в сильно урезанном виде. В лучшем положении, как правило, находятся работники с длительными тру-

довыми контрактами (на три года и более), в более уязвимом — работники, нанимаемые на очень короткие сроки (до трёх месяцев). Но в любом случае степень социальной защищённости непостоянно занятых оказывается в среднем намного ниже, чем постоянно занятых работников.

Так, в Турции и США непостоянные работники лишены права на ежегодный оплачиваемый отпуск. Временные работники других стран — членов ОЭСР должны отработать определённое количество дней у одного работодателя (от 13 дней в Финляндии до одного года в Мексике [Employment outlook 2002: 146–148]), прежде чем получить законное право на отпуск. Во многих странах вместо отпуска временные работники могут получать денежное вознаграждение.

В Австралии, Чехии, Японии, Корее, Норвегии, Швейцарии и США непостоянные работники не имеют права на оплату больничных листов. Во многих европейских странах для того, чтобы воспользоваться этой социальной льготой, они должны отработать определённое количество времени: от трёх дней в Дании до шести месяцев в Португалии [Employment Outlook 2002: 146–148].

В случае прекращения или расторжения временного контракта непостоянно занятые Австралии и Мексики не могут воспользоваться правом на выплату компенсаций по безработице [Employment Outlook 2002: 146–148]. В большинстве других стран — членах ОЭСР возможности получения пособий по безработице привязаны к срокам занятости у одного и того же работодателя. Временные работники должны отработать от четырёх месяцев во Франции до года в большинстве других стран, чтобы приобрести право на получение пособий по безработице. Кроме того, в Австрии, Польше, Норвегии, США и Великобритании, например, существует привязка выплаты пособия по безработице к размеру заработка временного работника (например, он должен превышать размер месячной минимальной оплаты труда).

Женщины, занятые на временных контрактах, в Австралии, Чехии, Японии, Швейцарии, США не имеют законодательного права на получение оплачиваемого отпуска по беременности и родам. В других странах они должны отработать на одном и том же месте как минимум от трёх дней (как в Дании) до 30 недель (как в Мексике), чтобы получить такой отпуск [Employment Outlook 2002: 146–148].

Пенсионные отчисления с заработков временных работников предусматриваются законодательством всех стран ОЭСР. Однако право на участие в пенсионной системе зависит от количества дней, отработанных работником (в Финляндии, Корее, Мексике, Польше, Португалии), или размеров его заработка (в Финляндии, Швейцарии и Великобритании) [Employment Outlook 2002: 145].

Необходимо отметить, что воспользоваться перечисленными правами на социальные льготы для временных работников не всегда оказывается возможным. Так происходит в тех случаях, когда срочные контракты содержат пункты о том, что до истечения срока его действия работники не будут пользоваться правом на оплачиваемый больничный лист или отпуск по уходу за ребёнком.

Важно также заметить, что судить о том, получают ли временные работники в полном объёме предусмотренные законодательством социальные льготы, бывает очень трудно. Даже когда на бумаге непостоянно занятые наделены теми же правами на получение каких-либо льгот и гарантий, что и постоянно занятые, на деле это соблюдается далеко не всегда.

Как в межстрановой перспективе выглядит российское законодательство, регулирующее временные трудовые отношения? Советский Кодекс законов о труде (КЗоТ) представлял собой пример крайне жёсткого трудового законодательства, которое существенно ограничивало выбор форм занятости. Нормой считался бессрочный наём на полное рабочее время, любые отклонения от этого правила жёстко

ограничивались. Так, хотя КЗоТ допускал наём на определённый срок (продолжительностью не более пяти лет) или на время выполнения определённой работы, он разрешал это лишь в исключительных случаях, когда постоянные трудовые отношения не могли быть установлены. Помимо этого допускался также наём с испытательным сроком (ст. 21–23 КЗоТ).

Несмотря на то что в пореформенный период в КЗоТ были внесены многочисленные изменения, по отношению к возможностям временного найма российское трудовое законодательство продолжало исходить из жёсткого рестриктивного подхода. В 2002 г. был введён новый Трудовой кодекс (ТК), призванный ослабить зарегулированность российского рынка труда и сблизить фактические и формальные механизмы регулирования трудовых отношений. И хотя ТК сохранил закрытый перечень причин, по которым разрешено использование срочного найма, их номенклатура была значительно расширена (ст. 58–59 ТК).

Если раньше нанимать работников на временной основе работодатели были вправе только тогда, когда это предусматривалось характером или условиями работы, то теперь использование временной рабочей силы стало возможно по более широкому кругу оснований:

- на время исполнения обязанностей отсутствующего работника, за которым в соответствии с трудовым законодательством, коллективным договором, соглашениями, локальными нормативными актами или трудовым договором сохраняется место работы;
- на время выполнения временных (до двух месяцев) работ;
- для выполнения сезонных работ, когда в силу природных условий работа может производиться только в течение определённого периода (сезона);
- с лицами, направляемыми на работу за границу;
- для проведения работ, выходящих за рамки обычной деятельности работодателя, а также работ, связанных с заведомо временным (до одного года) расширением производства или объёма оказываемых услуг;
- с лицами, поступающими на работу в организации, созданные на заведомо определённый период времени или для выполнения заведомо определённой работы;
- с лицами, принимаемыми для выполнения заведомо определённой работы в случаях, когда её завершение не может быть конкретно датировано;
- для выполнения работ, непосредственно связанных со стажировкой и профессиональным обучением работника;
- в случаях избрания на определённый срок в состав выборного органа или на выборную должность на оплачиваемую работу;
- с лицами, направленными органами службы занятости населения на работы временного характера и общественные работы;
- в ряде других случаев, предусмотренных настоящим ТК или иными федеральными законами.

Кроме того, по отношению к определённым группам работников (пенсионеры, студенты и др.) и определённым группам работодателей (физические лица, малые предприятия и др.) ТК фактически снял все ограничения на использование срочных трудовых контрактов, а также существенно расширил возможности применения найма с испытательным сроком. К этому следует добавить, что случайная занятость в той мере, в какой она охватывает самозанятых, вообще не регулируется трудовым законодательством, подпадая под действие норм гражданского права.

В соответствии с российским ТК срочный трудовой договор может заключаться на срок не более пяти лет, но в случае, если он не был расторгнут в оговоренный срок, трудовые отношения становятся постоянными (ст. 58). Вместе с тем ТК не ограничивает возможное количество перезаключений срочных трудовых контрактов с одним и тем же работником. Впрочем, несмотря на это, российская правоприменительная практика чаще всего идёт по пути ужесточения формально установленных правовых норм. Так, в 2006 г. Пленум Верховного Суда РФ принял постановление, которое фактически предоставило судам право по собственному усмотрению переводить срочный трудовой договор, перезаключавшийся несколько раз, в статус бессрочного.

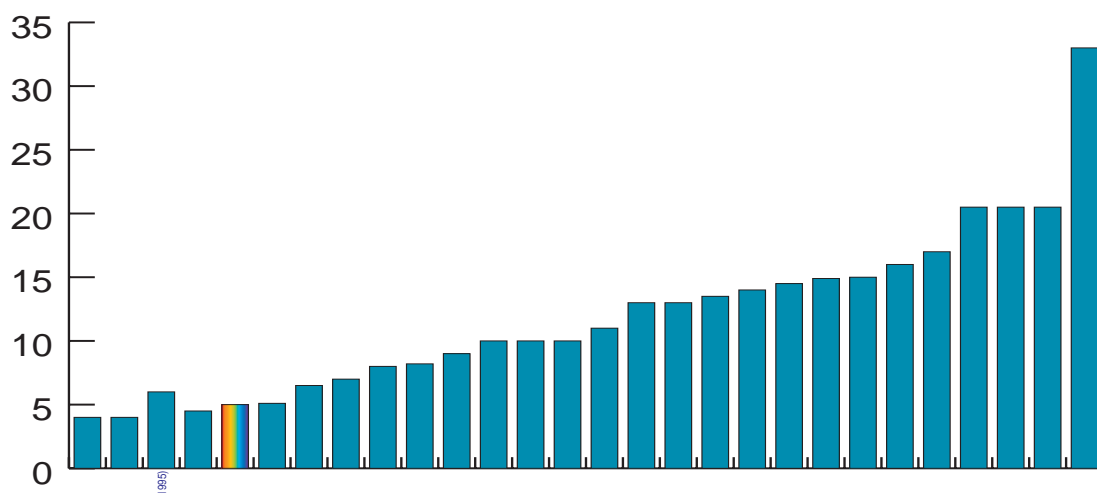
Что касается предоставления социальных льгот, то в этом отношении российское трудовое законодательство не проводит никакого различия между работниками, занятыми на постоянной и непостоянной основе. Оплачиваемый ежегодный отпуск предоставляется всем работникам, которые проработали у одного и того же работодателя не меньше шести месяцев (ст. 122). Более того, сезонные работники и работники, занятые не более двух месяцев, также имеют право на отпуск, из расчета два рабочих дня на каждый месяц работы (ст. 291 и 295).

Оплата больничных листов, отпусков по беременности и родам, отпусков по уходу за ребёнком регулируется общефедеральными законами, вне зависимости от типа занятости. Точно так же регулируются и пенсионные отчисления. Даже работодатели, которые являются физическими лицами, обязаны «уплачивать страховые взносы и другие обязательные платежи в порядке и размерах, которые определяются федеральными законами» (ст. 303). Признание безработными и оплата пособий по безработице также регулируются федеральными законами и осуществляются Государственной службой занятости независимо от типа контракта, по которому безработный был занят на последнем месте работы.

В итоге в межстрановой перспективе российское трудовое законодательство предстаёт как достаточно гибкое в том, что касается возможностей использования срочного найма, но как сверхжесткое в том, что касается предоставления временным работникам социальных льгот и гарантий. Вместе с тем не стоит забывать, что занятость на основе устной договорённости и неформальная самозанятость фактически лежат вне сферы какого-либо правового регулирования. В подобных ситуациях временно или случайно занятые работники оказываются лишены доступа к любым социальным гарантиям и льготам, даже если их предоставление предусмотрено законом.

Масштабы и динамика непостоянной занятости в мире

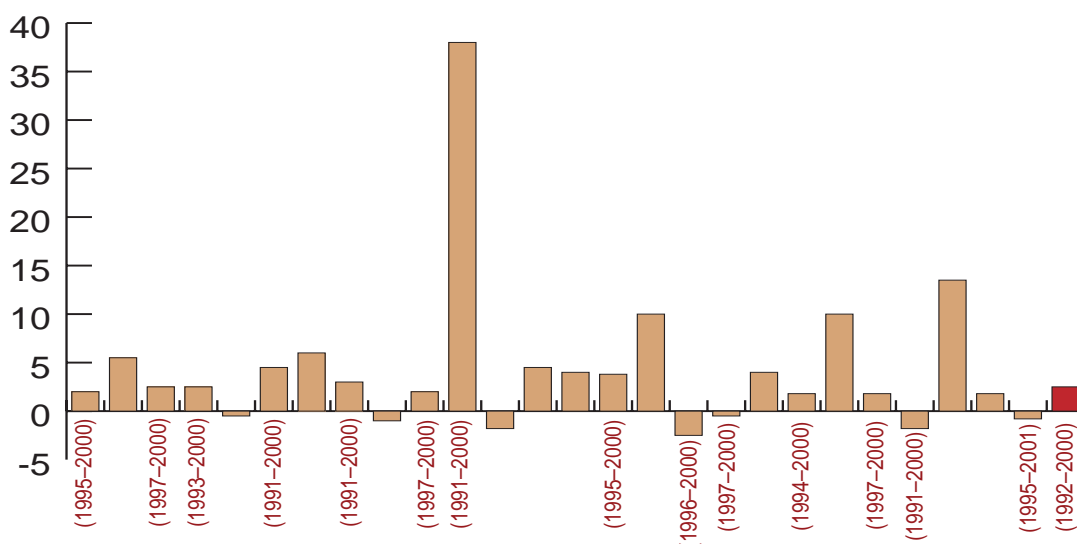
Непостоянно занятые составляют значительный и один из наиболее динамичных сегментов рабочей силы на рынках труда многих стран мира. Для стран — членов ОЭСР средний уровень непостоянной занятости в настоящее время достигает 13% [Employment Outlook 2002: 133]. Однако вариации в величине этого показателя весьма значительны (см. рис. 2). Так, если в Испании в 2000 г. на непостоянной основе трудился каждый третий работник, то в Словакии — лишь каждый двадцатый. В США по состоянию на определённый момент времени к категории непостоянно занятых относится ещё меньше работников — всего лишь 4%, хотя тех, кто имеет опыт работы на временной основе в течение года, насчитывается в несколько раз больше [Houseman 2001: 149].



Источник: см.: [Employment Outlook 2002: 133]; для России использованы расчеты автора по данным ОНПЗ.

Рис. 2. Уровни непостоянной занятости в России и странах ОЭСР, 2000 г. (% от общей численности занятых)

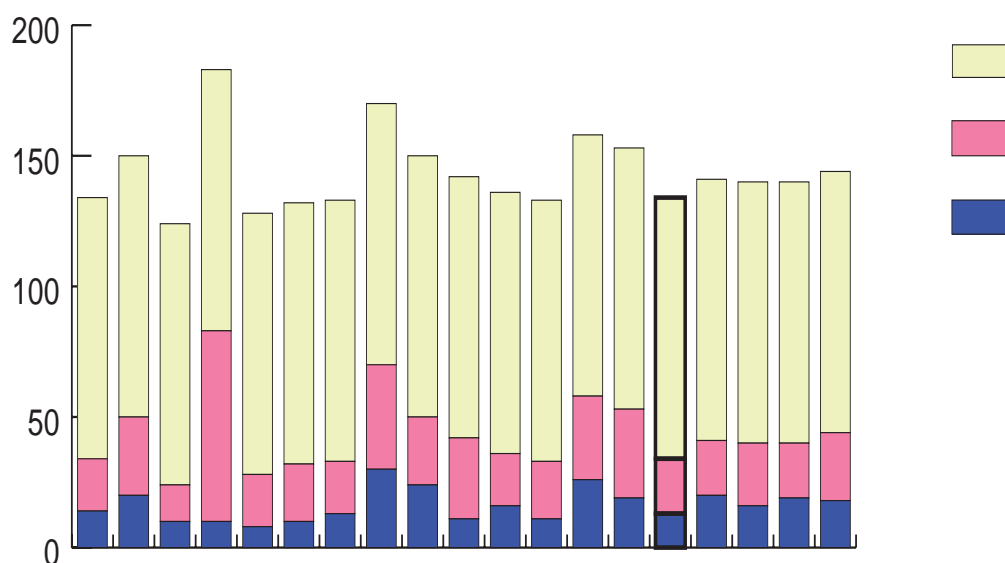
Динамика непостоянной занятости также зачастую оказывается разнонаправленной. В одних странах её доля в общей численности занятых устойчиво растёт, в других снижается, в третьих удерживается практически на неизменном уровне. Таким образом, говорить о какой-либо общей закономерности, характерной для всех без исключения стран, едва ли можно. Тем не менее в большинстве стран наблюдается явная тенденция к её постепенному расширению. Так, в 1990-е годы в 19 из 26 стран ОЭСР, представленных на рис. 3, сегмент непостоянных рабочих мест увеличился, причём во многих случаях значительно, на 5% и более.



Источник: см.: [Employment Outlook 2002: 137]; для России использованы расчеты автора на данных ОНПЗ.

Рис. 3. Прирост доли непостоянно работников в общей численности занятых в России и странах ОЭСР, 1990–2000 годы (%)

Данные из альтернативного источника (Европейского социального обследования за 2006 г.) подтверждают, что в странах Европы значительная часть общей занятости носит в настоящее время нестабильный характер (см. рис. 4). Правда, практически везде подавляющее большинство работников трудятся на постоянной основе, за исключением Кипра, где почти две трети всех занятых вообще не имеют никакого контракта. Если исходить из более узкого определения непостоянной занятости как работы только по срочным контрактам (явным или неявным), то тогда лидерами с показателями 25–30% от общей численности занятых оказываются Испания, Польша и Финляндия. Если же исходить из более широкого определения и относить к непостоянно занятым также работников, не имеющих никакого формального контракта, то помимо упомянутых стран в число лидеров войдут Кипр, Великобритания и Португалия. Однако в любом случае независимо от используемого подхода масштабы непостоянной занятости оказываются весьма внушительными.



Источник: European Social Survey (<http://ess.nsd.uib.no/index.jsp?module=questionnaires&country=DE>).

Рис. 4. Структура занятости по типам контракта в России и странах Европы, 2006 г. (в % от общей численности занятых в возрасте 15–72 года)³

Серьезные межстрановые различия прослеживаются также в распределении временных работников по формам непостоянной занятости. В одних странах относительно больше распространены срочные контракты, в других — сезонные работы и т. д. (см. табл. 3). Почти везде ведущее место среди различных форм непостоянной занятости занимает работа по срочным контрактам (самый высокий показатель демонстрирует Южная Корея, где на работающих по срочным контрактам приходится почти две трети всех непостоянно занятых). Однако есть страны, где ведущей формой непостоянной занятости оказывается сезонная работа (так, в Мексике на долю сезонных работников приходится 54% всех непо-

³ Данные Европейского социального обследования позволяют оценить структуру занятости в различных странах, исходя из ответов на вопрос о типе трудовых контрактов. Структура занятости делится на: занятость на постоянной основе, занятость по временным контрактам и занятость без какого-либо официального оформления. Последний тип может пониматься как неформальная занятость и соответственно рассматриваться как одна из подкатегорий непостоянной занятости.

стоянно занятых). В некоторых странах (например, в Нидерландах) значительную роль играет лизинг персонала, предоставляемого специальными кадровыми агентствами [Employment Outlook 2002: 134]. Таким образом, в странах с примерно одинаковыми масштабами непостоянной занятости её структура может сильно различаться.

