

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ
АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ



ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

Под редакцией
профессора В. Е. Пилипенко

*Рекомендовано
Министерством образования и науки Украины
в качестве учебного пособия
для студентов высших учебных заведений*

Киев 2002

ББК 60.56я73
Э40

Авторский коллектив: *В. Е. Пилипенко*, д-р социол. наук, проф., действительный член Украинского общества “Интеллект нации”, академик Украинской академии политических наук (рук. авт. кол.) (Введение, гл. 4, 5), *Э. А. Гансова*, д-р филос. наук, проф. (гл. 1), *В. С. Казаков*, канд. социол. наук (гл. 6), *Б. Г. Нагорный*, д-р социол. наук, проф. (гл. 8), *И. М. Попова*, д-р филос. наук, проф. (гл. 2), *В. С. Резник*, канд. социол. наук (гл. 7), *В. И. Тарасенко*, д-р социол. наук, проф. (гл. 3), *А. Н. Яценко*, канд. филос. наук, доц. (гл. 9)

Рецензенты: *В. К. Врублевский*, д-р экон. наук
М. И. Пирен, д-р социол. наук

Одобрено Ученым советом Межрегиональной Академии управления персоналом (протокол № 9 от 28.11.01)

Рекомендовано Министерством образования и науки Украины (письмо № 14/18.2-1100 от 13.07.01)

Пилипенко В. Е. и др.

Э40 Экономическая социология: Учеб. пособие / В. Е. Пилипенко, Э. А. Гансова, В. С. Казаков и др.; Под ред. В. Е. Пилипенко. — К.: МАУП, 2002. — 296 с. — Библиогр. в конце глав.

ISBN 966-608-229-2

В учебном пособии в систематизированном виде приводятся научные знания о социальных факторах экономической жизни общества, институтах и механизмах функционирования и развития экономики, ее социальных субъектах, социально-экономическом поведении личности в условиях рыночного реформирования украинского общества. Особое внимание уделяется социально-историческим типам экономики, мотивации деятельности, теориям управления, социальным и социологическим аспектам маркетинга, анализу инновационных процессов, организационно-культурному фактору функционирования и развития экономики.

Для студентов, аспирантов и преподавателей высших учебных заведений.

ББК 60.56.я73

© В. Е. Пилипенко, Э. А. Гансова,
В. С. Казаков и др., 2002

© Межрегиональная Академия
управления персоналом (МАУП), 2002

ISBN 966-608-229-2

ВВЕДЕНИЕ

Экономическая социология является, пожалуй, самой молодой отраслью социологической науки. Ведь она была признана лишь в конце 50-х годов XX в. По сути, экономическая социология впервые обозначилась в трудах классиков социологии Т. Тарда, Э. Дюркгейма, К. Маркса, М. Вебера, Т. Парсонса, Н. Смелзера.

В Украине экономическая социология получила признание в конце 80 — начале 90-х годов XX в. Определенное влияние на развитие отечественной экономической социологии оказали работы российских социологов, в частности Т. Заславской и Р. Рывкиной. Проблематике экономической социологии посвящены также работы отечественных ученых, в частности А. Ручки, Н. Сакады “Стимулирование и мотивация труда на промышленном предприятии” (1988); В. Пилипенко “Организация. Труд. Эффективность” (1991), “Социальная регуляция трудового поведения (социологический анализ)” (1993), “Реформы. Підприємництво. Культура” (2001), В. Тарасенко “Социология потребления” (1993), “Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету” (1995).

В Украине систематические исследования в области социологии экономики начались в 1993 г., когда в Институте социологии НАН Украины был создан отдел экономической социологии. В учебные планы многих высших учебных заведений страны были введены курсы по экономической социологии. В 1997 г. увидело свет первое учебное пособие по экономической социологии на украинском языке под редакцией доктора экономических наук В. Вороны и доктора социологических наук В. Пилипенко.

В настоящее время разработка проблем новой междисциплинарной отрасли обществоведения — экономической социологии — приобретает особое значение. Во-первых, реальная действительность демонст-

рирует разрыв между экономической и социальной политикой. Экономические реформы пока еще слабо ориентированы (и в методологическом, и в практическом отношении) на социально-психологическую реакцию населения. Во-вторых, до тех пор, пока экономическая мысль будет находиться в рамках стоимостных категорий (оставляя в стороне поведенческие механизмы деятельности людей, главных “деятелей” экономических отношений), экономическая практика будет отчужденна от личности.

Авторы выражают искреннюю благодарность рецензентам, а также коллегам, чьи конструктивные замечания и пожелания способствовали совершенствованию предлагаемого материала.

ГЛАВА 1

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ КАК НАУКА

1.1

МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА СИНТЕЗА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИЙ В ИСТОРИИ СОЦИОЛОГИИ

Главная цель объединения социологической и экономической наук — преодолеть их теоретическую ограниченность при изучении социальных систем и управлении ими. Как свидетельствует опыт развития отечественной и зарубежной экономики и социологии, интеграционной парадигмой стала концепция мотивированного поведения в условиях социальной организации. Ценностно-ориентированное поведение превратилось в своеобразную модель экономического действия. “Экономический” человек (потребитель, работник) одновременно является “психологическим” человеком, действуя под влиянием стимулов поведения, и “социологическим”, выполняя социальную роль, имея определенный статус и занимая определенную позицию в социальной структуре общества.

Внимание представителей различных экономических школ к неэкономическим факторам общественной жизни часто обусловлено их мировоззрением, философскими взглядами, научной традицией. Так, представители неоклассической школы в экономике связывают экономические отношения с деятельностью государства (что и делает это направление консервативным), а хозяйственную активность ориентируют в большей мере на доминирование предложения над спросом.

Неокейнсианство, наоборот, обращено к экономике спроса. Поэтому и возникает потребность в изучении факторов, от которых зависит спрос. Неокейнсианцы вынуждены учитывать механизмы формирования спроса для того, чтобы предложить способы регулирования инфляционных процессов. Главным в их стратегии считается отношение потребителя к рынку. Новый “экономический” человек, по их мнению, руководствуется определенной системой оценок для изменения положительных или отрицательных результатов своих усилий.

