

В.В. Радаев

СОЦИОлогия РЫНКОВ:

к формированию
НОВОГО
направления



В.В.Радаев

СОЦИОЛОГИЯ РЫНКОВ:

к формированию
НОВОГО
направления



Рекомендовано редакционно-издательским советом
Государственного университета — Высшей школы экономики

Рецензенты:

кандидат экономических наук *В.Е. Гимпельсон*,
кандидат экономических наук *М.А. Сторчевой*

Радаев В.В.

Р 15

Социология рынков: к формированию нового направления. — М.:
ГУ ВШЭ, 2003. — 328 с.

ISBN 5-7598-0246-1

Книга посвящена обоснованию нового направления — социологии рынков. Сегодня это наиболее активно развивающаяся область экономико-социологических исследований. Книга содержит обзор современных теоретических подходов и предлагает понятийные схемы для эмпирического анализа рынков с использованием инструментов экономической социологии. В ней приводится также эмпирический материал, полученный в ходе реализации нескольких проектов по изучению российских рынков потребительских товаров.

Для исследователей и преподавателей, аспирантов и студентов старших курсов в области социальных и экономических дисциплин.

УДК 316.334.2
ББК 60.56

О Г Л А В Л Е Н И Е

ВВЕДЕНИЕ	5
Раздел I. ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ РЫНКА И КОНКУРЕНЦИИ	18
Глава 1. Рынок как идеальная модель и форма хозяйства	19
Глава 2. Рынок как совокупность сетей, институтов и культур.....	33
Глава 3. Конкуренция как социальный процесс	48
Раздел II. СТРУКТУРЫ И ИНСТИТУТЫ РЫНКА	63
Глава 4. Структуры рынка.....	64
Глава 5. Институты рынка.....	76
Раздел III. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ДИНАМИКА РЫНКОВ	94
Глава 6. Деловые стратегии и концепции контроля.....	95
Глава 7. Институциональная динамика: возникновение новых правил	113
Глава 8. Институциональная динамика: подстройка новых правил	134
Раздел IV. ИСТОЧНИКИ ЭМПИРИЧЕСКИХ ДАННЫХ	149
Глава 9. Три ассоциации — три исследовательских проекта.....	150
Раздел V. ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ КОНКУРЕНТНОЙ СИТУАЦИИ	156
Глава 10. Структурная динамика рынка в новой конкурентной ситуации.....	157
Глава 11. Деловые стратегии участников рынка в новой конкурентной ситуации	178

Раздел VI. ЛЕГАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕСА.....	198
Глава 12. Издержки деловых схем и причины легализации бизнеса.....	200
Глава 13. Параллельные институциональные режимы и институциональные компромиссы.....	221
Глава 14. Построение новых деловых конвенций.....	239
Глава 15. Борьба с параллельным импортом и контрафактной продукцией.....	257
Раздел VII. НОВЫЕ ДЕЛОВЫЕ АССОЦИАЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА.....	278
Глава 16. Формирование новых деловых ассоциаций	279
Глава 17. Принципы экономической политики новых ассоциаций.....	293
ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ. НОВАЯ ТОРГОВАЯ РЕВОЛЮЦИЯ	316
ГЛОССАРИЙ	319

Раздел I

ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ РЫНКА И КОНКУРЕНЦИИ

Прежде чем приступать к эмпирическим исследованиям того или иного рынка, необходимо выработать концептуальный подход и выбрать надлежащие аналитические инструменты. Поэтому сначала мы обратимся к теории. В первых двух главах рассмотрим общее понятие рынка, в третьей главе — понятие конкуренции. Основное внимание будет уделено экономико-социологическим подходам к раскрытию этих понятий.

РЫНОК КАК ИДЕАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ И ФОРМА ХОЗЯЙСТВА

В данной главе мы начнем с общих определений рынка, а затем приступим к изложению основных подходов к его анализу с акцентом на разработки современной экономической социологии. Это изложение продолжится также во второй главе.

Общие определения

За годы посткоммунистических реформ представители социальных наук научились свободно оперировать понятием рынка, постоянно противопоставляя «рыночное» и «нерыночное» поведение, выделяя «рыночные» и «нерыночные» сектора хозяйства. При этом вопрос о том, что такое «рынок», чаще всего не возникает, ответ кажется самоочевидным. Между тем следует признать, что на сегодняшний день мы достаточно далеки от единого понимания рынка. Подходы к его определению сильно различаются, и в результате практически каждому из нас в зависимости от контекста случается называть «рынком» принципиально разные явления. Поэтому для начала попробуем разобраться в определениях, используя одну из имеющихся многочисленных классификаций. Ее автор, представитель французской регуляционистской школы Р. Бойе, указывает на существование, как минимум, пяти различных концепций рынка¹.

1. Рынок — это место, где регулярно встречаются продавцы и покупатели и организуется процесс торговли. Таково наиболее старое, пространственно детерминированное понятие рынка. Оно сформировалось еще в XII в., но живо и сегодня. Например, в обыденной речи мы по-прежнему называем так «открытые рынки», подразумевая места организации так называемой «внемагазинной торговли». Добавим, что такие мес-

¹ Boyer R. The Variety and Unequal Performance of Really Existing Markets: Farewell to Doctor Pangloss // Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions / J.R. Hollingsworth, R. Boyer (eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 1999. P. 62—65.

та могут быть постоянными и временными, регулируемые и стихийно организованными — сути определения это не меняет.