Таблица 3

**Структура непостоянной занятости по типам контрактов
(в % от численности непостоянно занятых работников)**

Страна	Год	Занятость через агентства по предоставлению временного персонала	Занятость по срочным контрактам	Работники по вызову	Сезонная занятость	Другие формы непостоянной занятости
Австралия	1997	21,7	75,9	...	2,4	...
Канада	1995	2,1	50,4	33,0	14,5	...
Франция	1995	12,2	45,0	...	3,1	39,7
	2001	25,7	57,9	...	3,4	40,9
Корея	2001	...	63,9	13,4	...	17,0
Мексика	1995	...	17,1	...	47,8	35,1
	2000	...	9,3	...	54,0	36,6
Нидерланды	1995	25,1	27,7	29,6	...	12,2
	1999	31,4	23,8	28,7	...	12,1
Великобритания	1995	10,4	54,0	...	4,4	...
	2000	15,8	48,3	...	4,1	31,8
США	1995	14,1	...	14,2	...	71,8
	2001	13,2	...	14,8	...	72,0
Россия	1995	...	88,8	11,2
	2001	...	63,2	37,8

Источник. См.: [Employment Outlook 2002: 134]; для России использованы расчеты автора на данных ОНПЗ.

В России численность непостоянных работников достигает в настоящее время более 8 млн человек. Их доля в общей численности занятых примерно соответствует среднему показателю по странам ОЭСР (13%). Как и в странах ОЭСР, в России охват работников непостоянной занятостью быстро увеличивался: с 2,5% в 1992 г. до 11,5% в 2007 г. (таким образом, кумулятивный прирост составил около 10 процентных пунктов).

Как следует из таблицы 4, в кризисный период 1990-х годов рост непостоянной занятости наблюдался на фоне устойчивого сокращения постоянной занятости по найму, которая, согласно данным ОНПЗ, уменьшилась почти на 10 млн человек — с 63,5 млн в 1992 г. до 52,7 млн в 1998 г. За те же годы численность непостоянно занятых возросла на 1,2 млн человек — с 1,8 млн в 1992 г. до 3 млн в 1998 г. Это означает, что даже в условиях глубокой рецессии новые временные рабочие места все же создавались, тогда как постоянные ликвидировались.

Таблица 4

**Численность занятого населения в экономике России
в зависимости от типа трудового договора, 1992–2005 годы (чел.)***

	1992	1997	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Все занятые	71 068	60 021	58 437	64 255	64 400	66 070	66 432	67 274	68 168
Занятые не по найму	5682	2828	2663	6550	5259	5172	4911	5085	5297
Занятые по найму	65386	57194	55774	57705	59141	60899	61522	62189	62871
Постоянно занятые	63576	54343	52730	54617	54845	56509	54194	54749	55179
Непостоянно занятые, в том числе:	1810	2851	3044	3088	4296	4390	7332	7443	7694
– по договору подряда или другим договорам гражданско-правового характера	141	698	685	791	513	540	1	880	1010
– по письменному тру- довому договору на определённый срок	1669	1063	1198	1951	2508	2512	4263	4226	4162
– сезонная случайная работа		1090	1161					—	—
– по устной договорённости				345	1275	1339	2058	2338	2522

* Расчёты автора по данным ОНПЗ.

Чем же можно объяснить столь кардинальное расхождение в трендах? Здесь можно сослаться на действие нескольких главных факторов. Во-первых, в 1990-е годы спад производства и закрытие множества предприятий повлекли за собой ликвидацию огромного числа рабочих мест (только в промышленности были потеряны более 10 млн рабочих мест). Новые постоянные рабочие места на предприятиях практически не создавались. В условиях их недостатка для многих работников временные контракты и случайные подработки становились выходом из сложившейся ситуации. Во-вторых, в кризисный период заработная плата на большинстве предприятий непрерывно снижалась и выплачивалась с большими задержками, и это способствовало тому, что работники всё чаще делали выбор в пользу временной или случайной занятости. В-третьих, переход к рынку обусловил появление и закрепление новых норм поведения на рынке труда, что способствовало развитию временной и случайной занятости. Практика временных контрактов и разовых подработок существовала всегда, однако после начала реформ у работников появилось намного больше свободы в выборе форм занятости. И в-четвёртых, для многих работников с низкой потенциальной производительностью временная или случайная занятость оказывалась единственным доступным вариантом трудоустройства, поскольку работодатели не были готовы нанимать их на условиях постоянного найма.

После вступления российской экономики в фазу подъёма общая численность занятых начала постепенно восстанавливаться. Однако и в посткризисный период динамика непостоянной занятости была намного более благоприятной, нежели постоянной. Так, за 1999–2005 годы постоянная занятость выросла на 2,4 млн, тогда как дополнительный приток непостоянно занятых был вдвое больше — 4,7 млн чел. В относительном выражении прирост составил лишь 7% для первых и астрономические 107% для вторых.

Впрочем, рост непостоянной занятости не был равномерным. Два наиболее резких скачка наблюдались в 1997 и 2003 годах. Первый, по-видимому, был связан с чисто методологическими изменениями в статистических процедурах измерения непостоянной занятости (с 1997 г. Росстат начал использовать более широкий перечень видов непостоянной занятости). Однако второй, насколько можно судить, был

вполне реальным и стал отражением реакции работодателей на введение в 2002 г. нового Трудового кодекса, который значительно облегчил им возможности для использования срочного найма.

Динамика по различным категориям внутри непостоянной занятости также была неравномерной. Так, численность работников, занятых по контракту на определённый срок, выросла с 1,6 млн человек в 1992 г. до 4,1 млн в 2005 г., занятых по договору на выполнение определенного объема работ увеличилась с 0,1 млн в 1992 г. до 1 млн в 2005 г., занятых на основе устной договоренности — с 0,4 млн в 1999 г. (ранее данные по ним не собирались) до 2,5 млн в 2005 г. В результате в 2005 г. подавляющая часть российских непостоянных работников трудилась по срочным контрактам (54%). На долю занятых по контрактам на выполнение определённого объёма работ приходилось 13%, на долю работавших на основе устной договорённости — 33%.

Особый интерес представляет такая специфическая форма непостоянных трудовых отношений как случайная занятость (выше отмечалось, что выделить её позволяют данные РМЭЗ). Как видно из таблицы 5, в пореформенный период масштабы случайной занятости оставались в российской экономике достаточно стабильными. Так, в 1995 г. доля работников, занимавшихся разовыми подработками и оказанием временных услуг как на основной, так и на дополнительной работе, составляла 11,9% от общей численности занятых, в 2001 г. — 14,8%, в 2005 г. — 11,5%. Однако для многих из этих людей случайная работа являлась дополнительной (вторичной), тогда как их основная (первичная) работа была неслучайной. Поэтому, если ограничиться рассмотрением только тех работников, для которых случайная занятость была основной, окажется, что их доля в общей численности занятых пусть незначительно, но выросла — с 6,4% в 1995 г. до 7,8% в 2005 г.

Таблица 5

**Структура случайно занятых работников, 1995–2005 годы, по данным РМЭЗ
(чел., в % от общей численности занятых)***

	1995	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Всего занятых	4815	4581	4526	4760	5341	5582	5752	5818	5768
	Человек								
Всего случайно занятых	575	513	576	702	793	753	800	753	666
Имеют другую основную работу	268	250	238	257	298	246	281	232	218
Не имеют никакой работы, кроме случайной	307	263	338	445	495	507	519	521	448
Из них:									
– разовые приработки регулярны	81	52	79	131	145	145	129	133	145
– разовые приработки случайные (нерегулярные)	222	204	224	283	335	338	369	374	289
	От общей численности занятых (%)								
Всего случайно занятых	11,9	11,2	12,7	14,7	14,8	13,5	13,9	12,9	11,5
Имеют другую основную работу	5,6	5,5	5,3	5,4	5,6	4,4	4,9	4,0	3,8
Не имеют никакой работы, кроме случайной	6,4	5,7	7,5	9,3	9,3	9,1	9,0	9,0	7,8
Из них:									
– разовые приработки регулярны	1,7	1,1	1,7	2,8	2,7	2,6	2,2	2,3	2,5
– разовые приработки случайные (нерегулярные)	4,6	4,5	4,9	5,9	6,3	6,1	6,4	6,4	5,0

* Расчёты автора по данным РМЭЗ.

В составе случайных работников можно выделить тех, кто занимается подработками регулярно, и тех, кто имеет их от случая к случаю. На протяжении рассматриваемого периода на долю первых приходилась примерно одна треть, тогда как на долю вторых — примерно две трети всех случайно занятых. Другими словами, подавляющее большинство составляли работники, для которых случайная занятость носила разовый характер. Это служит наглядным подтверждением того, что случайную занятость отличают предельно краткосрочные, нестабильные трудовые отношения.

Непостоянные трудовые отношения могут носить как вынужденный, так и добровольный характер. Данные ОНПЗ за ранние годы (1992–1996) позволяют оценить долю непостоянно занятых по вынужденным и добровольным причинам (для более позднего периода такие данные недоступны). Как показывает таблица 6, на начальном этапе переходного периода примерно более половины всех непостоянно занятых работников трудились по временным соглашениям на добровольной основе. Это существенно больше, чем в других странах мира.

Таблица 6

**Непостоянно занятые по причинам срочного найма, 1992–1996 годы
(в % от общей численности занятых)**

	1992	1993	1994	1995	1996
Непостоянно занятые по вынужденным причинам	0,8	0,8	1,1	1,2	1,2
Непостоянно занятые по добровольным причинам	1,8	1,7	1,4	1,4	1,2
Все непостоянно занятые	2,5	2,5	2,5	2,6	2,4

Источник. См.: [Гимпельсон, Капелюшников 2006: 315].

Насколько устойчивы непостоянные рабочие места во времени? Другими словами, как нестабильная занятость «по факту» соотносится с нестабильной занятостью «по контракту»? Ответить на этот вопрос можно, проанализировав распределение постоянно и непостоянно занятых работников по величине специфического стажа (количеству лет, проработанных в одной и той же фирме или организации). Единственным, к сожалению, источником, позволяющим получить такие оценки, является НОБУС. Как следует из данных, приводимых в таблице 6, в 2003 г. около 70% временных работников имели специфический стаж менее трех лет, еще 12% работали на одном и том же предприятии от трёх до пяти лет и лишь 18% — свыше пяти лет. Распределение постоянно занятых работников выглядело принципиально иначе: аналогичные показатели составляли для них 28, 13 и почти 60% соответственно. Если у постоянно занятых специфический стаж в среднем составлял 8,4 года, то у непостоянно занятых только 3,3 года.

При этом прослеживалась четкая закономерность: чем короче специфический стаж работников, тем большую долю составляли среди них непостоянно занятые. Среди «новичков» (со специфическим стажем менее года) она составляла почти 33%, тогда как среди «старожилов» (со специфическим стажем более 10 лет) не достигала даже 3%.

Таблица 7

**Распределение постоянных и непостоянных работников
по величине специфического стажа и уровни постоянной и непостоянной занятости
в зависимости от продолжительности стажа, 2003 г. (%)***

Стаж	Постоянно занятые	Непостоянно занятые	Всего	Постоянно занятые	Непостоянно занятые
Менее 1 года	10,4	40,1	100	68,3	31,7
От 1 до 3 лет	18,3	29,9	100	83,6	16,4

Продолжение таблицы 7

Стаж	Постоянно занятые	Непостоянно занятые	Всего	Постоянно занятые	Непостоянно занятые
От 3 до 5 лет	12,8	12,0	100	89,9	10,1
От 5 до 10 лет	17,9	9,3	100	94,1	5,9
Более 10 лет	40,7	8,7	100	97,5	2,5
Всего	100	100	—	—	—
Средний специфический стаж, лет	8,4	3,3	—	—	—

* Расчёты автора по данным НОБУС.

Таким образом, различия между срочными и бессрочными трудовыми контрактами нельзя считать чисто номинальными. Они отражают реальные различия в поведении агентов рынка труда, а также в статусе работников. Наём на нестабильные рабочие места действительно чаще всего оформляется в виде срочных трудовых контрактов, тогда как наём на стабильные рабочие места — в виде бессрочных. В то же время нельзя не признать, что существуют определённые группы непостоянно занятых, которые по своему положению на рынке труда приближаются к постоянно занятым, оставаясь на одном и том же месте работы пять и более лет.

Социально-демографический портрет непостоянно занятых

На условиях непостоянной занятости работают представители всех социальных и демографических групп населения, что делает этот вид занятости очень разнородным. Однако степень её распространённости среди населения неодинакова. Кто же оказывается чаще отеснён на временные и случайные рабочие места? Насколько социально-демографические характеристики непостоянно занятых в России совпадают с социально-демографическими характеристиками непостоянно занятых в других странах?

Как показано в таблице 8, в большинстве развитых стран уровень временной занятости среди женщин заметно выше, чем среди мужчин. В Бельгии и Финляндии, например, это превышение является двукратным. Среди стран — членов ОЭСР исключениями, где риск временной занятости выше для мужчин, являются Турция, Мексика и Польша.

Молодёжь имеет больше шансов быть занятой на временных рабочих местах. Для молодых работников они являются своеобразным «пропускным пунктом» на рынок труда. В двух европейских странах (Финляндия и Испания) половина всей работающей молодежи трудится на непостоянной основе. Самый низкий уровень непостоянной занятости среди молодежи отмечается в США — 8% (из них большая часть совмещают работу с учебой). Особый случай представляют Чехия и Турция, где отмечается чрезвычайно высокий уровень непостоянной занятости среди пожилых работников (старше 55) — свыше 30%.

Чем ниже уровень образования, тем выше вероятность, что работник будет занят на временной основе. Как можно заключить из оценок, представленных в таблице 6, практически во всех странах именно малообразованные работники вытесняются на мало защищенные рабочие места вторичного сектора. Единственное исключение — Великобритания, где временная работа, напротив, шире распространена среди работников с высоким образованием [Employment Outlook 2002].

Таблица 8

**Уровни непостоянной занятости в России и странах ОЭСР,
по полу, возрасту и образованию, 2000 г. (в % от общей численности занятых)**

Страны	Доля непостоянно занятых среди		Доля непостоянно занятых по возрастным группам			Доля непостоянно занятых по уровню образования*		
	Женщин	Мужчин	15–24	25–54	55 +	Низкий	Средний	Высокий
Австрия	8,4	7,6	28,2	3,8	2,6	21,9	1,2	5,7
Бельгия	12,1	6,6	19,7	4,5	2,1	10,3	8,7	8,1
Канада	13,3	11,8	29,5	8,8	10,5	15,4	14,5	10,6
Чехия	9,4	7,0	10,3	3,8	33,6	14,0	7,2	9,5
Дания	11,7	8,8	30,6	6,5	5,1	18,9	8,5	5,9
Страны	Доля непостоянно занятых среди		Доля непостоянно занятых по возрастным группам			Доля непостоянно занятых по уровню образования*		
	Женщин	Мужчин	15–24	25–54	55 +	Низкий	Средний	Высокий
Финляндия	20,9	14,5	49,5	14,3	5,1	17,9	20,5	13,9
Франция	15,7	14,3	34,8	6,6	3,0	16,3	15,2	13,0
Германия	13,1	12,5	38,9	6,1	3,8	29,5	9,2	9,1
Греция	15,7	11,5	28,4	12,1	12,2	17,7	12,1	9,4
Венгрия	6,4	7,3	11,5	5,4	10,9	10,7	6,4	4,6
Исландия	5,9	4,9	11,2	4,6	2,2	5,3	5,8	5,0
Ирландия	6,0	3,6	15,1	5,7	4,9	11,5	8,4	8,1
Италия	12,2	8,8	14,7	5,4	5,5	10,2	9,6	11,3
Япония	20,9	7,7	24,8	9,5	17,9	—	—	—
Мексика	11,7	25,2	25,7	17,8	24,4	26,3	12,7	9,4
Нидерланды	17,2	11,5	24,3	6,9	6,7	17,1	11,7	10,2
Норвегия	11,8	7,8	33,6	8,6	5,2	11,1	9,4	9,7
Польша	4,5	6,6	13,0	4,0	11,3	13,9	5,6	2,1
Португалия	22,7	18,6	34,4	10,9	6,5	19,4	24,0	20,6
Словакия	4,3	3,8	7,4	2,7	13,6	6,0	4,0	2,8
Испания	34,6	30,6	67,4	25,2	11,8	36,6	29,5	26,2
Швеция	16,9	12,3	41,3	10,5	7,5	17,9	14,0	13,4
Швейцария	12,8	10,5	44,9	5,3	4,1	30,0	5,9	8,6
Турция	12,6	22,2	23,7	18,7	37,7	—	—	—
Великобритания	7,7	5,9	12,0	4,9	5,8	5,3	6,0	8,9
США	4,2	3,9	8,1	3,2	3,8	6,1	4,1	3,3
Россия 2000	3,7	6,1	12,8	3,9	3,6	12,2	4,4	2,3
Россия 2005	9,7	12,8	22,8	10,0	7,8	14,8	9,5	6,5

Источник: [Employment Outlook 2002: 139] ; расчеты автора на данных ОНПЗ.

* Для России высокий уровень образования соответствует высшему образованию; средний — неполному высшему и среднему профессиональному; низкий — начальному профессиональному, среднему общему, основному и начальному общему.

Практически во всех странах уровень временной занятости в секторе услуг заметно превышает уровень временной занятости в промышленности. Другая характерная особенность состоит в том, что во

многих странах Европы, Канаде и Мексике в сельском хозяйстве он также оказывается намного выше, чем в промышленности [Employment Outlook 2002: 138].