Поведенческому элементу отводится значительная роль в концепции “предельной полезности”. «На протяжении последнего столетия экономисты выработали самое важное понятие “предельной полезности» [14, 308]. “Предельная полезность” — это психологическая константа. Она является существенным элементом в системе стоимости. Последняя же представляет собой зависимость между такими переменными, как цена, доход и “предельная полезность”. Другими словами, под этим понятием понимают меру насыщенности определенной потребности. Согласно закону, каждая следующая порция товара снижает потребность в нем.

Следует заметить, что трудовая теория стоимости также предусматривает человеческую деятельность. Только если первая концепция основана на потреблении, то вторая — на труде. Обе теории выполняют важные методологические функции, когда речь идет о выборе экономической стратегии. Сторонники теории “предельной полезности” главной фигурой считают потребителя, защитники противоположной точки зрения — работника. Первые делают акцент на потребительской активности, вторые — на трудовой. Оба подхода нарушают целостность личности. Они оставляют в стороне проблему стимулов и мотивации выбора.

В “рыночном” общественном сознании на первый план выдвигается идея спроса как преобразованной потребности и, наоборот, “социалистическое” (нерыночное) сознание традиционно основывалось на преимуществах труда. Важно, что в обоих случаях экономические концепции отличаются неполнотой, поскольку в рамках экономики социально-психологические характеристики самих деятелей, субъектов экономического поведения не разрабатывались.

История экономической мысли складывалась так, что экономисты вынуждены были касаться всего спектра социальных проблем (юридических, политических, моральных). Однако социальные институты в аспекте экономики приобретали своеобразную оценку. Государство, нормы морали и право рассматривались лишь как способы достижения экономических целей.

Социологи и социальные философы “делили” с экономистами общество как совместный объект познания. Поэтому некоторые из них считали политическую экономию излишним социальным знанием. По мнению известного французского социолога Г. Тарда (1843–1914), “производство — это область политической науки, распределение — юридической, потребление — область морали” [15, 364]. С нашей точки зрения, экономическая социология начинается с трудов выдающихся классиков социологии, в частности Г. Тарда, Е. Дюркгейма,

К. Маркса, В. Парето, М. Вебера, Т. Парсонса. Остановимся подробнее на наиболее важных моментах их теорий для того, чтобы лучше представить предмет этого междисциплинарного знания.

Отношение философии и социологии к экономике часто обуславливалось философской парадигмой, которая господствовала в обществоведении определенной эпохи. Сциентистско-позитивистская позиция мыслителя направляла его в сторону “экономизации” общественного знания. Экономическая сфера отождествлялась с объективными, надличностными, реальными (материальными) отношениями. Однако XIX век был ознаменован глубокими разногласиями в социальном научном познании. Позитивизму противостояли неокантианство, “философия жизни”, феноменология. Экономическую мысль пониживал психологизм. Среди ученых-экономистов велись дискуссии об истине и ценности как о двух сущностях социальной науки, количественном и качественном подходах к человеческой личности.

Изучение трудов классиков позволяет увидеть всю сложность процесса сближения наук. Чаще всего (как видно на примере Г. Тарда) проявлялись научный “монополизм” и “экстремизм”. Справедливо протестуя против экономического редукционизма, Г. Тард, вместе с тем, не понимал специфики экономических отношений.

Обвиняя экономистов в том, что экономическая наука изображает человека ограниченно, не видит подлинных целей личности, останавливаясь лишь на описании средств, социологи критиковали политическую экономию за изоляцию от действительности, от живого человека и за превращение ее в разновидность метафизики.

Дедуктивная, обобщающая, унитарная школа экономистов (Д. Рикардо, Дж. Милль) противостояла школе исторической, индуктивной, партикулярной. Уже Г. Тард выдвинул аргументы против усреднения личности и общества в экономике. Он противопоставил экономической картине мир человека, где господствуют чувства, верования, устремления, не поддающиеся измерению. Закон спроса и предложения, по мнению Г. Тарда, — лишь результат совокупных человеческих действий, продиктованных намерениями и подражанием. Социолог не замечает, что, пытаясь избежать усредненного подхода к личности, сам попадает в эту крайность, хотя и в психологической форме. Он очень близко подошел к предмету экономической социологии как науки о человеческом поведении и социальном взаимодействии, но не смог увидеть связь социологии и экономики, которые не исключают, а дополняют друг друга.

Труды социологов по экономической проблематике очень поучительны. Познавательные методы, которые использовали исследователи в XIX в., изобиловали научными стереотипами. Среди них обращает на себя внимание редукционизм, т. е. сведение всех социальных явлений к одному фактору, к одной детерминанте. Этому фактору приписывались каузальная и объяснительная функции. “Свести в конце концов все экономические проблемы к относительному социологическому измерению стремлений и верований — таков наш метод” [15, 394], — объяснял Г. Тард.

Экономические взгляды Э. Дюркгейма носят синкретический характер. В работе “О разделении общественного труда” [7] социолог рассуждает не только об экономических последствиях разделения труда. Разделение труда — это главный концептуальный принцип, вокруг которого объединяются такие неэкономические результаты этого процесса, как возникновение государства, политики, морали, права. Наиболее существенным последствием разделения труда, по мнению Э. Дюркгейма, является возникновение социальных норм, благодаря которым существует “органическая солидарность” в обществе: “Если разделение труда порождает солидарность, то не потому, что оно делает из каждого индивида, занятого обменом, как говорят экономисты, существо, а потому, что возникает целая система прав, обязанностей, которые связывают людей друг с другом” [7, 11].

Противники трудовой концепции видят в ней недооценку морали, права, религии, культуры, традиций или, другими словами, недооценку неэкономических факторов общественной жизни. Как вызов марксизму звучит вывод Э. Дюркгейма о том, что обновление общества возможно не на основе освобождения труда, а благодаря его разделению на почве природного неравенства способностей и задатков людей при условии правового регулирования их отношений, выполнения индивидами своего гражданского долга и моральной ответственности.

Наиболее интенсивным нападкам со стороны социологов подвергается трудовая теория стоимости. Мерой стоимости Э. Дюркгейм и Г. Тард считают не труд, а услуги, которые представляют собой реальные результаты трудовой деятельности. Стоимость продукта труда остается неизвестной до тех пор, пока он не будет реализован. Не сам труд, а его полезный результат есть мера стоимости товара.