2. Рынок есть определенная территория, на которой происходят акты купли-продажи. Это более широкое, «географическое» определение, которое привязывает понятие рынка к определенным городам, странам, территориям, континентам. Например, мы говорим: «российский рынок», «европейский рынок».
3. Рынок — это суммарный платежеспособный спрос, предъявляемый на определенный вид продуктов и услуг. Данное понимание рынка обозначает уже не территорию, а совокупность потребителей того или иного товара². В этом случае, говоря о тех или иных рынках, мы имеем в виду спрос — на труд, на акции, на потребительские товары и т.п.
4. Рынок представляет собой саморегулирующийся механизм спроса и предложения. Здесь хозяйственные агенты сами решают, что производить и по какой цене продавать. Иными словами, рынок характеризуется как сфера, где доминируют конкуренция между независимыми агентами и свободное ценообразование³. В этом определении исчезает всякая пространственная, временная или предметная локализация, их место занимает модель, фиксирующая условия, при которых достигается рыночное равновесие.
5. Рынок — это экономическая система, в которой саморегулирующийся рыночный механизм является господствующей формой хозяйства. В данном случае рыночные принципы хозяйственной организации вменяются целым сообществам, именуемым «рыночными обществами».

В настоящее время все эти трактовки понятия «рынок» в той или иной мере сосуществуют в академической терминологии и обыденной речи. Наряду с трактовкой рынка как «*территории обмена*» используется его понятие как *формы хозяйства*, уже не столь привязанное к определенному месту. А рядом с ними располагается нео-

² Подобная позиция характерна, например, для классического маркетинга (*Комлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В.* Основы маркетинга. М.: Вильямс, 1998. С. 28).

³ *Swedberg R. Markets as Structures // The Handbook of Economic Sociology / N. Smelser, R. Swedberg (eds.). Princeton: Princeton University Press. 1994. P. 257—260.*

классическая экономическая концепция «идеального рынка», в которой обмен осуществляется автоматически, без каких-либо сил трения. В последнем случае рынок предстает как механизм спроса и предложения, который действует в любых территориальных или отраслевых контурах. При этом речь идет не просто об агрегированной совокупности индивидуальных актов обмена, но об относительно автономной от остальной части общества и самодостаточной системе со встроенным механизмом саморегуляции. Таким образом, рынок превращается из эмпирического объекта в аналитическую модель с достаточно абстрактными основаниями. При этом всякого рода социальным условиям отводится незавидная роль внешних факторов или, того хуже, тех самых сил трения, которые снижают эффективность саморегулирования.

В 1960—1970-е гг. этой «очищенной от лишних примесей» модели был придан фактически универсальный характер. С ее помощью стали объяснять самые разные типы существующих рынков вне зависимости от исторической и культурной специфики хозяйства и общества⁴. Проводники «экономического империализма» в лице Г. Беккера и его последователей начали активно использовать данную модель и за пределами анализа собственно экономических отношений в их былом понимании⁵. Возникли понятия брачного рынка, спроса на детей и т.п.⁶ Теоретики общественного выбора начали трактовать политику как рыночный обмен⁷. Иными словами, принципы, исполь-

⁴ Радаев В.В. Рынок как объект социологического исследования // Социологические исследования. 1999. № 3. С. 28—37.

⁵ Об экономическом империализме см.: Радаев В.В. К обоснованию модели поведения человека в социологии (основы «экономического империализма») / Социологические чтения. Вып. 2. М.: Институт «Открытое общество»: Институт социологии РАН, 1997. С. 177—189.

⁶ Приведем характерное высказывание Г. Беккера: «Когда мужчины и женщины решают вступить в брак, завести детей или развестись, они пытаются повысить свое благосостояние путем взвешивания сравнительных выгод и издержек. Таким образом, они заключают брачный союз, если ожидают, что это повысит степень их благополучия по сравнению с тем, если бы они оставались в одиночестве, и разводятся, если это должно привести к росту их благосостояния» (Becker G. Nobel Lecture: The Economic Way of Looking at Behavior // Journal of Political Economy. 1993. Vol. 101. P. 395—396). См. также: Беккер Г. Выбор партнера на брачных рынках // THESIS. 1994. Вып. 6. С. 12—36; Шульц Т. Ценность детей // THESIS. 1994. Вып. 6. С. 37—49.

⁷ Бьюкенен Дж. М. Сочинения. Т. 1. М.: Таурус-Альфа, 1997. С. 22—23.

зумеемые при анализе рыночного обмена, стали распространяться на другие сферы общественной жизни. Сформировалась своего рода *рыночная идеология*, подпитываемая духом экономического либерализма. Жизнь начала уподобляться рынку, представленному в виде достаточно абстрактной конструкции.

Сегодня перед нами возникает серьезная методологическая альтернатива: рассматриваем ли мы рынок прежде всего как универсальную аналитическую модель с весьма ограниченным числом переменных, предназначенную для объяснения неких существенных экономических связей, или нашим объектом выступают «реальные» рынки, т.е. эмпирически наблюдаемые формы хозяйства, для описания которых мы используем разные аналитические модели с большим общим числом переменных.