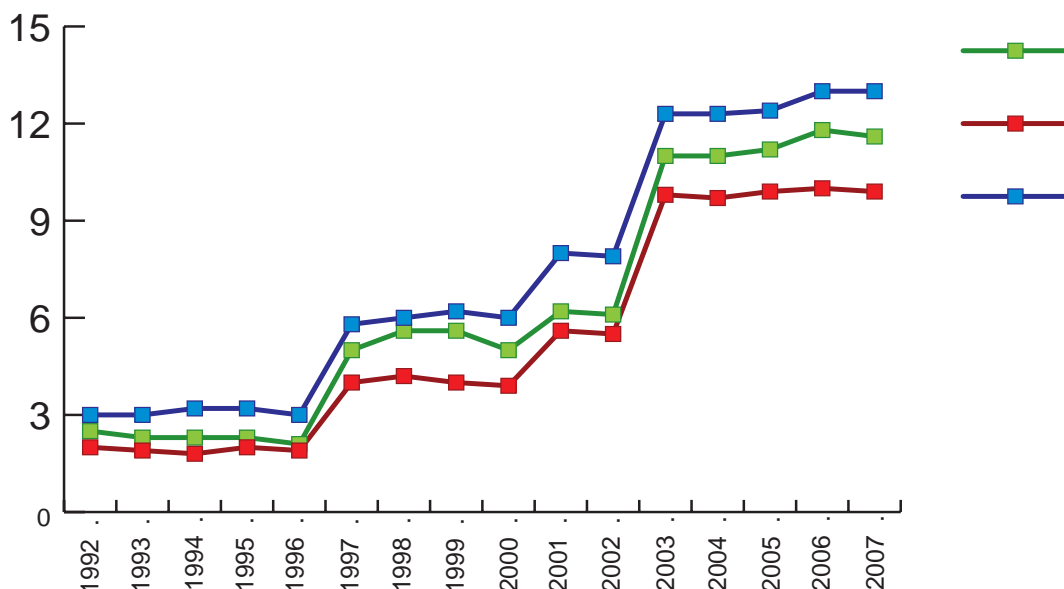
Подавляющая часть временных работников сосредоточена в сфере услуг — от 54% в Испании до 94% в Канаде [Employment Outlook 2002: 138]. В Дании, США, Великобритании и Нидерландах в промышленности занят примерно каждый пятый временный работник в Чехии, Австрии, Германии, Словакии, Португалии и Испании примерно каждый третий. Доля временных работников, приходящихся на сельское хозяйство, варьирует от 1% в Великобритании до 14% в Словакии. Исключение составляет такая аграрная страна как Мексика, где 65% непостоянно занятых трудятся в сельском хозяйстве.

Риск временной занятости отрицательно связан с уровнем профессиональной квалификации работников. Он выше для самых неквалифицированных и ниже для самых квалифицированных профессиональных групп. Так, в Швеции, Греции, Португалии, Нидерландах и Финляндии среди неквалифицированных рабочих каждый пятый трудится на временной основе [Employment Outlook 2002: 138]. Однако в некоторых странах наблюдается достаточно высокие показатели непостоянной занятости среди специалистов высшего и среднего уровней квалификации: так, в Испании и Финляндии они достигают 19 и 16% соответственно.

В большинстве стран ОЭСР ядро непостоянно занятых составляют работники, относящиеся к группам служащих и квалифицированных рабочих [Employment Outlook 2002: 138]. Примерно каждый пятый относится к группе специалистов высшего уровня квалификации и примерно каждый пятый к группе неквалифицированных рабочих. Подобная структура временной занятости характерна, в частности, для Португалии, Словакии, Испании и Греции. Однако в ряде стран (Исландия, Великобритания, Швейцария, Бельгия, Финляндия) 40% всех временно занятых являются специалистами высшего уровня квалификации и только 10–12% составляют неквалифицированные рабочие [Employment Outlook 2002: 138].

В каких социально-демографических группах непостоянная занятость более всего распространена в России? В отличие от большинства других стран мира в России мужчины с гораздо большей вероятностью могут оказаться заняты на непостоянной основе, чем женщины: в 2007 г. уровни непостоянной занятости соотносились для них как 13,3 и 9,7% соответственно (см. рис. 5). В общей численности непостоянно занятых женщины составляют около 42%, тогда как мужчины — 58%. Можно предложить несколько объяснений тому, почему в отличие от других стран в России непостоянная занятость в большей мере оказывается мужским феноменом. Во-первых, в России временная занятость сосредоточена в тех отраслях, где преобладает мужская рабочая сила (строительство, государственное управление, рыболовство и т. д.). Во-вторых, временная занятость, как правило, связана с малоквалифицированным трудом, не требующим высокого образования, но женщины в России обладают в среднем более высоким образованием, и они чаще, чем мужчины, располагаются на верхних ступенях профессионально-квалификационной иерархии. В-третьих, это может означать, что для российского рынка труда (в отличие от рынков труда некоторых других стран) нехарактерна дискриминация женщин с точки зрения типов контрактов, используемых работодателями при найме работников.

Как и можно было бы ожидать, в России непостоянная занятость сильнее распространена среди сельского населения: 14,8% (село) и 10,5% (город). Однако из-за большей абсолютной численности городских жителей основную часть временных работников составляют всё-таки они (на их долю приходится примерно 70% всех непостоянно занятых).



Примечание. Расчёты автора по данным ОНПЗ.

Рис. 5. Уровень непостоянной занятости среди мужчин и женщин, 1992–2007 годы (в % от общей численности занятых)

Проблема временной занятости молодых работников для России так же актуальна, как и для многих европейских стран. В России примерно четверть работающей молодежи занята на временных контрактах (см. табл. 9). Среди самой младшей возрастной группы работников (15–19 лет) этот показатель достигает почти 35% (см. табл. 9). В то же время среди занятых пожилого возраста (55 лет и старше) на временной основе работают около 8% (см. табл. 9). Однако в структуре временной занятости на каждую из двух крайних возрастных групп приходится менее 6% всех временных работников. Основной их костяк составляют работники в возрасте 20–39 лет (около 54%). Наконец, примерно четвертая часть приходится на работников в возрасте 40–49 лет.

Таблица 9

Уровень непостоянно занятых по социально-демографическим группам для населения в возрасте 15–72 года, 1992–2007 годы (в % от общей численности занятых)*

	1992	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Всего	2,6	4,9	6,6	6,5	11,0	11,1	11,3	11,7	11,5
Мужчины	3,0	6,1	7,9	7,8	12,5	12,6	12,8	13,2	13,3
Женщины	2,1	3,7	5,3	5,2	9,5	9,4	9,7	10,1	9,7
Город	2,5	4,8	6,5	6,2	10,7	10,3	10,4	10,6	10,5
Село	2,8	5,3	7,0	7,7	12,3	13,5	14,1	15,3	14,8
Высшее профессиональное	1,6	2,3	3,4	3,0	6,8	6,5	6,5	6,8	6,7
Неполное высшее профессиональное	5,5	4,7	8,5	7,7	13,0	14,7	13,4	14,4	14,3
Среднее профессиональное	2,1	4,1	5,6	5,3	9,6	9,1	9,2	9,4	9,3
Начальное профессиональное		7,0	8,0	8,8	12,6	12,9	13,5	13,9	13,7
Среднее (полное) общее	2,7	6,4	8,9	9,2	14,3	14,6	15,0	15,8	15,8
Основное общее	3,4	7,8	10,8	10,2	15,5	17,0	17,6	18,6	19,3

Продолжение таблицы 9

	1992	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Начальное общее или не имеют начального общего	5,5	5,5	7,8	9,4	13,2	10,4	14,1	14,4	18,0
15–19 лет	15,0	24,8	30,0	29,5	34,7	36,8	37,7	34,9	34,6
20– 9 лет	2,9	7,2	9,9	9,6	14,7	15,1	15,7	16,3	15,3
30–39 лет	1,5	4,1	6,2	6,1	10,7	11,1	10,9	11,2	11,5
40–49 лет	1,2	3,4	4,5	4,3	9,1	8,6	9,0	9,6	9,7
50–59 лет	1,9	2,7	3,5	3,8	7,3	7,1	7,4	8,0	7,9
60–72 лет	8,5	4,1	5,6	5,6	8,9	9,5	8,9	10,0	10,0

* Расчёты автора по данным ОНПЗ.

В России, как и в других странах, риск непостоянной занятости максимален для работников с низким образованием (см. табл. 9). Каждый пятый работник с основным образованием и ниже трудится на непостоянной основе. Среди работников со средним общим образованием временный контракт имеют 16%. Около 14% непостоянно занятых насчитываются среди работников с неполным высшим образованием. Среди обладателей дипломов среднего профессионального образования на временной основе трудятся 9%, а среди обладателей дипломов вузов — менее 7%.

Что касается отраслевой принадлежности, то в России временные работники относительно чаще встречаются в строительстве (19%), торговле (24,7%) и, как ни странно, в государственном управлении (19,2%) (см. табл. 10). Уровень же непостоянной занятости в таких отраслях, как промышленность, сельское хозяйство, транспорт и связь, здравоохранение, образование, наука, культура и искусство, финансовая сфера, остается достаточно низким, не превышая 10%.

Таблица 10

Уровень непостоянно занятых по отраслям экономики России для населения в возрасте 15–72 года, 1995–2004 годы (в % от общей численности занятых)*

	1995	2000	2001	2002	2003	2004
Промышленность**	1,3	3,2	4,4	4,2	8,8	8,2
Сельское хозяйство***	2,2	3,4	4,4	4,2	11,2	13,3
Транспорт и связь	1,6	2,7	4,2	4,1	9,1	8,9
Строительство	5,3	10,0	12,8	13,6	18,6	19,0
Торговля, общественное питание, материально-техническое снабжение, сбыт, заготовки	4,6	10,0	14,8	13,8	24,2	24,7
Информационно-вычислительное обслуживание	—	9,3	6,5	4,7	8,7	4,8
Операции с недвижимым имуществом	—	3,4	5,5	13,5	19,0	15,6
Общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка	—	2,5	7,5	7,2	11,1	10,9
Другие отрасли сферы материального производства****	2,9	4,9	5,8	8,0	10,0	10,9
Жилищно-коммунальное хозяйство, непромышленные виды бытового обслуживания населения	2,2	4,8	5,1	5,0	8,2	8,2
Здравоохранение, физическая культура, социальное обеспечение	1,4	1,8	2,1	2,2	5,1	4,6

Проджение таблицы 10

	1995	2000	2001	2002	2003	2004
Образование	1,9	2,1	2,2	2,4	5,7	5,7
Культура и искусство	3,6	3,5	4,4	3,8	9,0	9,5
Наука и научное обслуживание	0,7	1,3	1,0	1,5	4,9	2,9
Финансы, кредит, страхование, пенсионное обслуживание	1,3	1,9	2,6	2,2	5,5	5,3
Управление, аппарат государственных органов управления	7,1	9,2	14,2	14,7	19,2	19,2
Другие отрасли сферы нематериального производства*****	4,0	10,5	7,3	7,2	10,9	11,6

* Расчёты автора по данным ОНПЗ.

** В силу малочисленности непостоянно занятых и для удобства сравнения данные за 1995–1996 годы по таким отраслям, как промышленность, добывающая промышленность, перерабатывающая промышленность и электроэнергетика, были объединены в одну категорию «Промышленность».

*** Для 1997–2002 годов в эту категорию включена отрасль лесного хозяйства.

**** В том числе геология и разведка недр, геодезическая и гидрометеорологическая службы (только для 1997–2002 годов).

***** Для 1997–2002 годов общественные объединения и религиозные организации были объединены в одну категорию «Другие отрасли сферы нематериального производства».

Отраслевая структура непостоянной занятости в России мало отличается от той, что существует в других странах. На промышленность приходится около 17–19% всех временных работников, на сельское хозяйство — около 7%, а остальные 73–75% — на сектор услуг, в составе которого особенно большое место принадлежит торговле (около 30%).

На российском рынке достаточно отчетливо прослеживается также закономерность, характерная для большинства стран мира: чем выше профессиональная квалификация работника, тем ниже для него риск непостоянной занятости. Самые высокие показатели непостоянной занятости фиксируются среди работников сферы обслуживания и неквалифицированных рабочих, тогда как самые низкие — среди специалистов высшего уровня квалификации и руководителей. Однако по численности самую большую группу временных работников составляют работники сферы обслуживания и неквалифицированные рабочие (24,5 и 19,7% соответственно). На квалифицированных рабочих приходится 16,3% всех временно занятых, на полуквалифицированных — 12,3%. Специалисты среднего и высшего уровней квалификации составляют 8 и 10% соответственно.

В целом можно утверждать, что (за некоторыми исключениями) как уровни, так и структура непостоянной занятости в России мало отличаются от того, что можно наблюдать на рынках труда большинства развитых стран.

Заключение

В соответствии с избранным подходом проблема непостоянной занятости рассматривалась нами в межстрановой перспективе. Мы пытались выяснить, в какой мере критерии определения непостоянной занятости, принципы её правового регулирования, масштабы распространения и социально-демографические характеристики совпадают или не совпадают с ситуацией в других странах.

Анализ, представленный в настоящей работе, продемонстрировал, что, несмотря на множественность подходов к идентификации и измерению непостоянной занятости в современной статистической социологической и экономической литературе, это явление поддается чёткому операциональному определению.

нию. Непостоянная занятость ограничена во времени формальным или неформальным контрактом. Отличительным признаком такой занятости является фиксированный срок её окончания. Ограниченность во времени имеет серьёзные последствия для обеих сторон трудовых отношений, как для работников, так и для работодателей, чьи поведенческие стратегии во многом зависят от этого фактора.

Непостоянная занятость выступает в различных формах. Применительно к российскому рынку труда можно выделить две основные её разновидности: временная занятость и случайная занятость. Временную занятость, в свою очередь, можно подразделить на занятость по срочным контрактам, по контрактам на выполнение определённого объёма работ и по устной договорённости. При этом если временная занятость — это всегда работа по найму, то случайные работники могут быть также самозанятыми.

Каждая страна по-своему подходит к проблеме правового регулирования непостоянной занятости. Где-то жёстко ограничивают возможности использования срочного найма, где-то предоставляют предпринимателям практически полную свободу действий; в одних странах требуют, чтобы социальные льготы и гарантии предоставлялись почти в том же объёме, что и непостоянным работникам, в других почти полностью лишают непостоянных работников доступа к таким льготам и гарантиям. По обоим пунктам российское законодательство долгое время придерживалось сверхжёстких установок, унаследованных от прежней плановой системы. Однако после принятия нового Трудового кодекса, введенного в действие в 2002 г., в отношении регулирования непостоянных трудовых отношений трудовое законодательство заняло весьма своеобразную позицию: с одной стороны, ограничения на использование срочного найма оказались в значительной мере ослаблены, но, с другой стороны, при использовании труда временных работников бремя социальных обязательств, которое приходится нести фирмам, остается таким же, как и при использовании труда постоянных работников.

Как было показано, российская экономика стартовала с очень низкого уровня непостоянной занятости. В начальный период реформ 1990-х годов среди всех занятых по найму лишь 2,5% имели временные трудовые отношения. Однако затем их количество стало быстро расти. К концу 1990-х годов они составляли около 5% от всех занятых, а в первой половине 2000-х годов — уже более 10%. Особенно резкий скачок — почти вдвое — произошел в 2003 г., что было, по-видимому, связано с вступлением в действие в 2002 г. нового ТК, который расширил легальные возможности использования срочного найма. В 2006 г. около 12% всех занятых имели работу с фиксированным сроком её окончания. Менее динамичным был рост случайной занятости — с 6% в 1994 г. и до примерно 8% в 2005 г. В настоящее время численность непостоянно занятых намного превосходит по абсолютным размерам численность безработных, что свидетельствует о безусловной важности этой формы трудовых отношений.

Из полученных нами оценок также следует, что уровень непостоянной занятости в России практически совпадает со средними показателями по странам ОЭСР. Он значительно отстает от стран-лидеров (таких как Испания), но значительно опережает страны-аутсайдеры (такие как США).

Структура непостоянной занятости в России мало отличается от того, что можно наблюдать на рынках труда большинства развитых стран. Как и там, в России высокая степень вовлечённости в непостоянную занятость характерна прежде всего для молодёжи; лиц с низким образованием; работников, находящихся на самой высокой и самой низкой ступенях профессиональной иерархии; жителей села; работников сферы услуг; занятых на небольших предприятиях частного сектора. Вместе с тем в социально-демографическом профиле российских непостоянных работников обнаруживается немало интересных отличий, причем достаточно неожиданных. Так, в российских условиях уровень временной занятости среди пожилых работников оказывается намного ниже среднего. Скорее всего это связано с тем, что, оставаясь долгое время на одном и том же рабочем месте, многие из них продолжают

работать по прежним, бессрочным, трудовым контрактам, унаследованным от советской эпохи. Но, пожалуй, особенно интересно то, что на российском рынке труда риск непостоянных трудовых отношений для мужчин оказывается выше, чем для женщин. Среди прочего это означает, что у нас практически отсутствует дискриминация женщин по признаку срочности и (или) бессрочности трудовых контрактов, имеющая широкое распространение на рынках труда многих других стран.

Литература

- Бандюкова Т. 2004. *Случайная занятость в России: численность, состав, мобильность*. Препринт WP3. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Вишневская Н. Т., Гимпельсон В. Е., Горбачева Т. Л., Капелюшников Р. И. et al. 2002. *Обзор занятости в России*. Выпуск № 1 [1991–2000 гг.]. М.: Бюро экономического анализа. ТЕИС.
- Гимпельсон В. Е. 2004. *Временная или непостоянная занятость в России: данные, уровень, динамика, распространенность*. Препринт WP3/2004/02. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Гимпельсон В. Е., Капелюшников Р. И. 2006. *Нестандартная занятость в российской экономике*. М.: ИД ГУ ВШЭ.
- Система показателей*. 2006. Базы микроданных обследований населения по проблемам занятости. М.: Российская федеральная служба государственной статистики.
- Трудовой Кодекс Российской Федерации (ТК РФ)* от 30.12.2001 № 197–ФЗ («Собрание законодательства РФ», 07.01.2002, № 1). М.: РИОР, 2006.
- Auer P. 2005. Protected Mobility for Employment and Decent Work: Labour Market Security in a Globalised World. *Employment Strategy Papers ILO*. 1.
- Auer P., Cazes S. 2002. Employment Stability in an Age of Flexibility. *Evidence from Industrialized Countries, International Labour Office*. Geneva.
- Booth A., Francesconi M., Frank J. 2002. Labour as a Buffer: Do Temporary Workers Suffer? *Bonn. Institute for the Study of Labour. Discussion Paper*. 673.
- Employment Outlook. 2002. *OECD*. Paris: OECD.
- Hipple St. 2001. Contingent Work in the Late-1990s. *Monthly Labor Review*. March: 3–27. <http://www.bls.gov/pub/mlr/2001/03/art1full.pdf>
- Houseman S. 2001. Why Employers Use Flexible Staffing Arrangements: Evidence from an Establishment Survey. *Industrial and Labour Relations Review*. 55 (1): 149–170. <http://www.upjohninst.org/publications/wp/01-67.pdf>
- ILO 1993. *Resolution Concerning the International Classification of Status in Employment [ICSE-93]*. <http://www.ilo.org/public/bureau/stat/res/icse.html>
- Kalleberg A. 2000. Nonstandard Employment Relations: Part-time, Temporary and Contract Work. *Annual Review of Sociology*. 26: 341–365.