Заметим, что критики К. Маркса, обвиняющие его в чрезмерной экономизации концепции общества, не смогли увидеть в его работах полезные для социологической теории аспекты, сближающие К. Маркса

с его оппонентами. Социологическая интерпретация экономического поведения и экономического взаимодействия в марксизме позволяет воссоздать их обобщенную абстрактную модель. Ее содержание образуют участники (“актеры”), которых объединяют не волевые, осознаваемые связи, а функциональные роли в системе разделения труда. Социальная по форме связь возникает на вещной основе. Людей в марксовой системе общества сближает не чувство, а экономическая необходимость. Таким образом мы получаем описание одного из многих типов социального взаимодействия, но который мог появиться лишь в определенных исторических условиях. “Овеществление человеческих способностей в процессе труда... есть материальное содержание овеществления и отчуждения, но это содержание приобретает такую специфическую форму выражения лишь в определенный исторический период” [10, 103]. Экономическое поведение в трактовке К. Маркса — это действие, последствием которого является отчуждение. Оно опосредствовано товарно-денежными символами.

Исходные посылки социальной теории К. Маркса перекликаются с положениями гуссерлианской феноменологии и феноменологической социологии, предметом которых являются повседневное сознание, “жизненный мир” человека, его “естественная установка”. Достаточно вспомнить слова К. Маркса из “Немецкой идеологии”: “Предпосылки, с которых мы начинаем... — это настоящие предпосылки, от которых можно отвернуться лишь в представлении. Это настоящие условия жизни, как те, которые находят уже готовыми, так и те, которые воспроизведены собственной деятельностью. Следовательно, предпосылки эти можно установить эмпирическим путем” [11, 9].

Социальные отношения К. Маркс часто интерпретирует в двух аспектах: как разделенное на классы “гражданское общество” и как сферу взаимодействия личности и общества. В первом случае речь идет о противоположности групповых интересов, во втором — о мере свободы личности. Подтверждение последней мысли находим в работе К. Маркса “Экономические рукописи 1857–1859 годов” [10]. Здесь ярко выражен социолого-экономический контекст. Личностная зависимость связана с экономической. Так, эпоха социальной независимости личности сопровождается зависимостью (которая неуклонно усиливается) от процесса производства, обмена и распределения материальных благ. К. Маркс за основу периодизации общества предлагает принять человеческое измерение. “Отношения личной зависимости (на первых порах совсем первобытные) — таковы первые формы общества, при которых производство развито лишь в незначительном объеме...

Личная независимость, которая основана на вещной зависимости, — такова вторая большая форма, при которой впервые образовывается система общественного обмена веществ, универсальных отношений, всесторонних потребностей и универсальных потенций...” [10, 100–101].

Идеал К. Маркса связан с представлением о том, что собственно социальными отношениями между людьми станут лишь тогда, когда не будут опосредствованы товарами и их денежным эквивалентом.

Анализируя формы общественных связей, К. Маркс выделяет семью, гражданское общество и “универсальное общение людей”. Гражданское общество — это социальная структура, возникшая в результате имущественного неравенства индивидов, их торговой и промышленной жизни [11, 35]. Первая и третья формы предусматривают непосредственные взаимоотношения людей, когда их не разъединяют собственность, зависимость от продукта труда и его раздела, т. е. “принудительная зависимость”. По словам К. Маркса (в терминологии Э. Дюркгейма “органическая солидарность” противопоставляется “механической”), “в меновой стоимости общественное отношение лиц превращено в общественное отношение вещей” [10, 462]. Способы обмена заменяют непосредственные чувства любви, ненависти, обязанности, привычки и прочее, что отвечает традиционным связям в традиционном обществе, в “природно образованном коллективе”. Привлекает внимание также социологический подход к формам имущества. К. Маркс приводит пример, когда в античном государстве земельная собственность воспринималась как способ не обогащения, а воспитания граждан (сравните с трактовкой М. Вебером форм хозяйствования как проявления определенной религиозной традиции).

Весомый вклад в разработку методологии социоэкономической науки внес М. Вебер [2]. В теории М. Вебера содержится своеобразная интеграция, обозначающая взаимопроникновение социальных сфер. “Основой такого взаимопроникновения у Вебера является включение в глубинную сущность социального рыночных интересов и экономических классов” [5].

Экономика — это разновидность организационного поведения. Поэтому особое значение приобретают категории “организация”, “организационное действие”, “формальная и субстанциональная рациональность”. Экономическое поведение будучи организационным действием обладает такими свойствами: во-первых, реализуется лишь в пределах социальной организации; во-вторых, предназначено для поддержания порядка; в-третьих, регулируется нормами (эталонами,

стандартами, образцами) организации; в-четвертых, ему свойственна целенаправленность; в-пятых, осуществляется “актерами”, подчинено ценностным представлениям и имеет субъективный смысл; в-шестых, всегда рационально, поскольку предполагает контроль действующих лиц над ресурсами ради достижения конечного результата; в-седьмых, главной целью экономического поведения является материальное благо.

В этой связи экономическое поведение основывается на предвидении размера дохода, полезности результатов действия. Мотивы экономического поведения субъекта могут быть формально или материально рациональны. В первом случае имеются в виду лишь интересы производства, технические и технологические цели, во втором — ценностные постулаты, связанные с ожиданиями других людей. Следовательно, экономическая сфера в представлении М. Вебера является областью мотивированного поведения. “Капиталистическим, — отмечает ученый, — мы будем называть такое ведение хозяйства, которое основывается на ожидании дохода посредством обмена или морального (формального) присвоения” [11].

Сущность особого аспекта социального познания, согласно М. Веберу, состоит в том, что экономическая деятельность описывается как часть (а не детерминанта) культурной среды человечества, а потому зависит от традиций, ценностей, норм общества или определенного этноса с его особыми религиозными, моральными, правовыми обычаями, с его историей.