Мы тяготеем ко второму, эмпирически ориентированному варианту. При этом вполне осознаем, что при использовании любых (в том числе описательных) подходов понятие рынка остается аналитическим инструментом. И нелепо отрицать, что любая модель предполагает абстрагирование от множества факторов. А возможность изучения рынков лишь на основе «сбора фактов» — вредная иллюзия. Однако вопрос состоит в том, *от чего* мы абстрагируемся. Нам трудно смириться с пониманием социальных факторов как чисто экзогенных переменных или, того хуже, инвариантных признаков и, тем более, с простым отбрасыванием их как своего рода досадного недоразумения, о котором вспоминают лишь при необходимости объяснения очередных сбоев того или иного рынка (market failures).

Какие элементы образуют, на наш взгляд, любой рынок, и что тем самым отличает одни рынки от других? В их состав входят следующие параметры:

- состав участников рынка (продавцов и покупателей);
- состав производимых и обмениваемых товаров (товарной группы);
- структурные элементы, выражающие устойчивые формы организации и связи между участниками рынка;
- институциональные элементы (формальные и неформальные), ограничивающие и стимулирующие поведение участников рынка;
- концепции контроля, регулирующие формирование деловых стратегий участников рынка.

Значение всех этих элементов будет подробно раскрыто во втором и третьем разделах книги. А пока соберем их воедино, чтобы

получить следующее концептуальное определение: рынок представляет собой совокупность структурно связанных продавцов и покупателей определенного товара (товарной группы), деятельность которых регулируется сходными правилами и разделяемыми большинством участников концепциями контроля.

Мы осознаем, что проведение границ между теми или иными рынками на основе данного концептуального определения сопряжено с массой условностей. Так, сегодня не легко четко обособить товар или товарную группу, включающую сходные виды товаров, ибо на рынках предлагаются не отдельные потребительские объекты, а скорее системы взаимосвязанных и сопутствующих потребительских объектов. Деятельность производителей и продавцов в сильной степени диверсифицирована, отраслевые границы становятся все более прозрачными, в результате чего рынки разных товаров оказываются тесно переплетенными. Состав участников рынка и способы их организации также могут быть весьма подвижными, а институциональные формы регулирования сделок — закрытыми, непрозрачными. Наконец, в рамках одного рынка могут конкурировать разные концепции контроля. Тем не менее мы полагаем, что данное определение достаточно операционально, что мы попытаемся показать в последующих разделах книги.

В дальнейшем анализе мы оставим за кадром базовые условия существования рынка, формирующие спрос и предложение⁸ (что для многих экономистов покажется странным). Мы также не столь сильно интересуемся ценовыми сигналами, порождаемыми взаимодействием спроса и предложения. Нас заботят в первую очередь структурные и институциональные⁹ элементы рынка, а также их связь с действиями его участников.

Итак, передовой империалистический «дивизион» корпорации экономистов захватывает все новые социальные объекты и предлагает рассматривать их как виды рыночного обмена, определяемого набором достаточно универсальных и асоциальных предпосылок. Такой подход вполне правомерен. Однако мы предлагаем поставить проблему иначе и рассматривать разнообразные виды рынков как соци-

⁸ Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков. М.: ИНФРА-М, 1997. С. 4—6.

⁹ «В кратком определении рынок суть организованный и институционализированный обмен» (Hodgson G.M. Economics and Evolution. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1996. P. 174).

альные конструкции. Это означает, во-первых, что рынок представляет собой *одну из* специфических форм хозяйства, существующую наряду с другими его формами, которые ничуть не менее ущербны. Во-вторых, он выступает как продукт государственного и социального регулирования, что порождает широкое разнообразие рыночных форм хозяйства. В-третьих, рынок рассматривается как социально укорененная форма хозяйства, что означает его встроенность в сетевые, институциональные и социокультурные отношения, утвердившиеся в данном сообществе в определенный исторический период.

Таким образом, мы собираемся взглянуть на проблему с точки зрения социологии рынков как направления современной экономической социологии. В рамках данного направления мы выделим следующие подходы:

- историко-антропологический,
- политико-экономический,
- структурный (сетевой),
- неоинституциональный,
- социокультурный.

Первые два подхода будут рассмотрены в данной главе, остальные — во второй главе.

Рынок как историческая форма интеграции хозяйства

Экономисты широко используют деление экономических систем на традиционную, плановую и рыночную. Попробуем развить эту типологию, используя подход К. Поланьи. По его мнению, обмен — лишь одна из трех основных форм интеграции хозяйства, наряду с перераспределением и реципрокностью (взаимностью)¹⁰. При этом не стоит отождествлять всякий обмен с рыночным обменом. Последний предполагает неперемное существование ценообразующих рынков (*price-making markets*), где цены устанавливаются в процессе торга. Эта форма обмена отнюдь не универсальна, ибо в действительности такой торг происходит далеко не всегда. В истории существует масса способов обмена (в том числе денежного), осуществляемых при отсутствии ценообразующих рынков. Обмен в этих случаях произво-

¹⁰ Поланьи К. Экономика как институционально оформленный процесс // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 2. С. 62—73 (см. также публикацию на сайте: <http://www.ecsoc.msses.ru/Transl.php>).

дятся по фиксированным ставкам, и свобода в установлении цен серьезным образом ограничена. Так, М. Вебер¹¹ указывал на следующие ограничения свободы рыночного обмена, регулярно возникавшие на протяжении истории:

- определенные объекты выводились из сферы рыночных сделок — в принципе или на некоторое время;
- некоторые сословные группы исключались из рыночного обмена в целом или из обмена специфическими товарами;
- накладывались ограничения на потребление определенных товаров (особенно в периоды голода или войны);
- ограничивалась конкуренция в интересах профессиональных цехов и торговых гильдий;
- поддерживалась монополия политической власти.