Kalleberg A., Marsden P. 2005. Externalizing Organizational Activities: Where and How US Establishments Use Employment Intermediaries. *Socio-Economic Review*. 3: 389–416.

Kalleberg A., Sørensen A. B. 1979. The Sociology of Labour Markets. *Annual Review of Sociology*. 5: 351–379.

Köhler C., Junge K., Schröder T., Struck O. (eds.) 2006. *Trends in Employment Stability and Labour Market Segmentation*. Jena University Papers. SFB-Mitteilungen. 16: http://www.sfb580.uni-jena.de/typo3/uploads/tx_publicationlist/heft-16.pdf

Polivka A E. 1996. Contingent and Alternative Work Arrangements, Defined. *Monthly Labor Review*. 119 (10): 3–9.

Polivka A E., Nardone T. 1989. On the Definition of «Contingent Work». *Monthly Labor Review*. 112 (12): 9–16.

Termination of Employment Digest. 2000. Geneva: ILO.

Tucker D. 2002. «Precarious» Non-Standard Employment — a Review of the Literature. *Working paper of Labour Market Policy Group*. <http://www.futureofwork.govt.nz>

НОВЫЕ КНИГИ

М. Е. Маркин

Даём полезные советы, как выстроить сеть взаимовыгодных связей

Рецензия на книгу:

Феррацци К. 2009. *Никогда не ешьте в одиночку и другие правила нетворкинга*. М.: Манн, Иванов и Фербер.



МАРКИН Максим Евгеньевич — стажёр-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: mmarkin@hse.ru

На первый взгляд, работа Кейта Феррацци «Никогда не ешьте в одиночку...» ничем не выделяется из огромного числа книг, ежегодно публикуемых в мире и почти столь же активно переводящихся на русский язык. Это очередная история успеха, описанная автором более или менее интересно. Что же в ней такого примечательного, позволяющего подготовить рецензию на эту работу для научного журнала по экономической социологии?

Предвидя наиболее вероятные варианты ответа, скажу сразу: Кейт Феррацци не является экономсоциологом по образованию, и в своей книге он ничего не пишет про данную дисциплину. Нет в его работе и глубокого теоретического захода про современный сетевой подход, и вообще никакой теории нет. Эта книга — автобиографическое повествование, написанное сквозь призму формирования, поддержания и развития контактов самого Кейта Феррацци.

На покупку рецензируемой сейчас работы меня подвигла короткая заметка, опубликованная в одном из номеров еженедельного журнала «Эксперт» в конце 2009 г., в которой сообщалось о выходе русского перевода книги¹. Я решил её приобрести, так как, во-первых, о плохих изданиях в «Эксперте» в основном не пишут, а во-вторых, в моей голове сразу сложилась некая картинка того, как на это явно публицистическое содержание можно взглянуть с точки зрения научной дисциплины, экономической социологии. Воистину, экономсоциологическим становится то, что изучается экономсоциологами.

Не откладывая дела в долгий ящик, в Старый Новый год, 14 января 2010 г., в рамках текстологических семинаров Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ мы организовали дискуссию по данной книге². Настоящая рецензия опирается, в том числе, и на результаты этого обсуждения.

¹ Денисова Д. 2009. Книга о вкусных и здоровых связях. *Эксперт*. 40. 19 октября. http://expert.ru/printissues/expert/2009/40/book_kniga_o_svyazyah/ — *Здесь и далее примеч. авт.*

² Подробнее о текстологических семинарах Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ см.: http://soc.hse.ru/ecsoclab/text_seminar

Как и о чём пишет Кейт Феррацци?

Как уже было сказано выше, книга Кейта Феррацци выстроена как автобиографическое описание, в котором автор шаг за шагом рассказывает о собственной жизни, то немного забегаая вперёд, то, напротив, делая экскурсы в прошлое. Из него мы узнаем о детстве, профессиональной миграции и творческом расцвете бизнесмена.

Некоторые главы книги представляют собой размышления автора о различных аспектах жизни, будь то семья, хобби или работа. С большей или меньшей очевидностью Кейт Феррацци пытается таким образом убедить читателей принять его философию и следовать ей. Но названия и содержание большинства разделов просто имеют форму советов, и это создаёт устойчивое впечатление, что перед нами своего рода путеводитель по жизни.

Пересказывать книгу главу за главой — не лучший способ рецензирования, тем более что речь идёт об автобиографии. Поэтому позволю себе развить замысел автора и выстрою свою рецензию в форме изложения и анализа советов Кейта Феррацци, то есть тех из них, которые в наибольшей степени меня впечатлили. И рассмотрю всё это сквозь призму экономической социологии, благо многие выводы автора книги к этому располагают.

Совет 1: ставьте перед собой чёткие цели и выбирайте кратчайшие пути их достижения!

В большинстве подобных работ известные гуру бизнеса уделяют немало страниц тому обстоятельству, что люди не любят ставить перед собой конкретные цели и последовательно их достигать. Кейт Феррацци не является исключением. По его мнению, именно такова основная ошибка, которая и становится чуть ли не основной причиной неуспешности человека. Перефразируя известную поговорку, действительно можно сказать: тяжело идти туда не знаю куда, и достигать того не знаю чего.

Какой же выход из сложившейся ситуации предлагает Кейт Феррацци? Каждый человек непременно должен ставить перед собой чёткие цели и выбирать кратчайшие пути их достижения. И так на протяжении всей своей жизни и по отношению ко всем её аспектам. На первый взгляд, это кажется вполне логичным. Но, внимательно присмотревшись к данному совету, начинаешь сомневаться в возможности его практической реализации.

Переводя рассматриваемый вопрос в научное русло, можно сделать следующий вывод: Кейт Феррацци настаивает на том, *модельные действия* необходимы для достижения наибольшей эффективности. Но «большинство людей не в состоянии просчитать свои действия на сорок ходов вперёд, к тому же во многих ситуациях это и нецелесообразно (слишком много приводящих факторов могут изменить ситуацию)»³.

Экономическая социология предлагает свою альтернативу этому экономическому подходу. Она заключается в объяснении человеческого поведения в терминах *стратегического действия*. Актор не ставит перед собой конкретную цель и не выбирает кратчайшее расстояние до неё, а определяет направление своего движения, которое время от времени меняется, отражая реакцию на смену внутренних предпочтений и окружающей среды. Важно отметить, что зачастую такое поведение является более эффективным, чем достижение заранее поставленной цели.

³ Радаев В. В. 2005. *Экономическая социология*. М.: ИД ГУ ВШЭ: 87.

Совет 2: выстраивайте близкие отношения с другими людьми!

На протяжении жизни человеку приходится взаимодействовать с огромным количеством людей. Соседи, коллеги, знакомые или просто случайные встречные... Как лучше выстраивать с ними отношения и стоит ли вообще делать это? Может быть, лучше обращаться к тому или иному человеку лишь тогда, когда в этом есть потребность, а в остальное время никак не поддерживать с ним связь?

Кейт Феррацци советует выстраивать близкие отношения с другими людьми. Не знаю, читал ли он работы М. Грановеттера, Б. Уци и других классиков современной экономической социологии, но обоснования этого тезиса, представленные в книге, находятся вполне в русле сетевого подхода. На поддержание близких отношений с людьми нужно тратить не так много сил, а эффект от них может быть колоссальным. Для человека откроются такие каналы информации и взаимопомощи, о которых ему не стоит даже мечтать при сугубо формальных взаимодействиях.

Осуществляя своё социальное и экономическое поведение, люди выстраивают друг с другом разные типы связей. С одной стороны, в части взаимодействий они полагаются на *случайные связи*, или очень дистанцированные отношения, не затрагивающие чувства человека. С другой стороны, они также выстраивают *укоренённые связи*, которые обладают «тремя характерными чертами — доверием, передачей достоверной информации и механизмами совместного решения проблем»⁴. Комбинируя эти различные типы отношений, человек достигает наилучшего результата.

Совет 3: знакомьтесь как можно с большим количеством людей!

По мнению Кейта Феррацци, выстраивать близкие отношения с другими людьми обязательно нужно, но и этого мало. Необходимо ещё постоянно расширять свою социальную сеть. Но зачем это делать? Ведь, следуя второму совету, в практически каждый свой контакт нужно инвестировать значительное количество временных и прочих ресурсов, чтобы он оставался действительно близким. Не лучше ли сосредоточиться на том, что уже есть, а ещё лучше — продолжать укреплять существующую социальную сеть, а не расширять её?

Ответ гуру вновь как будто взят из современной экономической социологии. Знакомиться со всё большим количеством людей нужно для того, чтобы иметь доступ к всё большему количеству информации, которая циркулирует в разных группах. Сосредоточиваться исключительно на актуальных в данный момент контактах — проигрышная стратегия. Сейчас человеку важно одно, но может так сложиться, что завтра ему понадобится или пригодится информация из другой области или он должен будет совершить географическую миграцию.

В этом случае выстроенные с таким трудом и столь надёжные *сильные связи*, формирующие сплочённость малой группы, могут оказаться бессильны. А поможет человеку наличие развитых *слабых связей*, интегрирующих его в более широкое сообщество. Говоря словами М. Грановеттера, «слабые связи с большей вероятностью соединяют членов *различных* малых групп, чем сильные; последние, как правило, сосредоточены внутри отдельных групп»⁵. В результате человек приобретает доступ к тем ресурсам, которыми он никогда не смог бы воспользоваться в своём кругу, где все владеют похожим запасом информации.

⁴ Уци Б. 2008. Источники и последствия укоренённости 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: 214.

⁵ Грановеттер М. 2009. Сила слабых связей. *Экономическая социология*. 10 (4): 45. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2009-10-4/index.html>

Совет 4: выстраивайте свою собственную сеть связей!

Хорошо: близкие отношения с другими людьми мы выстроили и про слабые связи не забыли. Этого достаточно для того, чтобы социальная сеть была для нас наиболее полезной? Мы смогли получить благодаря ей максимальное количество информационных и прочих ресурсов? Теперь-то, наконец, можно сосредоточиться на поддержании и, по мере возможности, расширении того, что уже есть?

Нет, расслабляться пока рано. Чтобы социальная сеть приносила максимальное количество пользы, она должна быть выстроена так, как нужно человеку. Недостаточно просто занять в ней своё место, следует создать наиболее выгодную конфигурацию. Человек должен не просто иметь возможность получать необходимую информацию, а стать узлом, через которую она проходит. При этом крайне желательно, чтобы соседние по социальной сети агенты могли приобщиться к интересующим их знаниям исключительно через этот узел.

В современной экономической социологии подобная ситуация интерпретируется в терминах *структурных пустот*. Структурная пустота имеет место в том случае, когда агенты одной социальной сети (или представители нескольких разных социальных сетей) не могут взаимодействовать друг с другом напрямую и для поддержания отношений вынуждены коммуницировать через третьего агента. По мнению Р. Бёрта, эффективность актора зависит от того, насколько ему удалось максимизировать число структурных пустот, тем самым замкнув на себе связи других акторов⁶.

Совет 5: всегда старайтесь быть в центре внимания!

Кейт Феррацци любит (и не скрывает этого обстоятельства), когда о нём говорят много и исключительно хорошее. Можно это объяснить простым удовольствием (вероятно, так оно и есть), но как минимум ещё одной причиной является выгода. Да, по мнению Кейта Феррацци, быть в центре внимания не только приятно, но и полезно. Обладая популярностью, человек, как магнит, притягивает к себе всё большее количество людей, получая от них и новую информацию, и доступ к другим ресурсам. Но и это не самое главное. Быть в центре внимания — значит высказывать мнения, которые интересуют окружающих.

Популярный в определённой среде человек имеет возможность формировать общественное восприятие, транслировать такое видение ситуации и те мнения, которые выгодны именно ему. С одной стороны, это происходит благодаря уже занимаемому человеком центральному положению в социальной сети. С другой стороны, он сам, реализуя свои преимущества от нахождения на данном месте, всё более укрепляет свою позицию.

Говоря научным языком, ведущий актор имеет возможность оказывать влияние на формирование выгодных ему *концепций контроля*, отражающих те представления, которые структурируют восприятие мира, позволяют людям интерпретировать его и контролировать ситуации⁷. Благодаря своему центральному положению человек конструирует мировоззрение агентов социальной сети так, чтобы закрепить сложившиеся (и выгодные ему) иерархии и распределение статусов.

В отличие от предыдущих трёх советов, которые были интерпретированы на основе сетевого подхода, этот завет Кейта Феррацци может быть истолкован в русле нового институционализма в современной

⁶ Радаев В. 2008. 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: 34.

⁷ Флигстин Н. 2003. Рынки как политика: политико-культурный подход к рыночным институтам. *Экономическая социология*. 4 (1): 48. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2003-4-1/index.html>

экономической социологии. Сделав отступление, вызванное необходимостью продемонстрировать все преимущества центрального положения в социальной сети, вернёмся к собственно нетворкингу.

Совет 6: будьте полезными для других людей!

Алгоритм построения социальной сети, заключающийся, во-первых, в развитии близких отношений с другими людьми, во-вторых, в знакомстве с всё новыми агентами, в-третьих, в изменении конфигурации связей в выгодном направлении и, наконец, в эксплуатации центральной позиции, более или менее понятен. Но как его реализовать? Как начать и продолжать взаимодействие с людьми?

Кейт Феррацци предупреждает: ни в коем случае нельзя приходить к другим со своими проблемами. Нет ничего хуже для развития отношений, чем обращение к другим с просьбой о преодолении собственных трудностей. Безусловно, они помогут, но только после формирования той социальной сети, которая будет тебе полезна, а не до или во время её построения.

Прежде всего человек должен прийти к своим контрагентам и рассказать, что он может сделать для них. Нужно быть полезным для других людей, тогда они отплатят взаимностью. Социальная сеть функционирует только потому, что по ней циркулируют информационные и прочие ресурсы, которые её агенты предоставляют друг другу. Чтобы воспользоваться имеющимися связями, нужно сначала что-то принести в них. Только такой путь открывает доступ к искомой пользе от взаимодействия.

Это простое правило раскрывает определение *социального капитала* как суммы непогашенных обязательств. И «каким бы ни был источник помощи, индивидуумы в социальной структуре с высоким уровнем невыполненных обязательств имеют больше социального капитала, на который они могут рассчитывать»⁸. Получается, что чем больше ты делаешь для людей, тем больше они сделают для тебя.

Задолго до развития теорий социального капитала к похожим выводам пришли и антропологи, предложив выделять в качестве одной из форм обмена *реципрокность*. Она предполагает реализацию идеи взаимности дара, на которой базируются социальные отношения⁹.

Совет 7: изучайте мотивацию других людей!

Последний совет Кейта Феррацци, на который хотелось бы обратить внимание в данной рецензии, связан с вопросом о том, как понять, что нужно другим людям, чем они руководствуются в своём поведении. Это необходимо и для понимания того, как стать полезным для других (важности этой стороны вопроса был посвящён предыдущий совет).

Известно, что чужая душа — потёмки, однако понимание мотивации других людей всё-таки небесполезно. Кто-то пытается наладить отношения исключительно для получения экономической выгоды, у кого-то просто нет иного выхода, так как ему срочно нужна помощь, у некоторых совсем иные причины. Выявление таких мотивов позволит стать наиболее полезным для контрагента и принесёт отдачу в будущем.

Не будучи экономсоциологом, Кейт Феррацци всё же указывает на *множественность источников мотивации* человеческого действия. Переводя рассматриваемый вопрос в научное русло, укажем на три

⁸ Коулман Дж. 2001. Капитал социальный и человеческий. *Общественные науки и современность*. 3: 128.

⁹ Поланьи К. 2002. Экономика как институционально оформленный процесс. *Экономическая социология*. 3 (2): 69. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2002-3-2/index.html>

основных источника мотивации: экономический интерес, которому в ряде случаев могут быть подчинены все остальные побудительные причины поведения; принуждение (прежде всего экономическое) и социальные нормы¹⁰. Умелое влияние на их сочетание может стать залогом успеха для человека.

* * *

Таковы наиболее интересные, с моей точки зрения, советы Кейта Феррацци. Удивительно, но создается впечатление, что следовать им легко и просто, а успехи, достигнутые автором, прямо рисуют картину счастливого будущего для каждого, кто примет его философию и реализует её принципы.

В таком позитивном ключе и проходило обсуждение данной книги с вкраплениями экономико-социологических сюжетов на семинаре 14 января 2010 г., о котором я уже упоминал в начале рецензии. И так бы наша дискуссия и завершилась, если бы преподаватель ГУ ВШЭ А. А. Куракин не поставил перед аудиторией простой вопрос:

Как, вероятнее всего, сложилась бы жизнь Кейта Феррацци, не организуя волей случая «босс всех боссов», владелец местного сталепрокатного завода, его обучение в одной из лучших частных школ, Гарвардской школе бизнеса и в других весьма почтенных учебных заведениях?

¹⁰ Радаев В. В. 2005. *Экономическая социология*. М.: ИД ГУ ВШЭ: 98.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ

Т. С. Карабчук

Студенческие сравнительные исследования по проблемам рынка труда Германии и России



КАРАБЧУК Татьяна Сергеевна — кандидат социологических наук, научный сотрудник Центра трудовых исследований ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: tkarabchuk@hse.ru

Название проекта: Русско-немецкие студенческие исследования рынка труда и занятости в России и Германии: сравнительный анализ (Russian-German Students' Research Project on Labour Market and Employment in Russia and Germany: Comparative Studies)

Сроки реализации: ноябрь 2008 — июнь 2009 г.

Участники проекта: студенты факультета социологии ГУ ВШЭ и студенты факультета социологии Университета Мартина Лютера, г. Галле (Martin-Luther-Universität Halle)

Руководители проекта: Рощина Яна Михайловна (ГУ ВШЭ), проф. Холле Грунерт (Holle Grunert; Университета Мартина Лютера, г. Галле)

Организаторы-кураторы: Карабчук Татьяна (ГУ ВШЭ), Бернадетте Йонда (Bernadette Jonda; Университета Мартина Лютера, г. Галле)

Количество участников: 12 студентов и 1 аспирант со стороны Университета Мартина Лютера, г. Галле; 11 студентов, 4 магистра и 1 аспирант со стороны ГУ ВШЭ.