Творческое развитие экономической социологии получила в трудах Т. Парсонса. Обращает на себя внимание то обстоятельство, что и в первом, и во втором случае основой синтеза экономики и социологии послужила определенная методология. Логическим средством их объединения стали организационный, системный и структурно-функциональный подходы к познанию общества. Т. Парсонс и Н. Смелзер в работе “Экономика и общество. Интеграция экономической и социологической теорий” [27] выстроили иерархию социальных подсистем, каждая из которых выполняет определенную функцию: адаптивную, власти, интегративную, регулятивную. Цели экономики формируются в политической подсистеме. Экономика — это лишь способ достижения целей. Главная же ее функция — удовлетворение потребностей. Следовательно, взаимосвязь сфер общественной жизни является объективным основанием для социоэкономического подхода к познанию общества.

Важным интегративным механизмом оказалась теория социального действия. Социальным действием в социологии называют поведение,

для которого характерны наличие взаимной ориентации партнеров; регулирование поведения ценностями и нормами; ролевая функциональность, т. е. каждый индивид действует согласно требованиям и ожиданиям группы, к которой относится. Теория социального действия послужила Т. Парсонсу методологическим инструментом для открытия закона функционирования социальных организаций. Поведение личности органически вписывается в общую структуру общества, а поведенческий подход соединяет экономическую и неэкономические теории.

Т. Парсонс и Н. Смелзер, разрабатывая интеграционный взгляд на изучение экономической сферы в социологии, формулируют следующие методологические выводы относительно интеграции общественного знания [27, 15]:

- экономическая теория — это частный случай теории систем и социального действия;
- обмен между экономической подсистемой общества и другими уровнями представляет собой обмен действиями по принципу “взнос — результат”;
- обменный принцип взаимодействия объясняет и механизмы взаимодействия индивидов;
- конкретный экономический процесс всегда обусловлен неэкономическими факторами;
- экономическая теория — это ответвление поведенческих наук.

Т. Парсонс и Н. Смелзер заявляли: “Мы исследуем экономику не как профессиональные экономисты, а как социологи” [27].

Современные концепции обмена отличаются от теории Т. Парсонса прежде всего углублением в психологизм бихевиористского типа. Они демонстрируют отход от надличностной методологии и обращение к психологической структуре человека. Создатели и разработчики классической политической экономии (А. Смит, Д. Рикардо, Дж. Милль, И. Бентам) придерживались определенных представлений о личности, воплотившихся в утилитаризме. Фундаментальные послылки утилитаризма основаны на представлениях об извечном накопительном инстинкте человека, проявляющемся в стремлении к материальному обогащению. По мнению современных теоретиков обменной теории Дж. Хоманса и П. Блау, любые образцы поведения являются следствием сочетания вознаграждений, которые соответствующим образом оцениваются человеком, а также осознанного соизмерения затрат и результата. Этим обеспечивается справедливое распределение материальных или иных ценностей [16].

Моделирование человеческого поведения, как и всей общественной жизни, по аналогии с законами поведения экономических рыночных систем имеет определенные преимущества и недостатки. Предложенная схема позволяет сделать поведение более доступным описанию и эмпирическому исследованию, а также спроектировать стратегию стимулирования. Тем не менее, осторожное отношение к обменным концепциям обусловлено тем, что в них гипертрофируются экономические, в частности рыночные формы поведения, которые затем экстраполируются на объяснение неэкономических типов поведения.

Понимание моральных, или эстетических, мотивов будет упрощенным потому, что в отличие от экономических эти действия не имеют эквивалента, с которым их можно соизмерить. Выражаясь терминологией М. Вебера, целерациональная деятельность характерна для экономики, а ценностно-рациональная — для моральных, или эстетических, поведенческих форм.

Ю. Левада, анализируя тенденцию теоретической экономизации всех общественных отношений и действий, отмечает, что она с самого начала была присуща классической политэкономической традиции и ее неэффективность доказана как теоретически, так и практически (в частности, сложностью, полиструктурностью экономической сферы, разнообразием проникающих в нее типов человеческих действий) [9].

1.2

Современная западная экономическая социология

В современной западной науке экономическая социология имеет самостоятельный статус с определенным кругом проблем. В 80-е годы XX в. эта новая теория получила официальное признание, что было отмечено на международном семинаре, состоявшемся в Париже в 1987 г. Ученые констатировали, что в последнее время экономическому анализу подверглось много новых областей: образование, семья, социальное взаимодействие, девиантное поведение, организационный и коллективный выбор. Первые разработки в области экономической социологии принадлежат известному американскому экономисту Г. Беккеру. Именно он предложил объединительную идею, социологическая сущность которой состоит в том, что всем видам социального поведения присущи три признака: оптимизация поведения, рыночная природа и наличие устойчивых предубеждений. За истекшее с тех пор время в экономической социологии появились и своя проблематика, и свои

разработчики. Так, проблему выбора исследуют О. Льюис и Гарбуа, проблему потребительского поведения — Ф. Ириберн [25], влияние политики правительства на динамику потребностей — Г. Телок, поведение семей — Б. Леменишер, трудовое поведение — Г. Жинтис.

Актуальность экономической социологии объясняется, по мнению Г. Беккера, тем, что к традиционным объектам экономики — товар, труд, финансы — добавляются феномены, не имеющие рыночной природы. Это касается сферы услуг и ценностей культуры, т. е. нетоварного сектора. Все, что прежде всего присуще “экономиксу” (например, распределение дефицитных ресурсов), в той же мере свойственно и сфере политики (распределение власти, налогов, заказов), и повседневной жизни (распределение времени между периодами сна и бодрствования), и научно-исследовательской деятельности (распределение времени и энергии между исследовательскими программами). Эквивалентом в процессе обмена служит полезность независимо от того, идеи ли это или товары. Такой же является и сущность цены как меры полезности вещи, потребности в ней, расчета за пользование ею.

В западной науке объединение социологии и экономики происходит не только в рамках социологии. Основатели новой междисциплинарной области опираются на определенную экономическую концепцию, согласно которой в центре “экономикса” оказываются законы обмена, распределения, использования ограниченных ресурсов. Такой взгляд на предмет политической экономии осуждался марксизмом. Предмет политэкономии марксизм усматривал прежде всего в законах производства, в отношениях собственности. К. Маркс критиковал вульгарный социализм, который позаимствовал у буржуазных экономистов способ рассмотрения и трактовки распределения как нечто независимое от производства.