В итоге рыночная экономика на протяжении большей части истории играла подчиненную, вспомогательную роль.

С XIX столетия роль рыночной формы хозяйства заметно возрастает. Произошло объединение ранее изолированных рынков в мировую (глобальную) систему «саморегулирующихся рынков». Однако и это не привело к безраздельному господству рыночной экономики. И хотя почти не осталось областей, не затронутых влиянием рынка, сохраняются обширные сектора хозяйства, которые лишь в весьма ограниченной степени вовлекаются в рыночные отношения. К ним в той или иной мере относятся:

- государственный сектор, который во многом регулируется иными принципами, нежели достижение прибыли;
- сектор некоммерческих организаций, остающийся в сильной степени неподвластным коммерческим расчетам;
- внутренние рынки крупных корпораций, в которых выстраиваются свои системы административных стандартов и неявных контрактов;
- домашние хозяйства, большинство из которых не стремится к товаризации и коммерциализации внутренних отношений.

¹¹ Weber M. *Economy and Society*. Berkeley: University of California Press, 1978. Vol. 1. P. 84. Интересно, что, например, первый современный рынок капитала в Англии был организован по партийному принципу, в соответствии с которым доступ к ресурсам обеспечивался только лицам, принадлежащим к одной или близким партиям (*Carruthers B. City of Capital: Politics and Markets in the English Financial Revolution*. Princeton: Princeton University Press, 1996).

Примеры крупномасштабной организации нерыночного обмена прекрасно известны из опыта советского планового хозяйства¹². Да и в современном рыночном хозяйстве масса обменов совершается по фиксированным ставкам без какого-то бы ни было торга¹³. И дело не в том, что экспансивные рыночные отношения пока недостаточно развиты и потому не охватили все сферы общественной жизни. Само общество ставит ограничения развитию рынка.

Это лучше всего прослеживается на примере так называемых *фиктивных товаров*. В своей наиболее известной книге «Великая трансформация» К. Поланьи показывает, что развитие рыночной экономики связано с превращением в товары самых разных объектов, которые ранее товарами не являлись. И на этой основе возникает тенденция к формированию «рыночного общества». Однако образование подобного общества в итоге оказывается невозможным, ибо, по его мнению, ключевые хозяйственные ресурсы — земля, труд и деньги — не могут превратиться в товар. Эти объекты по своей природе противятся товаризации (коммодификации), даже если и вовлекаются в рыночный оборот. Во-первых, возникают ограничения морального толка. Люди сопротивляются превращению в товар этих объектов, ибо им кажется, что это противоречит сложившемуся порядку, который они воспринимают как «естественный»: ведь земля связана с природными основаниями жизни человека, а труд есть прямое продолжение и реализация его способностей. Во-вторых, указанные объекты не могут свободно обращаться на рынках без серьезного регулирующего вмешательства государства, без поддержки которого не-

¹² Эту форму хозяйства пытались представить (в духе Я. Корнаи) с помощью концепции «бюрократических рынков». Однако при всей ее плодотворности понятие рынка здесь остается в кавычках, указывая на альтернативный характер обменных и распределительных отношений (Корнаи Я. Социалистическая система. Политическая экономия коммунизма. М.: НП "Редакция журнала «Вопросы экономики», 2000. С. 272).

¹³ Это прекрасно осознается и самими экономистами: «Хотя у ценовой системы множество достоинств, возможности ее отнюдь не беспредельны. Есть случаи, когда она просто не работает, и, как бы хороша она ни была в определенных сферах, она не может быть единственным и непререкаемым арбитром всей общественной жизни... Ценовая система при всех ее достоинствах есть лишь одна из возможных форм организации торга, даже в условиях частной собственности» (Эрроу К. Возможности и пределы рынка как механизма распределения ресурсов // THESIS. 1993. Т. 1. Вып. 2. С. 55, 58).

возможно существование ни денежных, ни земельных, ни трудовых отношений¹⁴. В итоге земля, труд и деньги становятся фиктивными товарами.

Что происходит при активном «продавливании» рыночных отношений? Нарастающие попытки превратить указанные товарные фикции в реальность порождают сопротивление в ткани всего общества. Оно вырабатывает защитный панцирь из культурных норм, который предохраняет его не только от провалов свободного, саморегулирующегося рынка, но и от чрезмерного развития рыночных отношений. Причем речь идет не о каких-то узких экстремистских группах, но о достаточно широких противоборствующих общественных движениях — организованных и неорганизованных.

Именно этим сопротивлением Поланьи объясняет появление и приход к власти фашизма в Германии в 1930-х гг.¹⁵ Фашизм выступает как реакция на неудачи и перекосы в формировании саморегулирующейся рыночной экономики, приведшие к обратному результату — серьезному ограничению рыночных свобод, наряду с либеральными и демократическими свободами. По существу, Поланьи удалось предсказать и появление антиглобалистского движения, начавшегося с массовых выступлений в 1999 г. в Сиэтле и в 2000 г. в Праге, — этого полустихийного противодействия усилению господства саморегулирующегося рынка в международном масштабе. И трагические события, произошедшие 11 сентября 2001 г. в США, с этой точки зрения тоже выглядят звеньями одной длинной цепи. Не случайно в качестве объекта для террористической атаки были избраны здания, которые являлись символом рыночного глобализма. При недостатке или неэффективности ограничительных мер развитие рыночных отношений способно порождать негативные побочные эффекты (экстерналии), несущие в себе опасные элементы саморазрушения, в том числе и для самого рынка. Поэтому рынок изначально нуждается в регулировании.