Рабочий язык проекта: английский.

Цель проекта: провести совместные сравнительные исследования по проблематике рынка труда на идентичных базах данных по обследованиям домохозяйств, в результате чего будут подготовлены статьи на английском языке, пригодные к публикации.

Задачи проекта:

- способствование накоплению опыта у студентов в проведении исследований;
- повышение уровня качества студенческих работ до международного стандарта;
- приобретение студентами опыта работы в международном исследовательском коллективе;

- создание работающей русско-немецкой сети молодых исследователей-социологов;
- привлечение студентов к научной карьере;
- подготовка англоязычных статей на основе исследовательских проектов.

Описание эмпирических данных

Все исследовательские мини-проекты реализовывались студентами на основе двух баз данных: (1) Российский мониторинг экономики и здоровья (РМЭЗ); (2) Немецкая социально-экономическая панель (Germany Socio-Economic Panel, GSOEP) Эти базы данных представляют собой репрезентативные для стран лонгитюдные обследования домохозяйств с практически идентичными вопросниками, что позволяет проводить сравнительные исследования. Участники проекта сами определяли количество и номера волн, которые они использовали в своих исследованиях в соответствии с поставленными в работе целями.

Российский мониторинг экономики и здоровья представляет собой серию общенациональных репрезентативных опросов, проводившихся в нашей стране в 1992–2008 годах и осуществляемых в два этапа по двум различным репрезентативным общероссийским выборкам. На первом этапе были проведены четыре обследования (волны); на втором этапе — четырнадцать.

Сбор данных на первом этапе (1–4 волны) осуществлялся Госкомстатом при содействии Российского центра профилактической медицины, Институтом социологии РАН и центром Paragon Research International. Полевые исследования второго этапа (5–18 волны) проводились Институтом социологии РАН совместно с Paragon Research International. В ходе опроса собирались данные по следующим разделам: миграция, работа, медицинское обслуживание, оценка здоровья и т. д.

Концепция Немецкой социально-экономической панели состоит в том, чтобы опрашивать одни и те же домохозяйства каждый год; как правило, опрос проводится в марте. Панель была введена в 1984 г. в Западной Германии, и в 1990 г. — в Восточной Германии. Общая выборка составляет порядка 20 тыс. человек для последних лет. Эти данные позволяют анализировать различные аспекты трудовой биографии респондента, в том числе его текущий статус на рынке труда, тип контракта, характеристики рабочего места и самого работника.

Этапы проекта

1. Проведение конкурса заявок, на основе которого ГУ ВШЭ и Университета Мартина Лютера, г. Галле, отбирали участников, после чего отобраным кандидатам было предложено доработать свои заявки с учётом комментариев руководителей проекта.
2. Вторым этапом проекта стало проведение в середине января 2009 г. первого недельного русско-немецкого семинара в Университете Мартина Лютера, г. Галле. Первые два дня были посвящены презентациям заявок всех участников и формированию мини-исследовательских групп (2–3 человека) на основе общности тем. Затем в рамках семинара участники разрабатывали программы совместных исследований. Кураторы и руководители проекта провели несколько методологических семинаров по методике проведения сравнительных исследований, а также по обзору сопоставимых баз данных (RLMS и GSOEP). В последние два дня семинара участникам было предложено представить свои будущие совместные проекты (тема, проблема, цель, методология, данные и предполагаемые результаты). Каждый студенческий исследовательский проект получил куратора из числа руководителей-организаторов проекта.

3. После семинара началась работа над совместными проектами, которая продолжалась около четырёх месяцев. Каждая из сторон работала над своей частью проекта в своём университете, взаимодействуя с партнёрами по электронной почте. Для этого этапа были установлены два контрольных срока: (1) время сдачи доработанной программы и обзора литературы, а также (2) методологии и первичных результатов.
4. Четвёртый этап проекта заключался в проведении заключительного второго семинара, в рамках которого студенты представляли результаты своих проектов и получали критические замечания и советы по доработке. Данный семинар проходил в начале мая 2009 г., в Москве, в Высшей школе экономики. В качестве экспертов были приглашены преподаватели кафедры экономической социологии и Центра трудовых исследований.
5. Заключительным этапом проекта явилась доработка текстов участниками и подготовка итоговых публикаций на английском языке.

Финансирование

Финансировалось только проведение семинаров; каждая сторона самостоятельно искала средства на оплату проезда и проживания. Место (аудитории и компьютерные классы) для проведения, кофе-паузы и частично питание были организованы за счет принимающей стороны. Взаимопомощь оказывалась в оформлении приглашений и виз для поездок.

Российская сторона была поддержана средствами ГУ ВШЭ: факультет социологии профинансировал восемь студентов, полностью оплатив им проживание и дорогу. Факультет также полностью оплатил командировку руководителя проекта и организатора-куратора. Ещё семь студентов были профинансированы из средств центрального бюджета ГУ ВШЭ.

Немецкая сторона получила финансирование от Германской службы академических обменов (DAAD).

Список тем студенческих исследовательских проектов

1. Mobility on Labour Markets of Germany and Russia (Мобильность на рынках труда России и Германии). В. Jonda, К. Markina.
2. Poverty in Russia and Germany (Бедность в России и Германии). S. Kisson, К. Fokina.
3. Job Satisfaction Depending on Education Level (Удовлетворённость трудом в зависимости от уровня образования). О. Goldenberg, Е. Ucheva, А. Bobisheva.
4. Finding a Job after Unemployment: Key Factors in Russia and Germany (Поиск работы безработными: ключевые факторы для России и Германии). Т. Ketzmeric, М. Malkova, Е. Gladnikova.
5. Gender Wage Gap in Russia and Germany (Гендерный разрыв в оплате труда в России и Германии). F. Samos, А. Grigorieva.
6. Elderly People on Labour Market in Russia and Germany (Старшее поколение работников на рынке труда в России и Германии). Е. Hramova, Е. Kolotova, V. Daev.

7. Why Do People Study at Adult Training Courses? (Почему люди продолжают обучение после окончания вузов?) M. Heise, Ch. Shindel, A. Suhova.
8. Youth Unemployment and Residential Location (Безработица молодёжи и географические факторы). G. Vulturius, E. Dayanova.
9. Comparison of Labor Behavior in Russia and Germany: View by Means of Secondary Employment (Сравнительный анализ поведения на рынке труда в России и Германии: вторичная занятость). Ch. Schladitz, N. Vasilieva, A. Schekova.
10. Vertical Mobility (Вертикальная мобильность). Ch. Ditrich, M. Kalabina.

В результате из 10 проектов были подготовлены три качественных статьи, готовые к публикации; ещё три статьи нуждались в доработке; четырём же статьям требовалась серьёзная доработка. Отчасти как результат проекта можно расценивать заинтересованность российских участников в дальнейшей научной карьере. Три студентки, успешно окончив магистратуру, продолжили обучение в аспирантуре ГУ ВШЭ; одна студентка поступила на программу PhD в США. Кроме того, три студентки стали сотрудниками научных подразделений ГУ ВШЭ.

Заметки на полях

Одна из главных задач для организаторов проекта такого рода — создать мотивацию у студентов к выполнению исследовательской работы качественно и до конца. Для российских студентов мотивация была найдена: обязательства по отношению к факультету за финансирование поездки в Германию плюс итоговая публикация по результатам работы. Самым трудным оказалось организовать работу слабо мотивированных коллег из Германии, так как для них никто никаких требований не ставил, обязательств они ни перед кем не имели. Поэтому нашим студентам было сложно добиться от них соответствующих материалов и результатов по данным Немецкой социально-экономической панели к уставленному сроку. Следовательно, в будущем имеет смысл обсуждать данный вопрос с противоположной стороной заранее.

В целом такого рода проекта очень полезны не только для развития навыков проведения международных исследований и написания статей на английском языке, но и для формирования новых связей с будущими социологами из других стран. Кроме того, наши студенты получили возможность ознакомиться с методами преподавания и процессом обучения социологии за рубежом. Так, в Германии делается больший упор на важности теоретических знаний и, в целом, предъявляется меньше требований к студентам по сравнению с Россией. Крайне полезным оказался опыт этого проекта и для его руководителей. Обе стороны договорились о продолжении такого рода взаимосвязей двух университетов в будущем. Возможно, в случае решения финансового вопроса уже в следующем году проект стартует вновь.

УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ

И. В. Павлюткин, И. С. Чириков

Основные социологические подходы к анализу организаций

Факультет социологии ГУ ВШЭ, осень 2010



ПАВЛЮТКИН Иван Владимирович — старший преподаватель кафедры экономической социологии, младший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: euhominid@gmail.com

Описание курса

Курс представляет собой введение в социологию организаций и рассчитан на студентов бакалавриата факультета социологии, прослушавших базовые курсы по истории социологии, экономической социологии, микроэкономике-1.

Цель курса состоит в представлении ключевых подходов в социологии организаций как на уровне теоретических концептов и моделей, так и на уровне эмпирических исследований; в знакомстве студентов с базовыми методами и техниками исследования организаций.

В результате прохождения учебного курса студенты должны:

- уметь ориентироваться в различных социологических подходах к анализу организаций и литературе по каждому подходу;
- получить навыки критического анализа данных подходов (понимать их преимущества и ограничения);
- получить базовые аналитические навыки социологического исследования организаций;
- иметь представление о ключевых методах исследования организаций и их ограничениях.

Базовая литература по курсу

В качестве базового учебника по курсу выбрана книга Р. Скотта, в которой представлены доминирующие подходы в социологии организации, а также наиболее полно и ясно отражена эволюция взглядов на организации. Книга является учебником и написана простым языком.

Scott R. W. 2003. *Organizations: Rational, Natural and Open Systems*. 5th edn. New Jersey: Pearson Education Inc.



ЧИРИКОВ Игорь Сергеевич — аспирант кафедры анализа социальных институтов, директор Центра внутреннего мониторинга ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: igor.chirikov@gmail.com

Формы контроля

Итоговая оценка по курсу является кумулятивной и складывается из следующих составляющих:

- работа на семинарах (30%);
- эссе (30%);
- итоговый экзамен по курсу (40%).

Требования к докладам

Семинарские занятия организованы в форме докладов. Доклад делается студентом на основе предложенной литературы. Статьи для разбора на семинарах предоставляются в электронном виде и подобраны таким образом, чтобы в них присутствовало описание теоретического подхода, методологической части и эмпирических результатов. Обсуждение доклада, посвящённого одной из тем курса, предполагает не только определение самого подхода, но и логики построения исследовательской аргументации и организации самого исследования.

В течение каждого семинара делается два доклада по теме семинара (15 минут) и обсуждаются интересующие слушателей вопросы (10 минут). Студент должен представить к началу семинарского занятия тезисы доклада (1–2 страницы), а также ответить на вопросы студентов и преподавателя после доклада.

Самостоятельная работа студентов

Обучение в рамках курса предполагает значительное время на самостоятельную работу студентов. По каждой теме курса предложена основная и дополнительная литература. Вся имеющаяся периодическая литература доступна студентам через соответствующие базы¹ (JSTOR, EBSCO, ProQuest и т. д.). Книги (главы), предлагаемые к прочтению, предоставляются студентам по запросу в электронном виде.

Заключительная тема курса посвящена методам исследования организаций и предполагает практические задания для самостоятельного выполнения студентами.

Организация курса предполагает написание эссе, чтобы студенты показали умение самостоятельной работы в рамках предложенных теоретических подходов и методов исследования организаций. Объём эссе должен быть не менее 2500 слов.

¹ Постоянная ссылка на электронные ресурсы библиотеки ГУ ВШЭ (<http://library.hse.ru/e-resources/e-resources.htm>). — Примеч. авт.

Основные темы курса

1. Социология организаций: ключевые категории и подходы.
2. Теория рациональной бюрократии М. Вебера.
3. Организация как естественная система (теории функционализма).
4. Теории фирмы и экономика некоммерческих организаций.
5. Организации как открытые системы: экологический подход к анализу организаций.
6. Новый институционализм в организационном анализе: проблематика организационных изменений.
7. Размывание организационных границ: сетевой подход к анализу организаций.
8. Теория договорного порядка в организационных исследованиях.
9. Организация как единство практических действий.
10. Качественные методы в исследовании организаций.
11. Метод исследования кейсов в социологии организаций.

Тема 1. Социология организаций: ключевые категории и подходы

Понятие «организация» и подходы к определению организаций. Два понимания организаций в социальных науках. Организация как система и процесс. Типы организаций: деловые организации, или бизнес-организации; некоммерческие организации; государственные организации; бюрократии.

Предмет и ключевые категории социологии организаций. Самоопределение социологии организаций по отношению к современным теориям менеджмента и экономике организаций. Крупные исследовательские проекты в социологии организаций. Специфика социологических подходов к анализу организаций. Логика курса и принцип отбора подходов для рассмотрения.

Обязательная литература

Scott R. W. 2003. *Organizations: Rational, Natural and Open Systems*. 5th edn. New Jersey: Pearson Education Inc.: 3–31 (Ch. 1.).

Дополнительная литература

Щербина В. В. 2000. *Социальные теории организаций*: Словарь. М.: ИНФРА-М.

Chandler A. D. 1990. *Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise*. Cambridge: MIT Press: 19–52 (Ch. 1.).

Donaldson L. 1996. *For Positivist Organization Theory*. London: Sage Publications: 1–19.

Pedersen J. S., Dobbin F. 1997. The Social Invention of Collective Actors: On the Rise of the Organization. *The American Behavioral Scientist*. 40 (4): 431–442.

Perrow C. 1991. A Society of Organizations. *Theory and Society*. 20: 725–62.

Perrow C. 2000. An Organizational Analysis of Organizational Theory. *Contemporary Sociology*. 29 (3): 469–476.

Scott W. R. 2004. Reflections on a Half-Century of Organizational Sociology. *Annual Review Sociology*. 30: 1–21.

Thornton P. H. 2009. The Value of the Classics. In: Adler P. S. (ed.). *The Oxford Handbook of Sociology and Organization Studies: Classical Foundations*. Oxford, UK: Oxford University Press: 20–39.

Тема 2. Теория рациональной бюрократии М. Вебера

Формальная организация как продукт и двигатель эпохи модерна. Основные этапы возникновения крупных хозяйственных организаций. Отделение собственности от управления. Обособление бюрократии.

Концепция бюрократии в системе основных социологических понятий. Понятие «союз» (*Verband*). Хозяйственные союзы. Рационализация различных форм союзов. Типы господства. Легальное господство и его роль в формировании бюрократических структур. Бюрократия как идеальный тип. Принципы работы бюрократического аппарата.

Дисфункции бюрократии и критика рационально-бюрократической модели организации. Трансформация бюрократии из средства достижения целей в «цель в себе» (Р. Мёртон). Дисфункции делегирования и специализации в организациях (Ф. Селзник). Влияние профессионального знания на функционирование бюрократических структур. Множественность типов бюрократии (А. Гоулднер). Динамика бюрократии (П. Блау).

Обязательная литература

Мёртон Р. 2006. *Социальная теория и социальная структура*. Ч. 2. Гл. 8: «Бюрократическая структура и личность». М.: Хранитель; 323–337.

Weber M. 1978. *Economy and Society*. Vol. 1. Ch. 3. Berkeley: University of California Press; 217–226

Дополнительная литература

Битэм Д. 1997. Бюрократия. *Социологический журнал*. 4: 165–185.

Блау П. М. 1970. Исследование формальных организаций. В кн.: Осипов Г. В. (ред.). *Американская социология. Перспективы. Проблемы. Методы*. М.: Прогресс; 93–105.

Вебер М. 2002. Основные социологические понятия. Пер. с нем. А. Ф. Филиппова. В кн.: *Теоретическая социология. Антология*: В 2 ч. Пер. с англ., фр., нем., ит. Сост. и общ. ред. С. П. Баньковской. Ч. 1. М.: Книжный дом «Университет»; 70–146.

Эванс П. Раух Дж. 2006. Бюрократия и экономический рост. *Экономическая социология*. 7 (1): 38–61. <http://ecsoc.hse.ru/issues/2006-7-1/index.htm>

Rothschild-Whitt J. 1979. The Collectivist Organization: An Alternative to Rational-Bureaucratic Models. *American Sociological Review*. 44 (4): 509–527.

Selznick P. 1943. An Approach to a Theory of Bureaucracy. *American Sociological Review*. 8 (1): 47–54.

Тема 3. Организация как естественная система (теории функционализма)

Естественная vs. рациональная система. Генезис представления об организации как о естественной системе: школа человеческих отношений (Э. Мэйо), теории X и Y (Д. МакГрегор). Организация как

кооперативная система (Ч. Барнард). Институционализация нерациональных элементов в организации (Ф. Селзник).

Структурный функционализм в теории организаций (проект Т. Парсонса). Цели организации как функции более общей социальной системы. Механизмы определения и легитимирования целей организации. Классификация типов организаций в зависимости от целей. Способы экономической организации и получения ресурсов. Типы принимаемых решений в организации. Интеграция организации с другими социальными системами. Институциональная структура. Источники власти в организациях.

Обязательная литература

Scott R. W. 2003. *Organizations: Rational, Natural and Open Systems*. 5th edn. New Jersey: Pearson Education Inc.; 56–82 (Ch. 3).

Дополнительная литература

Parsons T. 1956. Suggestions for a Sociological Approach to the Theory of Organizations-I. *Administrative Science Quarterly*. 1 (1): 63–85.

Parsons T. 1956. Suggestions for a Sociological Approach to the Theory of Organizations-II. *Administrative Science Quarterly*. 1 (2): 225–239.

Selznick P. 1948. Foundations of the Theory of Organization. *American Sociological Review*. 13 (1): 25–35.

Stinchcombe A. L. 1959. Bureaucratic and Craft Administration of Production: A Comparative Study. *Administrative Science Quarterly*. 4: 168–187.

Zald M. N., Denton P. 1963. From Evangelism to General Service: The Transformation of the YMCA. *Administrative Science Quarterly*. 8: 214–34.

Тема 4. Теории фирмы и экономика некоммерческих организаций

Организация и фирма. Природа фирмы и экономические трансакции (Р. Коуз). Административная власть и минимизация внутрифирменных издержек. Размер и пределы роста организаций.