Какие же методологические преимущества имеет парадигма распределения и обмена? Прежде всего это то, что ее авторы замечают главное противоречие, которое нарушает равновесие экономической системы, а именно периодическое рассогласование между производством и потреблением. Указанное противоречие заставляет современных социоэкономистов опираться на постулаты, сопоставимые с их классическими предшественниками. Уже в 70-е годы XX в. обществоведы отошли от преданности системно-организационной методологии. Многие специалисты в области экономической социологии, в частности О. Вудворт, Ч. Арджирис, считают необходимым дополнить экономические и социологические переменные психологическими характеристиками. Перед новым поколением ученых встала задача соеди-

нения двух подходов — надличностного (организационного) и личностного (социолого-психологического), что требует логического и методологического обоснования, включения психологических механизмов в организационную структуру. Известный социолог Ч. Арджирис [21] пришел к решению этой задачи, выяснив причины организационных изменений. Он доказал, что источником этих изменений является личность в структуре организации. А для того чтобы личность могла выполнять инновационные функции, необходима система управления, опирающаяся на определенную научно-теоретическую позицию. Ч. Арджирис сформулировал следующие условия, при которых возможны изменения или инновации в функционировании организации [21, 118]:

- ослабление сил, сдерживающих изменения;
- смягчение организационного давления на членов организации;
- создание условий для информационного выбора;
- повышение уровня автономности членов организации относительно организационного контроля;
- включение рядовых участников организации в управленческую деятельность;
- отбор и формирование личностей, способных рисковать и экспериментировать.

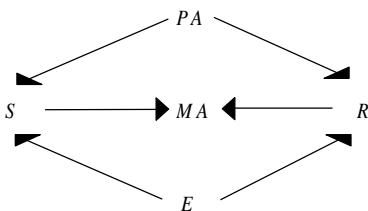
Практическая направленность социоэкономических разработок также отличает современные научные исследования от предшествующих, когда старались решать преимущественно теоретико-познавательные задачи. Главным недостатком классической науки, по мнению Ч. Арджириса, является дисциплинарная ограниченность, которая мешала научной мысли найти практический выход в управлении реальными организациями.

Преобразование теории в социальную технологию ученый усматривает в отказе от надличностных категорий “товар”, “стоимость”, “деньги” и в обращении к поведенческим концепциям.

Социологи Мак-Клеланд, Дж. Эткин и Дж. Катона продемонстрировали новые возможности синтезированного знания. В основе их подхода лежит социология ожиданий “ожиданий”, а центральной категорией становится (*achievement*) “достижение”. В предложенной теории проявляется влияние психологических школ У. Джемса и К. Левина. Личностная характеристика — стремление к достижению — становится главным мотивом экономического процветания общества или нации. Заложенные с детства черты: ощущение индивидуального успеха, умение преодолевать трудности, удовлетворение от достижений

становятся основными побудительными мотивами предприимчивости. Социологи Дж. Эткин и А. Шаррон полагают, что мера свободного развития общества зависит от “синдрома достижения”, которым обладают его члены, “это — динамичный потенциал всех капиталистических наций” [22, 32].

Принципы новой науки в значительной мере реализовал другой представитель экономической социологии — Дж. Катона. Его считают революционером в области экономики. Заслуга Дж. Катона состоит в том, что он обратил внимание на сферу потребления, которую представил в виде системы поведения. Основные отношения в ней разворачиваются не вокруг инвестиций, производства и потребления, а вокруг личности потребителя. Такой аспект позволяет сконцентрироваться прежде всего на значении психологических проявлений, в частности на социально-психологических свойствах различных социальных групп, к которым относится индивид. Поведение потребителя — глобальный фактор экономики, влияющий на прогнозы рыночной ситуации. Рыночные отношения (цена, спрос и предложение) изменяются в зависимости от выбора потребителем товаров и услуг, а также от того, собирается ли он вкладывать свои накопления, хранить их или что-то приобретать. Решения обуславливаются прежде всего особенностями психологии личности, ее ожиданиями, ценностными ориентациями, т. е. тем, что психологи и социологи называют предиспозицией. Отсюда становится возможным переход к методологии изучения прогнозирования и поведения потребителя. Предметом изучения становятся инструментальные и базовые ценности социальных групп. Знание их позволяет построить трендовые модели потребительского поведения, проследить главные тенденции динамики спроса. Дж. Катон предлагает модель поведения потребителя, в которой учитывает состояние окружающей среды с его составляющими: уровнем инфляции, политической ситуацией, ролью большого бизнеса, его давлением на спрос. Ему принадлежит схема-формула модели потребительского поведения.



где S — стимулы (социальная информация, пропущенная через опыт индивида); PA — предыдущий опыт, система ролей, отношений, ожиданий, мотивов, привычек и т. п. — все, что сформировалось к моменту действия; E — экономическое состояние личности и среды (занятость, уровень дохода, а также цены на потребительские товары и услуги); MA — отображение в сознании действующего лица всех трех факторов; R — реакция действия, поведенческий результат, который часто приобретает вид определенного способа использования денежных ресурсов [23, 10].

Современные исследователи чаще всего стараются выяснить сущность связи типа $MA — R$, т. е. связи между моделью ситуации, возникающей в сознании индивида и влияющей на его намерения, и реакцией, определенным поведенческим актом. Недостаточно изученным Дж. Катона считает другой тип связи — $PA — E$, т. е. связи между предыдущим опытом человека и экономической ситуацией.

Изучение феномена потребителя имеет особое социальное значение еще и потому, что ему противостоят организованный бизнес или государственный монополист. Потребитель нуждается в защите со стороны государства, что имеет место в развитых странах, где в структуру государственного управления хозяйством обязательно входят специальные департаменты. Например, в США федеральные министерства, отделы и службы контролируют производственную деятельность предпринимателей, предостерегая их от нарушений интересов потребителя [29, 107]. Этой задаче соответствуют стандарты Комиссии профессиональной безопасности и здоровья. Стандарты отделов производства должны учитывать требования агентств по защите окружающей среды. Продукция подпадает под стандарты администрации продовольствия и лекарств, министерства здравоохранения, образования, социальной защиты. Такие же функции выполняют комитеты по защите продуктов потребления, отделы маркировки, рекламы, транспорта. Совет по заработной плате и стабильности цен контролирует повышение цен большими национальными фирмами.