¹⁴ Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. СПб.: Алетейя, 2002; Поланьи К. Саморегулирующийся рынок и фиктивные товары: труд, земля и деньги // THESIS. 1993. Т. 1. Вып. 2. С. 10—17.

¹⁵ «Чтобы понять германский фашизм, мы должны вернуться в рикардианскую Англию» (Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. С. 42).

Многие приверженцы неоклассической экономической теории вполне искренне убеждены в том, что при снятии внешних ограничений происходит стихийное возникновение рынков как наиболее эффективного способа распределения ресурсов. Социология рынков утверждает нечто прямо противоположное: фактически на всем протяжении человеческой истории развитие рынков происходило не вследствие отказа от регулирования, но, напротив, во многом порождено этим регулированием — со стороны агентов, которые следуют в том числе и «нерыночной» логике.

Здесь исторический подход самым тесным образом связан с политико-экономическим подходом, для которого важнейшее значение имеет изучение роли *государства*¹⁶. Известно, что исторически большинство рынков складывалось не помимо и вопреки, а при его прямой поддержке. Причем это относится отнюдь не только к примитивным обществам. Современный рынок также, в принципе, не автономен от действий государства¹⁷. В любом сообществе оно оказывает серьезное воздействие на формирование рынка. И практически все крупные реформы в истории самых разных хозяйств во многом инициировались государством, проводились в устанавливаемых им формах, определялись его фискальными и милитаристскими интересами¹⁸.

¹⁶ Мы имеем в виду не какую-то отдельную политико-экономическую школу, а скорее общее направление, ставящее во главу угла взаимосвязь экономических и политических факторов (об этом см.: *Радаев В.В.* Есть ли перспектива у российской политической экономии // *Российский экономический журнал*. 1998. № 9—10. С. 74—78).

¹⁷ «Автономный рынок не «возникает»; он конструируется в процессе утверждения политической и государственной власти... Исторически мы не сможем понять функционирования и развития рынков без признания того, в какой степени они были сформированы фискальными интересами государства и формами легитимации государственной власти, которые, в свою очередь, находились под воздействием международной гонки вооружений» (*Friedland R., Robertson A.F.* Beyond the Marketplace // *Beyond the Marketplace: Rethinking Economy and Society* / R. Friedland, A.F. Robertson (eds.). N. Y.: Aldine de Gruyter, 1990. P. 7, 11).

¹⁸ Об этой позиции применительно к российской истории см.: *Радаев В.В.* Два корня российского предпринимательства: фрагменты истории // *Мир России*. 1995. Т. 4. № 1. С. 159—179.

Какие функции реализует государство в отношении рынков? Этими функциями являются:

- поддержание формального порядка через осуществление монопольного права на легитимное насилие в пределах данной территории;
- утверждение формальных правил, в рамках которых осуществляется хозяйственная деятельность;
- перераспределение ресурсов и доходов в целях производства общественных благ;
- производство частных и общественных благ путем прямого участия в хозяйственной деятельности.

Возникает соблазн представить государство как субъект обмена, подобного рыночному обмену. Например, сказать, что государство обменивает предоставляемые им услуги по защите от насилия на право собирать налоги. Но такая редукция действий государства к обычным обменным отношениям порождает серьезные искажения. Ибо позиции агентов государства и негосударственных хозяйственных агентов принципиально неравновесны. Во-первых, представители власти, как правило, занимают *монопольные* позиции. Причем этот монополизм не имеет принципиальной связи с преимуществами в эффективности¹⁹. Во-вторых, в отличие от экономической монополии (когда ты можешь купить определенный товар только у одного продавца или не купишь его вовсе), монополия государства имеет иную природу. Государство предлагает услуги, от которых нельзя отказаться (по крайней мере, нельзя сделать это открыто, оставаясь в юрисдикции данного государства). Отказ от их «покупки» влечет за собою санкции неэкономического толка — продавец не переключается на другого покупателя, а наказывает покупателя за отказ от «обмена».

Добавим, что государство — это не какой-то монолит, оно имеет сложную структуру: его представители руководствуются самыми разными мотивами, многие из которых далеки от стремления к наилучшему соотношению экономических издержек и выгод. С одной стороны, представители государства призваны проводить долгосрочные национальные интересы, выходящие за рамки сиюминутной эко-

¹⁹ Между государственными органами может возникать конкуренция — например конкуренция силовых органов за крупных плательщиков (или, наоборот, неплательщиков) налогов. Однако такая конкуренция является не имманентным признаком государственной власти, а скорее свидетельством ее размывания.

номической выгоды. С другой стороны, они непрерывно заботятся о реализации собственных эгоистических интересов — воспроизводстве своих властных позиций и извлечении бюрократической ренты²⁰.

Хотя на уровне общих утверждений серьезную роль государства в рыночных процессах практически никто не оспаривает, характер фактической и желаемой связи государства и рынка видится очень по-разному. Здесь существуют две крайние точки зрения. Одной из крайностей является либеральная модель государства как «ночного сторожа». Она предполагает, что государство минимально вмешивается в рыночные процессы, выступая в качестве внешнего арбитра, следящего за тем, чтобы хозяйственные агенты соблюдали установленные правила.