Фирма как совокупность контрактов (А. Алчиан, Х. Демсец). Проблема коллективного производства (*team production*). Угроза недобросовестности. Принципал и агент как участники игры в оппортунизм.

Новая институциональная экономика в организационном анализе. Теория трансакционных издержек и внутренняя структура фирмы (О. Уильямсон). Унитарная и мультидивизиональная структура организации. Критика экономического взгляда на организации.

Понятие «некоммерческая организация», её отличие от экономической фирмы. Альтруизм, доверие и роль некоммерческих организаций в обществе. Примеры функционирования некоммерческих организаций: школы, университеты, больницы, профсоюзы.

Обязательная литература

Коуз Р. 2000. Природа фирмы. В сб.: Гальперин В. М. (ред.). *Вехи экономической мысли. Теория фирмы*: Т. 2. СПб.: Экономическая школа; 11–33.

Фуруботн Э. Г., Рихтер Р. 2005. *Институты и экономическая теория: достижения новой институциональной экономической теории*. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского государственного университета; 271–386 (гл. 8).

Дополнительная литература

Алчиан А., Демсец Х. 2004. *Производство, информационные издержки и экономическая организация. Истоки*. М.: ИД ГУ ВШЭ; 166–207.

Долгопятова Т. Г., Ивасаки И., Яковлев А. А. (ред.). 2007. *Российская корпорация: внутренняя организация, внешние взаимодействия, перспективы развития*. М.: ИД ГУ ВШЭ; 260–297 (гл. 9); 376–403 (гл. 13).

Капелюшников Р., Демина Н. 2005. Влияние характеристик собственности на результаты экономической деятельности российских промышленных предприятий. *Вопросы экономики*. 2: 53–68.

Капелюшников Р. И., Демина Н. В. 2005. Обновление высшего менеджмента российских промышленных предприятий: свидетельства Российского экономического барометра. *Российский журнал менеджмента*. 3 (3): 27–42.

Менар К. 2005. Теория организаций: разнообразие соглашений в развитой рыночной экономике. В кн.: Олейник А. М. (ред.). *Институциональная экономика*. М.: ИНФРА-М; 191–241.

Милгром П. Робертс Д. 1999. *Экономика, организация, и менеджмент*: В 2 т. Т 1. М.: Экономическая школа; 45–94, 220–246, 412–460 (гл. 2, 5, 9).

Уильямсон О. И. 2000. Вертикальная интеграция производства: соображения по поводу неудач рынка. В сб.: Гальперин В. М. (ред.). *Вехи экономической мысли. Теория фирмы*: Т. 2. СПб.: Экономическая школа; 33–54.

Arrow K. J. 1964. Control in Large Organizations. *Management Science*. 10 (3): 397–408.

DiMaggio P. L., Anheier H. K. 1990. The Sociology of Nonprofit Organizations and Sectors. *Annual Review of Sociology*. 16 (1): 137–159.

Klein B. 1988. Vertical Integration as Organized Ownership: The Fisher Body-General Motors Relationship Revisited. *Journal of Law, Economics, and Organization*. 4: 199–233.

Masten S. E. 1984. The Organization of Production: Evidence from the Aerospace Industry. *Journal of Law and Economics*. 27: 403–417.

Menard C. 2005. A New Institutional Approach to Organization. In: Mernard C., Shirley M. M. (eds.). *Handbook of New Institutional Economics*. Netherlands: Springer; 281–318.

Rose-Ackerman S. 1996. Altruism, Nonprofits, and Economic Theory. *Journal of Economic Literature*. 34: 701–728.

Perrow C. 1986. Economic Theories of Organization. *Theory and Society*. 15: 11–45.

Тема 5. Организации как открытые системы: экологический подход к анализу организаций

Критика рационалистских теорий организационных изменений. От адаптации к селекции. Организационные изменения и структурная инерция. Внутренние и внешние факторы структурной инерции.

Понятие «организация как открытая система». Социальная экология (А. Хоули). Окружающая среда организации и её эволюция. Уровни анализа организационной среды: от организационного комплекса (*organization set*) к организационной популяции (*organizational population*). Понятие «организационная популяция».

Понятие «организационная форма». Откуда возникает разнообразие организационных форм? Естественный отбор и три стадии экологического изменения. Дженерализм и специализация. Среда как оптимизирующая сила.

Рождение и смерть организаций: логика организационной демографии. Р-стратегии и К-стратегии. Новые и стабильные организационные популяции. Возраст и размер организационной популяции как факторы организационной динамики.

Обязательная литература

Радаев В. В. 2005. Популяционная экология организаций: особенности эволюции, проблемы и перспективы. *Российский журнал менеджмента*. 3 (2): 99–108.

Hannan M. T., Freeman J. 1977. The Population Ecology of Organizations. *American Journal of Sociology*. 82: 929–964.

Дополнительная литература

Олдрич Х. 2004. Предпринимательские стратегии в новых организационных популяциях. В сб.: Радаев В. В. (ред. и сост.). *Западная экономическая социология. Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН; 211–225.

Baum J. A. C. 1996. Organizational Ecology. In: Clegg St., Hardy C., Nord W. R. (eds.). *Handbook of Organization Studies*. London and Thousand Oaks: Sage Publications; 71–109.

Dobrev S. D., Kim T. Y., Carroll G. R. 2002. The Evolution of Organizational Niches: U.S. Automobile Manufacturers, 1885–1981. *Administrative Science Quarterly*. 47 (2): 233–264.

Hannan M. T., Freeman J. 1984. Structural Inertia and Organizational Change. *American Sociological Review*. 49: 149–164.

Hannan M. T., Freeman J. 1987. The Ecology of Organizational Founding: American Labor Unions, 1836–1985. *American Journal of Sociology*. 92: 910–943.

- Jitendra S., Lumsden C., Singh J. V. 1990. Theory and Research in Organizational Ecology. *Annual Review of Sociology*. 16: 161–195.
- Ruef M. 2000. The Emergence of Organizational Forms: A Community Ecology Approach. *American Journal of Sociology*. 106: 658–714.
- Scott W. R. 1998. *Organizations: Rational, Natural and Open Systems*. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey; 126–141 (Ch 6).
- Swaminathan A. 1995. The Proliferation of Specialist Organizations in the American Wine Industry, 1941–1990. *Administrative Science Quarterly*. 40 (4): 653–680.
- Young R. C. 1988. Is Population Ecology a Useful Paradigm for the Study of Organizations? *American Journal of Sociology*. 94 (1): 1–24.

Тема 6. Новый институционализм в организационном анализе: проблематика организационных изменений

Теория обстоятельств (*contingency theory*) и её критика. Размер, технология и внешняя среда как ключевые факторы организационной структуры. Критика институциональной экономики организаций. Отличие «старого» и «нового» институционализма в организационном анализе. Новый институционализм и теория ресурсной зависимости (*resource-dependence theory*).

Экспансия государственных бюрократий и проблема рационализации управления в крупных организациях. Переплетение формальной и неформальной структуры организации. Идея организационной анархии и модель «мусорная корзина» (*garbage can model*). Институциональная среда и организации как слабо сцепленные системы (*loose coupling*). Почему организации становятся всё более сложными?

Два понимания процесса институционализации в исследованиях организаций. Институциональная структура организации и понятие «действие». Понятие «организационная идентичность» и проблема исследования организационных изменений.

Организационная эффективность vs. легитимность организации. Почему организации так похожи друг на друга? Понятие «изоморфизм», типы изоморфизма, отличие от изопраксизма. Организационное поле, структуры доминирования и коллективная рациональность.

Обязательная литература

Димаджио П. Дж., Пауэлл У. В. 2010. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях. *Экономическая социология*. 11 (1): 34–56. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2010-11-1/index.html>

Meyer J. W., Rowan B. 1977. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*. 83 (2): 340–363.

Дополнительная литература

Скотт Р. 2007. Конкурирующие логики в здравоохранении: профессиональная, государственная и менеджериальная. *Экономическая социология*. 8 (1): 27–44. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2007-8-1/index.html>

- Хасс Дж. 2007. Социологический институционализм и анализ организаций. *Вестник Санкт-Петербургского университета*. 8 (3): 112–125.
- Covaleski M. A., Dirsmith M. W. 1988. An Institutional Perspective on the Rise, Social Transformation, and Fall of a University Budget Category. *Administrative Science Quarterly*. 33 (4): 562–587.
- Glynn M. A. 2000. When Cymbals Become Symbols: Conflict over Organizational Identity within a Symphony Orchestra. *Organization Science*. 11: 285–298.
- Kraatz M. S., Zajac E. J. 1996. Exploring the Limits of the New Institutionalism: The Causes and Consequences of Illegitimate Organizational Change. *American Sociological Review*. 61 (5): 812–836.
- Powell W., DiMaggio P. (eds.). 1991. *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Thornton P. H., Ocasio W. 1999. Institutional Logics and the Historical Contingency of Power in Organizations: Executive Succession in the Higher Education Publishing Industry, 1958–1990 *The American Journal of Sociology*. 105 (3): 801–838.
- Tolbert P. S., Zucker L. G. 1996. The Institutionalization of Institutional Theory. In: Clegg St., Hardy C., Nord W. R. (eds.). *Handbook of Organization Studies*. London and Thousand Oaks: Sage Publications; 169–185.
- Selznick P. 1996. Institutionalism «Old» and «New». *Administrative Science Quarterly*. 41: 270–277.
- Weick K. E. 1976. Educational Organizations as Loosely Coupled Systems. *Administrative Science Quarterly*. 21: 1–19.
- Zucker L. G. 1977. The Role of Institutionalization in Cultural Persistence. *American Sociological Review*. 42 (5): 726–743
- Zucker L. G. 1987. Institutional Theories of Organization. *Annual Review of Sociology*. 13: 443–464.

Тема 7. Размывание организационных границ: сетевой подход к анализу организаций

Теория социальных сетей и исследования организаций. Проблема размывания организационных границ: динамика ресурсной зависимости, «переплетённый директорат», рост горизонтальных форм кооперации между организациями. Сети и организация информации.

Характеристики и свойства социальных сетей. Понятие «межорганизационное взаимодействие». Социальный капитал организации. Структурная автономия организации и экономическая эффективность.

Вертикальная и горизонтальная интеграция организации. Сетевые формы организации. Деловые сети и бизнес-группы. Значение плотных и удаленных связей для организации. Важны ли отсутствующие связи? Структурная пустота (*structural hole*) как конкурентное преимущество. Структурная складка (*structural fold*) и продуктивная межгрупповая сплочённость.

Обязательная литература

Пауэлл У., Смит-Дор Л. 2004. Сети и хозяйственная жизнь. В сб.: Радаев В. В. (ред. и состав.). *Западная экономическая социология. Хрестоматия современной классики*. М.: РОССПЭН; 226–280.

Podolny J. Page K. 1998. Network Forms of Organization. *Annual Review of Sociology*. 24: 57–76.

Дополнительная литература

Блом Р., Мелин Х., Сарно И., Сарно А. А. 2005. Социальный капитал доверия и менеджериальные стратегии. *Мир России*. XIV (2): 126–159.

Ведреш Б., Старк Д. 2010. Структурные складки: продуктивный разрыв в пересекающихся группах. *Экономическая социология*. 11 (4): 69–105. <http://ecsoc.hse.ru/issues/2010-11-4/annot.html>

Старк Д. 2002. Гетерархия: неоднозначность активов и организация разнообразия. В сб.: Радаев В. В. (ред. и состав.). *Экономическая социология. Новые подходы к институциональному и сетевому анализу*. М.: РОССПЭН; 47–95.

Узци Б. 2007а. Источники и последствия укорененности для экономической эффективности организаций: влияние сетей. *Экономическая социология*. 8 (3): 44–60. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2007-8-3/index.html>

Узци Б. 2007б. Источники и последствия укоренённости для экономической эффективности организаций: влияние сетей (окончание). *Экономическая социология*. 8 (4): 43–59. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2007-8-4/index.html>

Baker W. 1990. Market Networks and Corporate Behavior. *American Journal of Sociology*. 96 (3): 589–625.

Burt R. S. 1992. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press: 8–50.

Owen-Smith J., Powell W. W. 2004. Knowledge Networks as Channels and Conduits: The Effects of Spillovers in the Boston Biotechnology Community. *Organization Science*. 15 (1): 5–21.

Powell W. W. 1990. Neither Market nor Hierarchy: Network Forms of Organization. In: Staw B. M., Cummings L. L. (eds.). *Research in Organizational Behavior*. 12; 295–336. http://www.stanford.edu/~woodyd/papers/powell_neither.pdf

Saxenian A. 2005. From Brain Drain to Brain Circulation: Transnational Communities and Regional Upgrading in India and China. *Studies in Comparative International Development*. 40 (2): 35–61.

Tichy N. M., Tushman M. L., Fombrun C. 1979. Social Network Analysis for Organizations. *The Academy of Management Review*. 4 (4): 507–519.

Uzzi B. 1997. Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness. *Administrative Science Quarterly*. 42: 35–67.

Whittington K. B., Owen-Smith J., Powell W. W. 2009. Networks, Proximity, and Innovation in Knowledge-intensive Industries. *Administrative Science Quarterly*. 54: 90–122.

Тема 8. Теория договорного порядка в организационных исследованиях

Символический интеракционизм и исследования организаций. Критика рационально-бюрократической модели организации интеракционистами. Исследования медицинских учреждений, колледжей, рынков, сферы искусства.

Ключевые понятия теории договорного порядка. Значимые жесты и обобщённый другой. Процесс сигнификации. Переговоры как символическое взаимодействие. Темпоральность и эмерджентность переговоров. Дезорганизация и определение ситуации. Коллективные действия и конвенции.

Обязательная литература

Чириков И. 2009. *Метафора «договорного порядка» как исследовательская перспектива в социологии организаций*. Препринт WP4/2009/02. М.: ИД ГУ ВШЭ.

Strauss A. 1978. *Negotiations: Varieties, Contexts, Processes and Social Order*. San-Francisco: Josey-Bass; 1–27.

Дополнительная литература

Day R., Day J. 1977. A Review of the Current State of Negotiated Order Theory: An Appreciation and a Critique. *The Sociological Quarterly*. 18: 126–142.

Hall P. 1987. Interactionism and the Study of Social Organization. *The Sociological Quarterly*. 28 (1): 1–22.

Maines D. 1977. Social Organization and Social Structure in Symbolic Interactionist Thought. *Annual Review of Sociology*. 3: 235–259.

Farberman H. A. 1975. Criminogenic Market Structure: the Automobile Industry. *The Sociological Quarterly*. 16: 438–457.

Kleinman S. 1982. Actors' Conflicting Theories of Negotiation: the Case of a Holistic Health Center. *Urban Life*. 11: 312–327.

Morgan D. 1975. Autonomy and Negotiation in an Industrial Setting. *Sociology of Work and Occupations*. 2: 203–226.

Strauss A., Schatzman L., Ehrlich D., Bucher R., Sabshin M. 1963. The Hospital and Its Negotiated Order. In: Freidson E. (ed.). *The Hospital in Modern Society*. NY: Free Press; 147–169.

Surgue N. 1982. Emotions as Property and Context for Negotiation. *Urban Life*. 11: 280–292.

Тема 9. Организация как единство практических действий

Этнометодологические исследования организаций. Организационная реальность как совокупность «практических обоснований». Роль практик в формировании фонового знания об организации. Три

способа конструирования общего понимания организации (Э. Биттнер): гамбит соответствия; стилистическое единство; функциональная целостность.

Материальные объекты и технологии в организационных практиках. «Материальное измерение» в исследованиях организаций. Социоматериальные практики в организациях (В. Орликовски). Роль технологии в организационном обучении (Дж. Опп). Стратегия организации как практика.

Обязательная литература

Bittner E. 1965. The Concept of Organization. *Social Research*. 32: 230–255.

Orlikowski W. J. 2000. Using Technology and Constituting Structures: A Practice Lens for Studying Technology in Organizations. *Organization Science*. 11 (4): 404–428.

Дополнительная литература

Bittner E. 1967. The Police on Skid-Row: A Study of Peace Keeping. *American Sociological Review*. 32 (5): 699–715.

Garfinkel H. 1994. *Studies in Ethnomethodology*. Cambridge: Polity Press; 1–34 (.Ch. 1).

Jarzabkowski P., Wilson D. C. 2002. Top Teams and Strategy in a UK University. *Journal of Management Studies*. 39 (3): 355–382.

Livingston E. 1987. *Making Sense of Ethnomethodology*. London: Routledge; 1–20 (Chs. 1–5).

Orlikowski W. J. 2007. Sociomaterial Practices: Exploring Technology at Work. *Organization Studies*. 28: 1435–1448.

Orr J. 1996. *Talking About Machines: An Ethnography of a Modern Job*. Ithaca, NY; London: Cornell University Press; 14–66 (Chs. 1–2).

Whittington R. 2006. Completing the Practice Turn in Strategy Research. *Organization Studies*. 27: 613–634.

Yanow D. 2006. Talking about Practices: On Julian Orr's Talking About Machines. *Organization Studies*. 27: 1743–1756.

Тема 10. Качественные методы в исследовании организаций

История этнографических и антропологических исследований организаций. Хоуторнские исследования с точки зрения методологии. Роль качественных методов сбора и анализа данных в современной социологии организаций. Исследовательские стратегии в ходе изучения неформальных отношений, организаций как символических систем, организаций и их окружения, организационных изменений, этики и норм, власти и контроля в организациях.

Стратегии полевого исследования. *Grounded Theory* как исследовательская стратегия. Два проекта *Grounded Theory*. Получение доступа, вход в поле. Организация сбора данных: интервью, записи, дневники. Анализ данных: метод постоянного сравнения, кодирование, типы кодов, программное обеспечение. Использование данных в ходе написания отчета.

Обязательная литература

Романов П. В. 1999. Социальная антропология организаций: история, эпистемология и основные методологические принципы. *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2 (4): <http://soc.pu.ru/publications/jssa/1999/4/romanov.html>

Schwartzman H. 1993. *Ethnography in Organizations*. Newbury Park: Sage: 1–27.

Дополнительная литература

Козина И. М. 1995. Особенности применения стратегии «исследование случая» (*case study*) при изучении производственных отношений на промышленном предприятии. *Социология: 4М*. 5–6: www.isras.ru/files/File/4M/5-6/Kozina.pdf

Barley S. R. 1983. Semiotics and the Study of Occupational and Organizational Culture. *Administrative Science Quarterly*. 28: 393–413.