Следовательно, сегодня бизнес и рынок не могут существовать без государственного регулирования и контроля общественности, с одной стороны, и учета интересов потребителя — с другой. Одна из норм современного бизнеса гласит: “Бизнесмен должен учиться думать, обсуждать и действовать на более широкой основе, нежели только экономические расчеты” [29, 14]. Современная наука о бизнесе уже не ограничивается экономическим сознанием, ориентированным на

благополучие. Она все более тяготеет к социологическим и психологическим теориям мотивированного экономического выбора.

Социальное знание рассматривает сферу экономики в широком социокультурном контексте. Такая позиция свойственна Ф. Ириберну [25]. Он справедливо отмечает, что вещи удовлетворяют человеческие потребности только в том случае, если отвечают определенным культурным традициям и привычкам. Именно так западные авторы определяют некоторые социоэкономические понятия, например такие, как “абсолютное обнищание” и “относительное обнищание”. Если первое понятие определяет физическое состояние человека, то второе касается нарушения процесса потребления, нормального в условиях определенной страны с ее культурно-историческими традициями.

Отсутствие на потребительском рынке товаров, которые входят в постоянный рацион или ассортимент определенной нации, народа, сложность их приобретения и представляют собой “относительное обнищание”. Это важное замечание должно напоминать “чистым” экономистам, что экономика не существует в социальном вакууме. Лишь культурная среда (традиции, обычаи, ценности, символы, значения, смыслы) делает вещь товаром. Человек не довольствуется любой одеждой только ради того, чтобы она его согревала. Одежда приобретает особый смысл, поскольку символизирует социальный статус личности, сферу деятельности и пр. Образ потребления зависит от принадлежности индивида к определенной социальной группе. Ценностно-культурный контекст превращает вещь в символ престижа. По мнению Ф. Ириберна, “владение престижной вещью предоставляет обладателю ощущение преимущества” [25, 133].

Влияние феноменологической социологии на экономическую науку сказалось также и на исследовательских приемах. Увлечение методом микроанализа в социоэкономике в значительной мере стало результатом распространения качественных методов. Их “философия” требует, чтобы исследователь “погружался” в ежедневное бытие человека, изучая его мир, “схватывая чистые формы сознания”, в частности стереотипы, порожденные ценностями возрастных, этнических или территориальных групп. Например, американские специалисты по микроанализу из университета штата Висконсин и Массачусетского технологического института У. Фокст, Т. Гринберг, Дж. Кембелл и А. Ривлин изучают корреляции между принадлежностью личности к определенной социальной группе, ее экономическим состоянием и выбором определенного типа действия, направленного на приобретение вещей, сохранение или вложение денег, поиск работы, бракосочета-

ние и т. п. Это — вероятностное исследование вероятностных прогнозов поведения — характеризуют свой метод авторы, не содержащее философского понимания каузальности. Его сущность состоит в получении информации относительно отдельных элементов организации, например одного домашнего хозяйства. Если предвидение оправдано в конкретном случае (на примере определенной семьи), то его можно экстраполировать и на совокупность домашних хозяйств. Отказываясь от искусственных экспериментов, приверженцы микроанализа считают необходимым находить интересующие их факты в самой жизни. Дж. Кембелл назвал этот метод квазиэкспериментом.

Итак, для современной экономической социологии характерны:

- психосоциологическая редукция экономической науки;
- переход на уровень поведенческих теорий;
- использование категорий, позволяющих описать содержание,

мотивы экономического поведения;

- учет влияния неэкономических факторов на экономическое поведение;

- прогнозирование реакции групп населения на экономические инновации;

- изучение влияния массового сознания и массового поведения на рыночные изменения (динамику цен, потребительскую ситуацию и спрос).

1.3

Место экономической социологии в системе социологической науки

Экономическая социология — это междисциплинарная наука, потребность в которой вызвана наличием проблем, не доступных для решения дисциплинарно ограниченным знанием.

Предметом экономической социологии являются законы, категории, методы, которые формулируются по принципу взаимодополнения. Основой такого взаимодополнения должна стать определенная парадигма. Как отмечалось, в западной экономической социологии этому способствовали методология теории организации и концепция социального действия.

Исследователь Г. Бергер, анализируя взаимодействие наук, различает такие его виды: мультидисциплинарный, плюрадисциплинарный и трансдисциплинарный. Каждый из этих видов предполагает определенные специфические способы объединения научных дисциплин начиная с простого обмена идеями и заканчивая синтезом целых концепций,

методологий, процедур, терминов, а также исследовательской деятельности [3, 5–20].

Экономической социологии часто приписывается статус специальной социологической теории. Такого мнения придерживаются социолог Р. Штольберг, известный систематизатор и историк социологической науки Дж. Тернер и академик Т. Заславская. По мнению Т. Заславской, экономическая социология является одной из сорока ветвей отраслевых социологических теорий и ее задача заключается в воспроизведении целостной картины функционирования экономики в системе социального процесса. Поэтому следует различать четыре группы проблем [8]:

- разработку экономико-социологической модели определенного состояния общества;
- обоснование социальной стратегии и тактики государства с учетом интересов различных социальных групп;
- социолого-экономическое изучение социальной структуры населения как субъекта экономической деятельности;
- системное исследование социальных регуляторов экономики, конкретных механизмов влияния на нее социальных отношений.

Социологический подход к обществу позволяет построить модель как целостной общественной системы, так и отдельных ее подсистем, в частности социальной сферы. Социологическая наука включает в себя категории и обобщения, с помощью которых можно описывать и определять закономерности функционирования этой области жизни, ее связи с экономикой, политикой и культурой.

1.4

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ КАК МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Деятельность государства, называемая социальной политикой, представляет собой комплекс механизмов, призванных обеспечить следующие направления жизнедеятельности граждан: повышение общественного благосостояния; улучшение качества жизни народа; обеспечение социальной защиты и политической стабильности. Таким образом, социальная политика имеет три главные функции [12]: экономическую (стимулирование различных видов экономической деятельности), политическую (создание социально-экономических предпосылок для сохранения политического равновесия в обществе) и

стратегическую (создание социально-экономических условий для сохранения и развития “человеческого капитала”, обеспечение необходимого уровня жизни для всех групп населения, доступа к медицинскому обслуживанию, образованию, культурным ценностям).