Другая крайность представлена социалистической моделью государства как «единого народнохозяйственного центра», который задает сверху основные хозяйственные параметры и осуществляет централизованное перераспределение решающей части ресурсов и получаемых доходов.

Наша позиция занимает промежуточное положение. Представляется, что государство выступает как *конфигуратор рынка*. Степень его воздействия вариативна, но в любом случае речь идет не просто о весомер, но о конституирующем влиянии государства на совокупность рынков — посредством установления формальных правил и способов их поддержания, осуществления перераспределительных функций и прямого участия в хозяйственных процессах²¹. Государство не просто вмешивается в рыночные отношения. Оно создает условия для возникновения и развития рынков, являясь во многом внутренним элементом процесса их формирования и трансформации, действуя на началах встроенной автономии (*embedded autonomy*)²².

²⁰ Радаев В.В. Коррупция и формирование российских рынков: отношения чиновников и предпринимателей // Мир России. 1998. № 3. С. 57—90.

²¹ Block F. The Role of the State in the Economy // The Handbook of Economic Sociology / N. Smelser, R. Swedberg (eds.). P. 696.

²² Evans P.B. Embedded Autonomy. Berkeley: University of California Press, 1995. Пользуясь метафорами А. Шляйфера и его соавторов, либеральной модели государства как «невидимой руки» (*invisible hand*) и его социалистической модели как «грабящей руки» (*grabbing hand*) противопоставляется модель государства как «помогающей руки» (*helping hand*) (Frye T., Shleifer A. The Invisible Hand and the Grabbing Hand // American Economic Review. Papers and Proceedings. 1997. Vol. 87. № 2. P. 354—358; Shleifer A., Vishny R. The Grabbing Hand: Government Pathologies and Their Cures. Cambridge: Harvard University Press, 1998).

Далее важно подчеркнуть, что речь идет не только о государственном регулировании (которым зачастую и ограничиваются все рассуждения), но и о более широком *социальном регулировании* рыночных процессов. Вновь обратимся к фрагменту классического наследия М. Вебера²³, который указывал, что рынок может регулироваться следующими способами:

- традициями, в соответствии с которыми акторы привыкают к заданным ограничениям;
- конвенциями, которые поддерживаются социальными нормами в отношении использования определенных объектов в процессе купли-продажи и вовлечения тех или иных социальных групп в данный процесс;
- законодательными актами, регулирующими процессы конкуренции и ценообразования;
- заинтересованными действиями других агентов.

Таким образом, рыночная свобода ограничивается отнюдь не только свободой других эгоистически настроенных хозяйственных агентов. Социальное регулирование не сводится к взаимному сдерживанию противостоящих экономических интересов. А хозяйственные операции совершаются и по иным соображениям, нежели извлечение непосредственной выгоды.

В других работах нами уже было показано, что хозяйственные мотивы (внутренние побуждения к действию) определяются не одной только калькуляцией издержек и выгод, но проистекают из трех относительно разнородных источников: экономического интереса, принуждения и социальных норм²⁴. Вырастающая из этих источников совокупность мотивов весьма разнообразна. Еще К. Поланьи, опираясь на обильный исторический материал, отмечал среди них: обычаи и традиции, общественный долг и частную приверженность, религиозные пристрастия и политические альянсы, юридические обязательства и административное регулирование, заботу о собственном статусе и эстетические наклонности. Причем мы обращали внимание на то, что вопреки традиционному экономическому представлению об устойчивости предпочтений эти мотивы невозможно ранжировать каким-то единым устойчивым образом. И даже нельзя утверждать,

²³ Weber M. Economy and Society. Vol. 1. P. 82—83.

²⁴ Радаев В.В. Экономическая социология: Курс лекций. М.: Аспект Пресс. 1997. Гл. 4.

что такие сильные побуждения, как мотивы выгоды или голода, заведомо приоритетны.

В результате применения историко-антропологического и политико-экономического подходов рынки предстают как продукт сложной *конstellации специфических регулятивных факторов*. Нужно сказать, что современная экономическая социология в целом принимает эти выводы и пытается идти дальше. В каких направлениях она движется, мы увидим во второй главе.

Резюме

Социология рынков как часть экономической социологии определяет хозяйство как совокупность рыночных и нерыночных форм хозяйства, конституируемых совокупностью структур и институтов. Наша позиция состоит в том, что, во-первых, ценообразующие рынки не являются универсальной формой хозяйства; существует множество хозяйственных секторов, которые интегрируются иными способами. Во-вторых, рынки не автономны от других сфер общества, и их участники руководствуются отнюдь не только узкоэкономической логикой. В-третьих, любой рынок является продуктом регулирования со стороны государства и социальных институтов, которые не просто влияют, но конституируют данный рынок.

Добавим, что все эти элементы в той или иной степени рассматриваются экономистами. Раскрытие специфики экономико-социологического подхода к понятию рынка будет нами продолжено в следующей главе.

РЫНОК КАК СОВОКУПНОСТЬ СЕТЕЙ, ИНСТИТУТОВ И КУЛЬТУР

Посмотрим теперь, каким предстает рынок в разных вариантах современных экономико-социологических концепций. Речь пойдет последовательно о структурном (сетевом), неоинституциональном и социокультурном подходах к анализу рынков.