Cassel C., Symon G. (eds.). 2004. *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*. London: Sage.

Fine G. A., Morrill C., Surianarain S. 2009. Ethnography in Organizational Settings. In: *The SAGE Handbook of Organizational Research Methods*. London: Sage.
[http://www.law.berkeley.edu/centers/csls/conferences/Fine,%20Morrill,%20and%20Surianarain%20-%20Org%20Ethnography%20\(2008\).pdf](http://www.law.berkeley.edu/centers/csls/conferences/Fine,%20Morrill,%20and%20Surianarain%20-%20Org%20Ethnography%20(2008).pdf)

Rennie D. 1998. Grounded Theory Methodology: the Pressing Need for a Coherent Logic of Justification. *Theory & Psychology*. 8: 101–119.

Stake R. The Case Study Method in Social Inquiry. *Educational Researcher*. 7: 5–8.

Strauss A., Corbin J. 1990. *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedure and Techniques*. London: Sage.

Van Maanen J. 1979. The Fact of Fiction of Organizational Ethnography. *Administrative Science Quarterly*. 24: 539–550.

Тема 11. Метод исследования кейсов в социологии организаций

Изучение кейсов как исследовательская стратегия: зачем нужны кейсы и на какие вопросы они могут ответить? Виды кейс-стади: объяснительные, описательные, открывающие (разведывательные). Кейс-стади и *grounded theory*.

Дизайн исследования и основные стадии подготовки кейса. Информационно-ориентированная выборка. Обобщение в кейс-стади исследовании. Вопросы валидности и надёжности. Практики исследования организаций методом кейс-стади.

Обязательная литература

Eisenhardt K. M. 1989. Building Theories From Case Study Research. *Academy of Management*. 14 (4): 532–550.

Yin R. K. 1984. *Case Study Research: Design and Methods*. Newbury Park, CA: Sage; 1–19 (Ch. 1).

Дополнительная литература

Козина И. М. 1997. Case Study: некоторые методические проблемы. *Рубеж (альманах социальных исследований)*. 10–11: 177–189.

Романов П. В. 2005. Стратегия кейс-стади в исследовании социальных служб. *Социологические исследования*. 4: 101–110.

Baxter P., Jack S. 2008. Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers. *The Qualitative Report*. 13 (4): 544–559.

Bent F. 2006. Five Misunderstandings About Case-Study Research. *Qualitative Inquiry*. 12 (2): 219–245.

Burawoy M. 1998. The Extended Case Method. *Sociological Theory*. 16 (1): 4–33.

Harris S., Sutton R. 1986. Functions of Parting Ceremonies in Dying Organizations. *Academy of Management Journal*. 19: 5–30.

Martin P. Y., Turner B. A. 1986. Grounded Theory and Organizational Research. *Journal of Applied Behavioral Science*. 22: 141–157.

Stake R. 2005. Qualitative Case Studies. In: Denzin N. K., Lincoln Y. S. (eds.). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. 3rd edn. California: Sage Publications; 443–466.

Yin R. K. 1984. *Case Study Research: Design and Methods*. Newbury Park, CA: Sage.

Вопросы для письменной экзаменационной работы

1. Каков предмет социологии организаций и в чём состоит его исследовательская специфика в сравнении с экономическими и менеджериальными подходами?
2. В чём отличия понимания организации как системы и как процесса?
3. Охарактеризуйте основные типы современных организаций: деловые, или бизнес-организации; некоммерческие организации; государственные организации и бюрократии.
4. Перечислите основные черты понятий «союз» и «хозяйственный союз» у М. Вебера.
5. Какова роль легального господства в формировании бюрократических структур (согласно теории М. Вебера)?
6. Каковы основные черты бюрократии как идеального типа и рационально-бюрократической модели организации?

7. В чём заключаются основные пункты критики рационально-бюрократической модели организации М. Вебера?
8. Каковы основные положения теорий организации как естественной системы?
9. Как происходит институционализация нерациональных элементов в организациях (согласно теории Ф. Селзника)?
10. Каким образом крупные социальные системы могут оказывать влияние на развитие организаций (в теоретическом проекте Т. Парсонса)?
11. Чем объясняется существование фирмы в экономике и в чём состоит теорема Р. Коуза?
12. Чем объясняется значительная роль некоммерческих организаций в хозяйстве и обществе с точки зрения экономики?
13. Что такое транзакционные издержки, и каким образом они минимизируются с точки зрения экономической теории фирмы?
14. Чем объясняется разнообразие организационных форм в рамках популяционной экологии организаций?
15. В чём состоит специфика организации университета с точки зрения экономики некоммерческих организаций и нового институционального подхода?
16. В чём специфика сетевой формы организации, и почему сети стали играть значительную роль в современных организациях?
17. Что такое феномен слабого сцепления, и какую роль он играет в изменении организации?
18. Приведите пример сетевой формы организации и опишите её основные характеристики
19. В чём заключается отличие подходов «старого» и «нового» институционализма к анализу организаций?
20. Чем объясняется схожесть организаций в рамках нового институционального подхода в организационном анализе?
21. Что такое изоморфизм? Какие виды изоморфизма выделяются в рамках нового институционального подхода?
22. Чем объясняется низкий темп организационных изменений в рамках институционального подхода в организационном анализе?
23. Каким образом структурируется организационное поле? Приведите примеры.
24. В чём состоит отличие в понимании организационной идентичности как элемента организационной культуры и институциональной среды?

25. В чём состоит логика организации исследования методом кейс-стади?
26. Что такое «переплетённый директорат», и какую роль он играет в изменении организации?
27. В чём состоит объяснение различий в изменениях между фирмами-дженералистами и фирмами-специалистами? Приведите примеры.
28. В чём состоит отличие организационной популяции от простой совокупности организаций?
29. Каковы основные пункты критики рационально-бюрократической модели организации с позиций символического интеракционизма?
30. Какова роль переговоров в разрешении проблемных ситуаций и развитии организации?
31. В чём состоят принципиальные отличия этнометодологического подхода к анализу организаций?
32. Какие способы конструирования общего понимания организации выделяют этнометодологи?
33. Какова роль материальных объектов для существования и развития организации?

Примерные темы эссе

1. Могли ли формальные организации не возникнуть? Взаимосвязь генезиса организаций и основных характерных черт эпохи модерна.
2. Возможно ли нейтрализовать дисфункции бюрократии в крупных организациях?
3. В чём заключается отличие союза от рационально-бюрократической модели организации (в рамках теоретического аппарата М. Вебера)?
4. Являются ли организации рациональными? Сравнительный анализ теоретических аргументов функционалистов и интеракционистов.
5. Понятие бюрократии в работах Д. Битэма.
6. Роль секретариата в крупных российских организациях.
7. Критика нового институционального подхода в организационном анализе.
8. Корпоративное управление в России: взгляд сквозь призму экономики и социологии организаций.
9. Структура российской промышленной корпорации: как она исследуется в России?
10. Специфика социальной ответственности бизнеса в России: экономические и социологические аргументы.
11. Институциональная организация университетов в России и США.

12. Идеи менеджериализма в России, их реализация в крупных российских компаниях (кейс одной организации).
13. Роль научных диаспор в развитии инновационной экономики.
14. Кодификация основных теоретических подходов к анализу организационной социализации.
15. Роль оргтехники в современных офисных организациях.
16. Корпоративная переписка как способ конструирования символического единства организации.

КОНФЕРЕНЦИИ

М. Е. Маркин, Е. А. Назарбаева

Международная конференция по проблемам предпринимательства, семейного бизнеса и инноваций



МАРКИН Максим Евгеньевич — стажёр-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: mmarkin@hse.ru

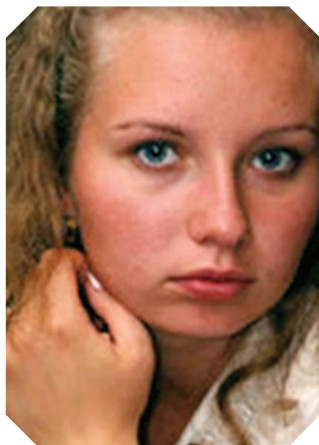
Анкара (Турция), 21–23 октября 2010 г.,

В Университете Чанкая (Çankaya University) в столице Турции Анкаре 21–23 октября 2010 г. прошла Международная конференция по проблемам предпринимательства, семейного бизнеса и инноваций (International Conference on Entrepreneurship, Family Business and Innovation; <http://entre2010.cankaya.edu.tr/>). Авторам данной статьи посчастливилось не только выступить на ней с докладом, но и принять участие в работе ряда секций.

Об университете и конференции

Начнём с небольшой предыстории. Подавая в мае месяце аннотацию будущего доклада, а в сентябре сдавая его полный текст, мы прежде всего руководствовались тем, что тематика конференции соответствует нашим научным интересам, в оргкомитет входят солидные учёные, а в работе примут участие представители академического сообщества многих стран. Так получилось, что название университета, организующего данное мероприятие, нам ничего не говорило, как, впрочем, и имена других институтов и школ Турции (всё-таки эта страна в настоящее время не входит в число ведущих стран в академической сфере). Однако накануне вылета мы обмолвились о своей предстоящей поездке профессору ГУ ВШЭ Л. Я. Косалсу, который, к нашему удивлению, посоветовал обратить особое внимание на организатора конференции. Он сказал, что в последние десятилетия в Турции был основан ряд университетов, по качеству преподавания и проводимой научной деятельности стремящихся (и весьма успешно) соответствовать международному уровню. Видимо, Университет Чанкая — один из них. Он отметил свой первый день рождения в 1997 г. и, как значится в официальной исторической справке о нём, его основание стало ответом на потребности тысяч турецких молодых людей в качественном образовании и академических исследованиях.

Университет Чанкая частный. Для России необычен и этот факт, и то, что именно в Чанкае проводилась конференция, так как у нас в стране большинство крупных международных научных мероприятий проходят в государственных вузах. По мнению одного из участников конференции, в этом отношении Турция просто уже успела перейти на следующую ступень раз-



НАЗАРБАЕВА Елена Алексеевна — стажёр-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

E-mail: enazarbaeva@hse.ru

вития. Не так давно там также более престижными считались известные государственные вузы, а частные ценились гораздо меньше. Произошедший перелом был связан с несколькими факторами. Во-первых, в государственных вузах рядовые преподаватели оказались в положении зависимости от руководителей подразделений, и в коммерческие вузы они пошли в поисках свободы научного творчества. Во-вторых, частные вузы с обязательной для студентов оплатой обучения готовы предложить преподавателям более высокую заработную плату. И наконец, в государственных вузах существуют жёсткие возрастные ограничения: достигнув определённого возраста, преподаватель должен уйти на пенсию. Коммерческие вузы такое ограничение сняли, и в определённый момент среди их сотрудников оказалось немало пусть и немолодых, но очень опытных и компетентных преподавателей и представителей научного сообщества.

Теперь несколько слов о международном характере конференции. Среди её участников, помимо большого числа докладчиков из Турции, оказались представители США, Великобритании, Голландии, Индии, Малайзии, Ирана, Бангладеш, Нигерии и России. И выбор темы конференции отнюдь не случаен: в Турции 95% всех малых предприятий являются семейными, отсюда и такой высокий интерес к изучению малого семейного бизнеса. В ходе обсуждения докладов участников выяснилось, что другие страны такими показателями похвастаться не могут. Но это не помешало американским коллегам в свойственной им экспрессивной манере убеждать слушателей в важности лидерских качеств для каждого предпринимателя, а также подчёркивать положительное влияние наличия бизнес-планов на успешность функционирования даже небольших предприятий. Представители Бангладеш, напротив, воздержались от смелых обобщений и описали конкретные жизненные пути успешных предпринимателей в родной стране на основе биографического метода.

О бизнес-образовании и российской бюрократии

Обратимся к обсуждавшимся на конференции вопросам. Пристальное внимание было уделено теме бизнес-образования — об этом шла речь как на пленарном заседании, так и на одной из секций.

Начало обсуждению темы положил доклад американского профессора Ханса Виссема (Hans Wissema), автора книги «Towards the Third Generation University» («На пути к университету третьего поколения»), переведённой уже на несколько языков¹. Охарактеризовав вначале типичные гумбольдтовские университеты, он обратился к анализу формирующихся университетов нового поколения. По прогнозам докладчика, в будущем нас ожидает расслоение университетов на «топовые» и локальные: первые будут притягивать студентов со всего мира, а удел последних — обучение более слабо подготовленных студентов. Правда, в данном случае и о бюджетных местах в университетах населению придётся забыть, так как обучение должно

¹ В настоящее время в издательстве Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета готовится перевод этой книги на русский язык. — *Здесь и далее примеч. авт.*

стать полностью платным, а государственные деньги, выделяемые на образование, будут передаваться специальным фондам для финансирования исследований и подготовки кадров по интересным им специальностям. Помимо этого возможность финансировать обучение получают фирмы, заинтересованные в сотрудниках с университетским образованием. При этом стоимость обучения будет напрямую зависеть от материальных затрат на него: обучение физике с использованием дорогих материалов и оборудования окажется весьма недешёвым, а наименее затратными станут гуманитарные специальности.

Данный доклад заслуживает отдельного внимания не только в силу достаточно интересных предположений автора, но и ещё как минимум по одной причине: за исключением прогнозов, его тезисы, к нашему удивлению, не оказались для нас новыми. Представленные докладчиком идеи, касающиеся новейших тенденций развития университетов, студенты ГУ ВШЭ имеют возможность услышать и обсудить на учебном курсе по социологии образования. Приятно, что наш вуз идёт в ногу со временем, и те аспекты, которые ещё только выносятся на пленарные доклады международных конференций в качестве новых вопросов, уже являются обязательной составляющей программ учебных курсов ГУ ВШЭ.

Сам докладчик, говоря о проблемах университетов прошлого поколения, в качестве одной из них выделил бюрократию — и здесь уже не обошлось без упоминания России (к сожалению, не в самом положительном контексте): «Если Ваша головная боль — бюрократия, поезжайте в Государственный университет Санкт-Петербурга, и Вы вернётесь счастливым человеком».

Однако это упоминание России на конференции оказалось не единственным. Отдельный доклад на одной из секций был посвящён анализу российской академической сферы как поля для инноваций. Специфика данного выступления состояла уже в том, что докладчик Дина Уилльямс (Dina Williams), представлявшая на конференции британский Университет Хаддерсфилда (University of Huddersfield), ещё 10 лет назад жила в России, и её выводы были подкреплены не только статистическими данными, но и собственными наблюдениями. Результаты исследования оказались также в значительной степени малоутешительными для России: стремление нашей страны к финансированию масштабных проектов было охарактеризовано как малоэффективное, а проект «Сколково» оценён скептически (исходя, как минимум, из того, что учесть и воспроизвести все факторы, сложившиеся в американской Силиконовой долине, просто невозможно). Негативные отзывы получили и программы развития научно-исследовательских университетов.

О роли государства в хозяйстве и электронной коммерции

Ещё один пленарный доклад был представлен голландским профессором Юлией Жаровой (Julia Djarova), известной в России своими лекциями в ГУ ВШЭ. По мнению докладчика, проблема поддержки инноваций заключается в низкой мотивации бизнеса к их внедрению. Причина тому — высокий риск для предпринимателя, который теряет возможность получать стабильный доход и иметь социальные гарантии. Для решения данной проблемы должна проводиться специальная инновационная политика. Её цели представляют собой своеобразные этапы (измерение инноваций, координация механизмов их внедрения и др.), на каждом из которых государством делается ряд практических шагов. Основной вывод доклада состоит в невозможности поддержки инноваций отдельными единовременными мерами. В действиях государства прежде всего необходима системность; каждый шаг, совершаемый правительством, должен находить отклик как в бизнес-среде, так и в академической сфере (например, разработка инноваций). Помимо этого, реализация такой политики требует чёткого разделения уровней её проведения — политического, национального и регионального.

Проблема взаимодействия бизнеса и власти была затронута и участниками конференции из Малайзии. По мнению докладчиков, в их стране происходит изменение экономических моделей ведения бизнеса

и, соответственно, возникает вопрос о том, насколько соответствуют данным моделям используемые меры государственной поддержки. Опираясь на анализ статей и отчетов правительства, докладчики указали на то, что предприниматели в сложившихся условиях чувствуют потерю контроля над своим бизнесом, недостаток знаний, к тому же они отказываются посещать организуемые для них тренинги. В качестве ключевых проблем малазийской государственной поддержки были указаны бюрократия, негибкие условия предоставления её услуг и сложность контакта с представителями служб поддержки. Вывод оказался достаточно радикальным: необходимо пересмотреть все основополагающие принципы функционирования системы.

В заключение обратим внимание ещё на один доклад, демонстрирующий, что интерес к изучению электронной коммерции в настоящее время актуален не только для России, но и для Турции. Али Асилар (Ali Acilar), доцент Университета Билесик (Bilecik University), представил результаты исследования об использовании возможностей Интернета в сфере услуг, точнее — в гостиничном бизнесе. Работа была выполнена на основе анализа кейса, поэтому её результаты носят скорее характер гипотез, которые ещё предстоит проверить на больших массивах данных. Ключевая идея докладчика может быть сформулирована следующим образом: само по себе наличие сайта не является залогом успешного бизнеса. Рассмотренная в исследовании гостиница существовала долгое время и без собственного интернет-сайта и имела крайне невысокие шансы привлечь иностранных клиентов. Переход к использованию сайта, по замыслу владельцев гостиницы, должен был дать возможность бронировать номера, а также знакомиться со всеми условиями проживания в отеле в режиме онлайн. Однако данная попытка успехом не увенчалась, так как сама возможность бронирования получила реализацию только с использованием электронной почты, представленная на сайте информация была далеко не полной, сайт не был известен пользователям Всемирной паутины. Таким образом, использование технологий (в том числе и Интернета) в предпринимательстве ещё не позволяет говорить о возникновении электронной коммерции, а может представлять собой лишь формальность, не приносящую экономической отдачи.