Современные социологи Б. Дикон, М. Халс и П. Стабс в работе “Глобальная социальная политика” [6] высказывают суждения, имеющие важное значение для понимания соотношения экономических и социальных факторов в системе социальной политики современных развитых государств мира. Эти ученые разрушают примитивное представление о прямой связи между уровнем экономического развития страны и благосостоянием населения, которое, к сожалению, стало расхожим политическим штампом в молодых постсоветских демократиях.

В раннем исследовании сравнительного развития благосостояния стран социологи установили связь между усилиями государства по обеспечению благосостояния народа и экономическим развитием страны. Способ измерения усилий, направленных на повышение благосостояния, посредством определения процента от валового национального продукта (ВВП), расходуемого на социальное обеспечение, вызывал большие сомнения. В результате экономическое развитие было определено как предпосылка социального благосостояния. Вместе с тем, на высшей ступени экономического развития находились, по-видимому, проблематичные случаи, особенно в США, стране, которая, несмотря на дальнейшее экономическое процветание, явно оставалась “отстающим государством благосостояния”. Как показал дальнейший сравнительный анализ социальной политики, выше определенного уровня экономических предпосылок не существует необходимой связи между усилиями государства по обеспечению благосостояния общества и его экономическим уровнем. При этом определенные коррективы вносит политический выбор.

Среди многих стран мира отдельное место занимают некоторые, в частности Китай и Коста-Рика, имеющие намного более высокий показатель человеческого развития, чем можно было бы судить по объему их ВВП (табл. 1.1).

Характерной особенностью взаимосвязи экономического развития и социального благосостояния стало возрастание имущественного неравенства в периоды экономического подъема. Ортодоксальные экономисты в 70–80-х годах XX в. утверждали, что увеличение неравенства доходов среди населения страны является платой за экономический прогресс: чем более проявляется неравенство в стране, тем она богаче и, как следствие, лучше живет ее гражданам. Эти ортодоксальные идеи в настоящее время подвергаются сомнению.

**Взаимосвязь показателей (уровней) развития человека
и экономического развития отдельных стран мира**

Страна	Ранговый показатель ВВП на душу населения*	Показатель уровня развития человека
США	4	—
Франция	5	—
Швеция	0	—
Япония	2	—
Венгрия	24	Высокий
Россия	10	—
Бразилия	-17	Низкий
Коста-Рика	34	Высокий
Индия	12	—
Китай	41	Высокий
Малайзия	9	—
Иран	-44	Низкий
Ангола	-34	«

* Большое положительное значение этого показателя означает, что в стране человеческое развитие превышает экономическое, а большое отрицательное значение — о превышении уровня экономического развития страны над уровнем развития человека.

Социальная политика (цель которой — обеспечить каждому справедливую долю ресурсов) может содействовать экономическому развитию страны. Из доклада ОЕСР (1996) следует неожиданный вывод: будущий расцвет иногда зависит от замедления темпов роста имущественного неравенства граждан.

Набор предлагаемых далее индикаторов предусматривает соотношение главных факторов, корректирующих экономические показатели. Они образуют определенную системную модель, куда входят макроэкономические, социально-экономические и социальные показатели, характеризующие определенное состояние экономики страны, определенный политический режим и зависящую от них социальную политику.

К макроэкономическим показателям относятся темпы увеличения объемов ВВП, производства и уровня инфляции.

Группу социально-экономических показателей образуют данные, характеризующие уровень безработицы, процент лиц, находящихся за чертой бедности, соотношение средней заработной платы и стоимости потребительской корзины.

К социальным показателям, согласно методике ООН, относится индекс человеческого развития, состоящий из трех компонентов — показателей: продолжительности жизни, уровня образования населения и среднедушевого дохода. Взаимосвязь указанных показателей может приобретать характер определенных моделей функционирования общества. В случае кризисного состояния экономики государство осуществляет политику чрезвычайных мер; стабильному состоянию экономики соответствует политика стимулирования со стороны государства; с экономикой динамического роста связана политика регулирования.

Темпы изменения объема производства могут колебаться от -20% (экономический кризис) до нуля (стабильность). Если этот показатель достигает $+10\%$, в стране наблюдается динамическое развитие экономики. Другой экономический показатель — уровень инфляции — свидетельствует о кризисном состоянии страны: если он составляет 50% , в экономической стабильности, если не превышает 30% , и о динамическом развитии, если равен 5% .

На выбор модели политического управления существенно влияет уровень безработицы. В условиях экономического кризиса этот уровень достигает 20% и влечет за собой политику чрезвычайных мер. Предельным считается уровень безработицы 10% . Он свидетельствует о стабильной экономике и сопровождается политикой стимулирования. Безработица на уровне 5% расценивается как естественная. Она наблюдается в условиях экономического развития страны.

Соотношение средней заработной платы и стоимости потребительской корзины оказывается симптомом кризиса, если достигает 50% , свидетельствует о стабильности при 70% и о развитии экономики — при 100% (т. е. когда размер заработной платы равен стоимости потребительской корзины) (табл. 1.2).

Взаимосвязь экономических, социально-экономических и политических состояний общества, %

Состояние экономики	Темпы изменения объема производства	Уровень инфляции	Уровень безработицы	Соотношение средней заработной платы и стоимости потребительской корзины	Метод политического управления
Развитие	10	5	5	100	Регулирование
Стабильность	0	30	10	70	Стимулирование
Кризис	-20	50	20	50	Чрезвычайные меры

1.5

Принципы построения социально-политической модели в Украине на современном этапе ее развития

Опираясь на рассмотренную систему показателей, можно определить уже существующий выбор Украины, наметить перспективы развития. Кроме того, предложенный метод позволяет определить место Украины в мировом сообществе. В экономическом отношении страна стремится к стабилизации, а не углублению кризиса. Об этом свидетельствует динамика темпов увеличения объема производства. Этот показатель изменялся начиная с -27,7 % в 1994 г., 11,5 % — в 1995 г., -5,1 % — в 1996 г., -1,8 % — в 1997 г., +1,8 % — в 1998 г., +4,3 % — в 1999 г.