Рынок как сети

Говоря о рынке, многие, как правило, подразумевают под ним совокупность агентов (фирм, домохозяйств), которые производят и потребляют некоторые виды товаров в определенных объемах и реализуют их по определенным ценам. Однако рынок может быть представлен совершенно иначе — например как переплетение *социальных сетей* (social networks), под которыми понимается *совокупность устойчивых связей между участниками рынка*. В соответствии с данным подходом, отвечая на вопрос, что представляет собою тот или иной рынок, недостаточно описать потоки хозяйственных ресурсов и охарактеризовать его основных участников. Утверждается, что рынки различаются прежде всего структурой сложившихся между ними связей. А рыночная ситуация, в которой оказываются участники рынка, их конкурентоспособность и, более того, их идентичность определяются не столько собственными свойствами самих участников (формами собственности, квалификацией работников, наличием брэнда), сколько их позиционированием в сетях. Воистину: скажи мне, кто твои партнеры, и я скажу, кто ты.

Итак, каждый производитель выступает в тесной взаимосвязи со своими поставщиками и потребителями продукции, инвестиционными институтами и инфраструктурными агентствами, контролирующими органами и охранными структурами. Эти связи помогают обмениваться информацией, разрешать конфликтные ситуации, повышать степень доверия, выстраивать репутации. Причем подобные сетевые структуры невозможно втиснуть в рамки традиционной дихотомии «рынок — иерархия», которой оперирует, например, новая

институциональная экономическая теория¹. Они находятся между двумя полюсами, предполагая более сложную логику взаимодействия, нежели контрактные отношения между автономными участниками рынка или управленческий диктат интегрированной фирмы.

Сетевые связи характеризуются тремя принципиальными чертами, подчеркивающими их социальный характер: укорененностью (*embeddedness*), связанностью (*connectivity*) и реципрокностью (взаимностью) (*reciprocity*)². Сетевой подход исходит из простой предпосылки о том, что хозяйственные агенты с большей вероятностью вступают в отношения с теми, с кем они имели дело ранее, убедившись в надежности уже известных партнеров. Не отрицая наличия случайных рыночных связей (*arm's-length ties*), они обращают внимание на структурно укорененные связи (*embedded ties*). И с точки зрения данного подхода рынок в значительной мере складывается из действий не автономных по отношению друг к другу участников, а таких, которые находятся в отношениях связанности и взаимозависимости, причем именно эти качества делают рынок устойчивым. Это также означает, что, организуя свою деятельность, участники рынка исходят не только из узкоэгоистического интереса, проявляющегося в ожидании возмещения затрат и получения выгоды по принципу «здесь и сейчас», но из принципов взаимности, когда выгода может быть получена в будущем, причем в иной, неэквивалентной, форме и, вдобавок, от других агентов сетевого сообщества³.

Не принимая постулата об автономности участников рынка, сетевой подход в то же время пытается избежать и изъянов жесткого структурализма. Им предполагается, что позиция в сети ограничивает, но не детерминирует жестким образом способы хозяйственного действия. Она наделяет агентов властью и способностью действовать,

¹ *Williamson O.E. Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications.* N. Y.: Free Press, 1975.

² *Powell W., Smith-Doerr L. Networks and Economic Life // The Handbook of Economic Sociology / N. Smelser, R. Swedberg (eds.). Princeton: Princeton University Press, 1994. P. 370. См. также: Пауэлл У., Смит-Дорр Л. Сети и хозяйственная жизнь // Экономическая социология. 2003. Т. 4. № 3. С. 61—105 (публикация на сайте: <http://www.ecsoc.msses.ru/Transl.php>).*

³ В этом пункте сетевой подход обнаруживает содержательную связь с предшествующими теориями обмена. Однако речь идет прежде всего не об утилитаристской теории обмена Дж. Хоманса и П. Блау, а о структурной теории обмена, разработанной антропологами (М. Моссом, К. Поланьи и др.) (*Collins R. Theoretical Sociology.* San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1988. P. 415—419).

в том числе порождать новое знание⁴. Таким образом, фокусируя внимание на структурах межиндивидуального взаимодействия, сетевой подход пытается предложить некий третий путь между «пересоциализированным» подходом, характерным для структурного функционализма в социологии, и «недосоциализированным» подходом, к которому склонна традиционная экономическая теория⁵.

Сетевые подходы нашли свое применение в самых разных областях социологии рынков и теории хозяйственных организаций. Так, они широко используются при анализе *рынков труда*. Неоднократно отмечалось, что люди чаще ищут работу и успешнее ее находят через личные неформальные контакты, нежели путем прямого обращения на предприятия и использования формальных объявлений о вакансиях. Связи помогают не только находить работу, но и успешно продвигаться по служебным лестницам, делать карьеру. При этом чем более квалифицированными являются работники, тем вероятнее, что они прибегнут к такого рода личным контактам. Наконец, более эффективными оказываются не сильные связи (*strong ties*) с родственниками и близкими друзьями, а, напротив, слабые связи (*weak ties*) с коллегами и знакомыми⁶. Слабые связи помогают не замыкаться в узком кругу, по которому циркулирует одна и та же информация. Они выводят на другие кластеры сети, пролагая путь к новым контактам и дополнительным источникам информации.

Сходная идея развивается Р. Бёртом в отношении *предпринимательской деятельности*. Им вводится понятие «структурных пустот» (*structural holes*). Структурная пустота образуется в том случае, когда контрагенты данного хозяйственного агента не связаны между

⁴ Структурные основания действия даже и в более мягкой, сетевой форме не стоит абсолютизировать. Эмпирические исследования показывают, что наибольшего успеха достигают фирмы, использующие разумные сочетания случайных и укорененных связей (*Uzzi B. The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect // American Sociological Review. 1996. Vol. 61. August. P. 674—698*).