О культуре и традициях

Начав с небольшой предыстории, мы хотим закончить коротким послесловием. Оргкомитет, собрав с участников конференции информацию о том, в каких отелях они будут проживать, разработал специальный рейс университетского автобуса, который каждое утро собирал всех и привозил к месту назначения. Когда в первый день за нами заехали с опозданием в один час, мы несколько удивились, но списали всё на возможные пробки (проблем с движением в Анкаре не меньше, чем в Москве). На второе утро ситуация повторилась: вновь автобус опоздал ровно на час. После этого одна из наших коллег спросила у организаторов, с чем связаны эти задержки: являются ли они следствием пробок на дорогах или турецкой традицией? Она получила честный и откровенный ответ — это традиция. Но интересно не это. Интересно другое: все пленарные заседания и секции начинались строго в назначенное время. Опаздывать с научной деятельностью в Турции больше не хотят.

КОНФЕРЕНЦИИ

В. А. Запара

Без сложностей перевода

**Франко-российская конференция «Экономика, политика, общество: новые вызовы, новые возможности»,
ГУ ВШЭ Москва (Россия) 28–29 октября 2010 г.**



ЗАПАРА Виктория Александровна — стажёр-исследователь Центра статистики и мониторинга образования ГУ ВШЭ (Москва, Россия).

Email: tennisgirl2@yandex.ru

Франко-российская конференция, прошедшая в стенах Государственного университета — Высшей школы экономики 28–29 октября 2010 г., стала самой крупной научной конференцией в истории сотрудничества двух стран и беспрецедентной демонстрацией желания и готовности расширять горизонты совместной деятельности. В последние годы Франция является едва ли не самым крупным партнёром Высшей школы экономики в международной деятельности. Всё больше студентов с различных факультетов ГУ ВШЭ выбирают французский язык в качестве второго иностранного, постоянно растёт число университетов Франции, где можно продолжить обучение в магистратуре и заниматься научной деятельностью в дальнейшем. Поэтому в конференции приняли участие профессора университетов-партнёров, представители бизнеса и даже политические деятели.

На конференции работали 19 секций, в основном покрывающие различные аспекты экономической науки, однако и смежные дисциплины не остались без внимания. Одна из секций, о которой далее пойдёт речь, была полностью посвящена экономической социологии¹.

С раннего утра в аудитории на Покровском бульваре царил атмосфера академического порядка и доброжелательности, а небольшие размеры помещения только добавили уюта и расположили друг к другу всех присутствующих. День был поделён на двухчасовые сессии, где в лучших традициях демократии председательствовали каждый раз новые представители: по одному от российской и французской делегации. Рабочим языком конференции был английский, однако довольно часто докладчики из французской делегации переходили на язык Пьера Бурдьё и Огюста Конта; тогда в работу вступали синхронисты.

Надо отметить, что тематическая широта секции по экономической социологии поражала: от размышлений на тему альтруистического поведения до концептуализации понятия финансовой грамотности населения, типологии домашнего труда в России до типологии высших учебных заведений Франции.

¹ См.: Франко-российская конференция «Экономика, политика, общество: новые вызовы, новые возможности». 28–29 октября 2010 г. ГУ ВШЭ (Москва). Программа конференции. 2010. *Экономическая социология*. 11 (3): 144–148. <http://www.ecsoc.hse.ru/issues/2010-11-3/index.html>. — Примеч. авт.

С российской стороны

Доклады представителей Высшей школы экономики в основном были посвящены анализу конкретных рынков и представляли собой результаты проведённых эмпирических исследований.

Открывало секцию выступление заведующего кафедрой экономической социологии Вадима Радаева (*ГУ ВШЭ, Москва*), который рассказал о социальных связях между конкурентами и их важности для существования рынка в целом. В качестве примера были приведены результаты опроса 2007 г., проведённого среди менеджеров крупнейших российских компаний, занимающихся торговлей электро-бытовой техникой и продовольственными товарами.

Доклад Зои Котельниковой (*ГУ ВШЭ, Москва*), посвящённый межвременным обменам между ритейлерами и поставщиками, раскрывал суть стратегии поведения экономических агентов, направленной на борьбу с неопределённостью рынка, на экономию трансакционных издержек и зависимость поведения на рынке от предшествующего опыта.

Елена Бердышева (*ГУ ВШЭ, Москва*) приоткрыла завесу тайны над процессом производства стоимости услуг на рынке клинической стоматологии Москвы. Цена на данном рынке формируется в результате взаимодействия двух логик — профессиональной, которой руководствуются непосредственно доктора, оказывающие услуги по лечению, и выражающейся в квалификации врача; и массово рыночной, которая включает в себя плату за такие атрибуты лечения, как обстановка, препараты, дополнительные услуги, наконец, узнаваемость имени клиники.

Доклад Леонида Косалса (*ГУ ВШЭ, Москва*) познакомил аудиторию с ролью кланов в системе российского капитализма. Нет, речь шла не об итальянских или ирландских семьях, занимающихся определённого рода бизнесом из поколения в поколения, а о группе рыночных игроков, связанных по неформальным каналам с органами государственной власти. Подобные бизнес-кланы имеют огромную силу, к примеру, они лоббируют принятие законов и концентрируют рынки вокруг себя. Внутри клана отношения выстраиваются на основе личных неформальных связей и доверия. Именно благодаря клановой системе, существующей в российской экономике, неформальные договорённости преобладают над формальными законами.

Выступление Ольги Кузиной (*ГУ ВШЭ, Москва*) затрагивало такую важную на сегодняшний день тему, как уровень финансовой грамотности населения. На основании ряда проведённых исследований были представлены наглядные результаты того, что в принятии финансовых решений большая часть населения России пока не сильна, а это порою приводит к тяжёлым последствиям для многих людей и предоставляет огромное поле деятельности для финансовых махинаций со стороны «образованных» финансовых игроков. Однако нельзя сказать, что ситуация статична: из года в год наблюдается постепенное освоение азов «финансовой науки» и постоянный рост интереса населения к финансовым институтам.

Декан факультета социологии Александр Чепуренко (*ГУ ВШЭ, Москва*), взяв слово, постарался кратко описать положение предпринимателей в условиях российской экономики, а также оценить привлекательность вхождения в их ряды в условиях современной России. Его рассказ основывался на результатах Глобального мониторинга предпринимательской активности (*Global Entrepreneurship Monitor, GEM*), проводимого в 59 странах по всему миру. К сожалению, пока в нашей стране предпринимательский дух не так силён, как того хотелось бы и как того требует экономика, однако и в этой сфере прогресс не стоит на месте. Проводится стимулирующая политика, направленная на создание наиболее благоприятных условий для начала и последующего ведения собственного бизнеса в России.

Доклад Яны Рощиной (*ГУ ВШЭ, Москва*) был о построении типологии домашнего труда на территории современной России. Основываясь на данных, полученных в ходе ежегодного Мониторинга жизни и здоровья населения России (RLMS), был выделен целый ряд самых разнообразных домашних дел, которыми могут или вынуждены заниматься чаще всего женщины. На базе произведённой классификации домашних обязанностей строилась типология семей в зависимости от количества времени, затраченного на труд, и того, кто из членов семьи этот вид деятельности осуществлял.

С французской стороны

Плоскость рассмотрения объекта исследований, представленная в докладах французских коллег, была несколько иной. Если, как уже было сказано, выступления российских докладчиков, в основном базировались на эмпирических исследованиях и затрагивали проблематику социологии рынков, то доклады с французской стороны были больше ориентированы на разработку и анализ теоретических аспектов науки.

Выступление французского экономосоциолога Франсуа Ватэна (*François Vatin*) (*Университет Париж Запад Нантер ля Дефанс (Université Paris Ouest Nanterre la Défense)*) «Производство стоимости: подход с точки зрения социологии измерения» («Producing the Value: The Measurement Sociology Approach») носило теоретический характер и предлагало слушателю поразмышлять над понятием «измерение», поставить под сомнение ту реальность, которое оно отображает. В основе возникающих сомнений должно лежать понимание того, что измерение, будучи искусственным конструктом, лишь упрощает реальный мир, сводя его неопределённость к исчисляемой величине.

Фактически ту же тему продолжил в своем докладе профессор Люсьен Карпик (*Lucien Karpik*) (*Эколь де Мин, Париж (Ecole des Mines, Paris)*), представив альтернативный взгляд на стоимость как на универсальный и единственно объективный экономический инструмент, позволяющий осуществить выбор. Основанием для критики экономического подхода служат рынки уникальных (*singular*) товаров, или товаров, которые — помимо рыночной — имеют ещё и культурную, эстетическую, моральную стоимости. Их полезность для потребителя может быть оценена только после их приобретения, поэтому при их выборе покупатели привлекают дополнительные источники информации, такие, как мнение специалистов, друзей и проч.

Довольно интересными размышлениями поделился с коллегами профессор Филипп Стейнер (*Philippe Steiner*) (*Университет Париж IX Дофин (Université Paris XI Dauphine)*), его доклад «Альтруизм, дар и символический обмен. Социологическая критика политической экономики» («Altruism, Gift-Giving and Symbolic Exchange. Sociological Critiques of Political Economy») был посвящён критике в адрес политической экономии, в разное время высказанной известными социологами — М. Моссом, Э. Дюркгеймом, П. Бурдьё и др. Согласно их мнению, рыночный обмен как основной способ обмена может потеснить альтернативные способы оборота ресурсов, например дар или символический обмен. В качестве иллюстрации господства нерыночной формы обмена был представлен рынок донорских органов, существование которого целиком зиждется на альтруистических началах.

* * *

Несмотря на то что секция носила общее название и была посвящена одной дисциплине — экономической социологии, в конце дня стало ясно, насколько многогранен её предмет и сколь различны представления об её основных задачах в двух странах. Однако, невзирая на противоположность подходов к освоению предмета, было найдено множество точек соприкосновения. Например, рынок стоматологических услуг вполне допустимо считать рынком уникальностей, так как услуга (стоматологическое

лечение), которая предлагается на этом рынке, не может быть выбрана клиентом только на основании стоимости лечения в той или иной клинике. А стратегии взаимодействия поставщиков и ритейлеров можно рассматривать в ключе критики об относительности измерения. Ведь ритейлеры предпочитают работать с одними и теми же поставщиками, даже несмотря на то, что их цена может быть не самой привлекательной на рынке. Тем не менее в этом случае гораздо важнее то, что с этим поставщиком уже налажено взаимодействие, оно проверено опытом предшествующих сделок и личных договорённостей.

Таким образом, можно сказать, что доклады делегаций дополняли друг друга; для теоретических работ были практически сразу предложены эмпирические примеры. Однако предстоит ещё много работы по ознакомлению научного сообщества с результатами деятельности друг друга. И здесь основным препятствием является проблема перевода российских и французских исследований на английский язык. При этом стороны выразили готовность искоренить эту проблему в будущем, ведь столько перспектив открывается для сотрудничества двух стран в настоящее время.

Contents

Editor's Foreword (<i>Vadim Radaev</i>)	5
---	---

Interviews

Interview with <i>David Stark</i> : «One of the Most Exciting Developments is Where American Social Network Analysis meets French Actor Network Theory» (translated by <i>Alexander Kurakin</i>)	8
---	---

Interview with <i>Theda Skocpol</i> : «I Have Always Been Part of Both the Sociology and the Political Science Profession» (translated <i>Dmitry Krylov, Georgy Loginov</i>).....	19
--	----

New Texts

Irina Mersiyanova

Russians' Participation in Charitable Donations: Factors and Degree of Involvement	26
--	----

Abstracts

There is a lot of evidence that preconditions for development philanthropic institutions have been created in Russia within the last decade. Still there are only few papers devoted to the analysis of Russians' charitable activity. The lack in empirical data presents a major obstacle for this kind of research. This article is aimed to fill a gap in the empirical knowledge and demonstrate an actual degree of Russians' involvement in donations. Main factors affecting charitable activities are described. The nationwide Russian empirical data set is viewed through the prism of international context of philanthropic activity. The empirical data was collected by Centre for Studies of Civil Society and Non-for-profit Sector (CSCSNS) in the frameworks of the Monitoring of the development of Russian civil society. The project is supported by the Program for Fundamental Studies of the State University — Higher School of Economics.

Keywords: philanthropy; charity; donations; volunteering; civil society; benefactors; donors.

New Translations

Harrison White

Where Do Markets Come From? (translated by <i>Gregory Yudin</i>)	54
---	----

Abstract

Production markets have two sides: producers are a fully connected clique transacting with buyers as a separate but aggregated clique. Each producer is a distinctive firm with a distinctive product. Each side continually monitors reactions of the other through the medium of a joint social construction, the schedule of terms of trade. Each producer is guided in choice of volume by the tangible outcomes of other producers-not by speculation on hypothetical reactions of buyers to its actions. Each producer acts purely on self-interest based on observed actions of all others, summarized through a feedback process. The summary is the terms-of-trade schedule, which reduces to constant price only in limiting cases. The market emerges as a structure of roles with a differentiated niche for each firm. Explicit formulae-both for firms and for market aggregates are obtained by comparative-statics methods for one family of assumptions about cost structures and about buyers' evaluations of differentiated products. Not just any set of firms can sustain terms of trade with any set of buy-

ers. There prove to be three main kinds of markets, and three sorts of market failure, within a parameter space that is specified in detail. One sort of market (PARADOX) has a Madison Avenue flavor, another is more conventional (GRIND), and a third (CROWDED) is a new form not included in any existing theory of markets. Current American industrial markets are drawn on for 20 illustrations, of which three are presented in some detail. Inequality in firms' market shares (measured by Gini coefficients) is discussed.

Keywords: production markets; markets and firms; markets as social structures; competition; signaling mechanism.

Insight from the Regions

Ruslan Dolzhenko

Peculiarities of Interconnection of Labour Motivation
and Organizational Culture in Commercial Banks in Altai Region..... 84

Abstracts

The paper is devoted to the interconnection of labour motivation system and organizational culture in commercial banks. The research covers several banks of Barnaul city in Altai region. The main issues discussed in the paper follow as: in which way can system of labour motivation and organizational culture be interconnected? How can the impact of values of a specific type of organizational culture be taken into account while a given bank's system of labour motivation is being formed?

Keywords: system of labour motivation; stimulating of workers; organizational culture; values; needs.

Debut Studies

Vera Galindabaeva

Institutions and Their Role in Reduction of Uncertainty on the Market for Child Care 108

Abstract

The paper considers an issue of institutionalization of the market for individual services of child care. In Russia the state does not regulate this service market and does not impose specific formal institutions here. However, consumers tend to adopt the public institution of licensing: employers ask a given candidate for their job vacancy to provide a diploma or the other credentials confirmed by the state. Recruitment agencies imitate these institutional arrangements from the public sector of kindergartens. Attracting G. Akerlof's conception and the P. DiMaggio and W. Powell's theory of institutional isomorphism the author tries to explain how formal institutions are borrowed.

Keywords: nurse; service market; uncertainty reduction; institutions; institutional isomorphism.

Professional Reviews

Tatiana Karabchuk

Definitions of Non-Permanent Employment and the Problems of Its Measurement in Russia..... 123

Abstract

The paper is devoted to the phenomenon of non-permanent employment in Russia focusing on the problem of definitions and measurement. After an overview of main approaches evaluating non-permanent employment, the author provides a definition which corresponds to the statistical categories applied in international studies. It gives a good opportunity to analyze the data from comparative perspective. The paper also deals with the issues labour legislation regulating non-permanent employment. The author estimates the structure and dynamics of the temporary employment in Russia which makes up to 8 million people in 2008.

Keywords: non-permanent employment; temporary employment; casual work; labour legislation; structure and dynamics of non-permanent employment.

New Books

Maxim Markin

Giving Useful Advice How to Create the Network of Beneficial Ties.

Book Review on: Ferrazzi K. *Never Eat Alone And Other Secrets to Success. One Relationship at a Time* (Russian translation; M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2009)..... 151

Research Projects

Tatiana Karabchuk

Students Comparative Surveys on Issues of Labour Markets of Germany and Russia..... 157

Syllabi

Ivan Pavlutkin, Igor Chirikov

Major Sociological Approaches to Organization Studies 161

Conferences

Maxim Markin, Elena Nazarbaeva

International Conference on Entrepreneurship, Family Business and Innovation, Çankaya University, Ankara (Turkey), 21–23 October 2010 178

Victoria Zapara

Not Lost in Translation. French and Russian Conference «Economics, Politics, and Society: New Challenges and New Opportunities», HSE, Moscow (Russia), 28–29 October 2010..... 182

About the Authors

Stark, David

Arthur Lehman Professor of Sociology and International Affairs,
Chair of the Department of Sociology, Director,
Center on Organizational Innovation, Columbia University.
dcs36@columbia.edu

Skocpol, Theda

Victor S. Thomas Professor of Government and Sociology, Harvard University.
skocpol@fas.harvard.edu

Mersiyanova, Irina

Candidate of Science in Sociology, Associate Professor, Director, Centre for Studies of Civil Society and Non-for-profit Sector (CSCSNS), the State University — Higher School of Economics.
imersianova@hse.ru

White, Harrison

Giddings Professor of Sociology, Department of Sociology, Columbia University.
hcw2@columbia.edu

Dolzhenko, Ruslan

Candidate of Science in Economics, Associate Professor, Department of Economics,
Labour Sociology and Personnel Management, Altai State University.
snurk17@mail.ru

Galindabaeva, Vera

PhD student, Faculty of Political Science and Sociology, European University at Saint-Petersburg.
vgalindabaeva@eu.spb.ru

Karabchuk, Tatyana

Candidate of Science in Sociology, Assistant Professor, Research Fellow,
Center for Labor Market Studies, the State University — Higher School of Economics.
tkarabchuk@hse.ru

Markin, Maxim

MA Student, Department of Sociology, the State University — Higher School of Economics.
mmarkin@hse.ru

Pavlutkin, Ivan

Candidate of Science in Sociology, Assistant Professor, Junior Research Fellow,
Laboratory for Economic Sociology Research, Department of Economic Sociology,
the State University — Higher School of Economics.
euhomeid@gmail.com

Chirikov, Igor

PhD student, Department of Sociology, Director, Centre for Institutional Research,
the State University — Higher School of Economics.
igor.chirikov@gmail.com

Nazarbaeva, Elena

Student, Department of Sociology, the State University — Higher School of Economics.

enazarbaeva@hse.ru

Zapara, Victoria

MA Student, Department of Sociology, the State University — Higher School of Economics.

tennisgirl2@yandex.ru