⁵ *Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. November 1985. Vol. 91. № 3. P. 481—510; Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 3. С. 44—58 (публикация на сайте: <http://www.ecsoc.msses.ru/Transl.php>).*

⁶ *Granovetter M. The Strength of Weak Ties // American Journal of Sociology. 1973. Vol. 78. P. 1360—1380; Granovetter M. Getting a Job: A Study of Contacts and Careers. Cambridge: Harvard University Press, 1974.*

собой, т.е. принадлежат к разным сетям (или разным фрагментам одной сети) и связываются воедино посредством данного агента, занимающего центральную позицию.

По утверждениям Р. Бёрта, эффективность функционирования фирмы в значительной мере зависит от той степени, в какой этой фирме удалось максимизировать количество структурных пустот в структуре своих связей. Это порождено, как минимум, двумя обстоятельствами. Во-первых, каждая нередуцируемая связь (*non-redundant tie*) выводит агента на какую-то другую сеть или на новый кластер взаимосвязей, в котором циркулирует иная информация, вращаются дополнительные потенциальные и реальные ресурсы. Во-вторых, что не менее важно, такая позиция позволяет агенту, находящемуся в центре несводимой связи, манипулировать действиями своих контрагентов, которые не имеют возможности прояснить отношения в ходе непосредственных контактов друг с другом. Возможность выступить в роли посредника или просто наличие выбора между конкурентами обещает немалые выгоды. По выражению Бёрта, *tertius gaudens* (выигрывает третий — пер. с лат.), ибо способен действовать по известному принципу «разделяй и властвуй». И именно в этой максимизации и эффективном использовании структурных пустот и состоит суть предпринимательской деятельности⁷.

С помощью сетевого подхода объясняются самые разные явления, среди которых следует упомянуть феномен *этнического предпринимательства*. Практически во всех странах обнаруживаются этнические меньшинства, которые преуспевают на почве предпринимательской деятельности, обгоняя и вытесняя другие этнические группы и титульные этносы. При этом исследователями замечено, что явно преуспевают этнические меньшинства с высокой интенсивностью сетевых связей, через которые оказывается коллективная поддержка соплеменников. Сети взаимной поддержки позволяют сначала принять решение о миграции, затем обустроиться на новом месте, найти работу, перевезти свои семьи и, наконец, открыть свое дело. Благодаря им передается знание о возможностях рынка, предоставляются льготные или даже беспроцентные кредиты, обеспечивается дешевая и лояльная рабочая сила, гарантируется определенный внутренний спрос на производимые товары⁸.

⁷ Burt R.S. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge: Harvard University Press, 1995.

⁸ Waldinger R., Aldrich H., Ward R. *Ethnic Entrepreneurs // Entrepreneurship. An Interdisciplinary Perspective* / R. Swedberg (ed.). Oxford: Oxford University Press,

Еще одна важная сфера применения сетевого подхода связана с анализом *хозяйственных организаций*. Большой интерес вызывают формирующиеся на рынках структурные конфигурации, состоящие из сетей фирм. Речь может идти о перекрестном владении собственностью, о переплетенных директоратах, устойчивых контрактных и субконтрактных связях. С одной стороны, возникают бизнес-группы, завязывающие многие предприятия в один деловой контур, наподобие японских кейретцу, корейских чеболей или российских интегрированных бизнес-групп⁹. С другой стороны, образуются разветвленные сети формально независимых фирм, которые не располагаются вокруг одного мощного хозяйственного центра. Это характерно, например, для кластеров малых фирм¹⁰. Почему эти сети оказываются жизнеспособными, и что в них происходит? Постоянные контакты позволяют участникам сетей обмениваться полезной информацией и осуществлять взаимоконтроль. Длительное знание друг друга помогает формировать социальный капитал в форме доверия и деловых репутаций. Посредством сетей поддерживается конкурентное напряжение и одновременно оказывается взаимная поддержка, нацеленная на общую стабилизацию рынка. Сети позволяют также сформировать структуры представительства коллективных интересов. На их основе формируются ассоциации, лоббирующие интересы участников рынка во властных структурах. В итоге контрактные отношения дополняются социальными отношениями и отчасти замещаются ими.

Важно, что сети образуются не просто в результате взаимодействия с поставщиками и потребителями, но также с их конкурентами, с которыми не осуществляются экономические трансакции. Здесь значение сетей выходит за рамки прямого взаимодействия. Они возникают вследствие постоянного наблюдения (мониторинга) за действиями фирм, поставляющих те же или сходные продукты и услуги. Так, Х. Уайт показывает, что фирмы группируются в кластеры не по наличию и характеру непосредственных связей, а по принципам

2000. P. 356—388; Радаев В.В. Этническое предпринимательство: Мировой опыт и Россия // Полис. 1993. № 5. С. 79—87.

⁹ Granovetter M. Business Groups // The Handbook of Economic Sociology / N. Smelser, R. Swedberg (eds.). P. 453—475; Панне Я.Ш. «Олигархи»: Экономическая хроника, 1992—2000. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

¹⁰ Perrow C. Small Firm Networks // Explorations in Economic Sociology / R. Swedberg (ed.). N. Y.: Russell Sage Foundation, 1993. P. 377—402.