Уровень официально зарегистрированной безработицы составляет 4,3 %, а по расчетам МОТ — около 13 %. Если к этим данным прибавить скрытую безработицу (40 %), то увидим, что значение этого индикатора превышает допустимые нормы в несколько раз. Индекс соотношения средней заработной платы и стоимости потребительской корзины, рассчитанный исходя из официально установленной средней заработной платы (253 грн) и стоимости потребительской корзины (приблизительно

350 грн в мае 2000 г., по расчетам одесского социолога М. Кунявского, сделанным на основании официальных правительственных нормативов потребления), составляет 70 %, что свидетельствует о предельно допустимом уровне жизни людей.

Об отрицательных тенденциях в социальной сфере свидетельствуют также низкая продолжительность жизни, увеличение количества людей, находящихся за чертой бедности, снижение индекса человеческого развития (ИЧР). Ожидаемая продолжительность жизни составляет 65–67,8 лет (мировой показатель — 75–79 лет). За чертой бедности официально находится 31,7 % населения [17, 7]. По данным украинских социологов, 57,4 % опрошенного населения отнесли себя к бедным [4, 29].

В стране также наблюдается тенденция к снижению ИЧР. Менее чем за пять лет позиция Украины в шкале из 174 государств мира изменилась: страна переместилась с 95 места на 102 [18, 7]. Относительно этого индекса наиболее неблагоприятное положение в Закарпатском регионе, Автономной Республике Крым (АРК) и на Херсонщине, более благоприятное — в Киевской, Запорожской и Полтавской областях. Средний уровень гуманитарного развития отмечается в Черниговской, Одесской, Ровенской, Житомирской и Николаевской областях.

Многообразие потребностей и механизмов их удовлетворения определяют стиль жизни человека. В советском обществе существовали три группы потребителей, которые различались структурой затрат семейного бюджета. На удовлетворение непродовольственных потребностей эти группы расходовали соответственно 23,3; 20,1 и 14,7 % бюджета семьи, на питание — соответственно 34,2; 38,8 и 51,4 % бюджета семьи. Проследившая определенную закономерность, приходим к выводу, что чем беднее семья, тем большую долю занимают в ее бюджете затраты на питание, вследствие чего страдает удовлетворение социальных и духовных потребностей, связанных с воспитанием детей, образованием, сохранением здоровья, отдыхом и пр.

Существующая картина потребления или распределения семейного бюджета большинства граждан Украины свидетельствует о том, что они находятся на уровне относительной бедности (табл. 1.3).

Анализируя структуру затрат, видим, что даже те люди, которые не находятся за чертой бедности, вынуждены формировать свое потребление, “игнорируя” удовлетворение потребностей высшего порядка. Что же касается продовольственной структуры потребления, то ее построение также свидетельствует о невозможности нормального

**Структура затрат семейного бюджета
в зависимости от уровня благосостояния семьи, %**

Статья затрат семейного бюджета	Уровень благосостояния семей	
	бедных	небедных
Питание	86,4	82,4
Непродовольственные товары	3,5	7,4
Медицинское обслуживание	2,2	2,5
Другие затраты	7,6	7,2

физиологического развития человека. Потребление продуктов питания по многим параметрам не отвечает медицинским нормам: согласно годовой норме потребление сахара на душу населения составляет 32 кг вместо 40, мясных продуктов — 39 кг вместо 82, молочной продукции — 245 кг вместо 405, тогда как потребление хлеба и картофеля превышает норму: соответственно 128 кг вместо 110 и 122 кг вместо 97.

По данным статистического бюро Европейской комиссии, индекс покупательной способности в Украине — один из наиболее низких в Европе и составляет 17 % европейской нормы [17].

Нарушение баланса потребления связано с тенденцией уменьшения доли заработной платы в структуре ВВП. Она составляет 34–35 %, тогда как в развитых странах — 62–80 %. Доля заработной платы в себестоимости продукции составляет 8,8 % (в ФРГ она находится на уровне 40–50 %). Почасовая стоимость рабочей силы составляет в Украине 37–40 центов, в Германии — 25 дол., США и Франции — 15,5, Польше — 2, Венгрии — 1,8, Чехии — 1,6, Румынии и Болгарии — 40–80 центов [1].

Бедность имеет также региональный аспект. Наивысший уровень бедности наблюдается в индустриальном регионе восточной Украины, наиболее низкий — на юге страны (табл. 1.4).

Значительным социальным последствием такого положения становится постепенное проявление феномена, называемого в социологии культурой бедности. Его нельзя игнорировать, если речь идет о целенаправленной социальной политике государства, о ценностях новых поколений граждан Украины.

Еще в XIX в. социологи понимали под культурой бедности определенный стиль жизни [20]. Современный исследователь бедности про-

Региональная вариация бедности в Украине, %

Регион	Уровень бедности	Глубина бедности
Юг	26	8
Запад	28	8
Центр	29	10
Восток	35	12
Украина в целом	30	10

фессор Иллинойского университета О. Льюис фиксирует такие устойчивые черты культуры бедности [26]: бедные не разделяют общественных ценностей; имеют низкий уровень организации; им присущи специфические отношения между полами и возрастными группами (отсутствие детства, свободные формы брака); в их сознании доминируют безысходность, зависимость, приниженность, низкая трудовая мотивация, неспособность к планированию своего будущего.

1.6

Соотношение экономического и социального в структуре ценностей населения Украины

Общественное мнение населения, его ценностная структура, отраженные в исследованиях социологов, образуют систему субъективных социально-экономических показателей. Они позволяют судить об уровне эффективности политической деятельности государства во всех сферах общественной жизни и, в частности, в сфере социальных отношений.

В современной западной социологии принято различать материальные и постматериальные ценности [24].

Материальные ценности исследователи связывают с экономическими и физическими потребностями, постматериальные — с потребностями в свободе, самовыражении, признании и т. д.

Ученые Р. Инглхарт и П. Абрамсон (университет штата Мичиган, США) утверждают, что в большинстве стран мира приоритеты

сдвигаются в сторону постматериальных ценностей. Однако этот вывод не является бесспорным. Сравнительные исследования ценностной динамики населения развитых стран Европы и Америки показывают, что и постматериальные, и материальные ценности в одинаковой мере значимы для граждан этих государств [28].

На ценностные измерения общества влияют как экономические факторы, так и культурные традиции народа. В обоих случаях доминируют материальные ценности (стабильная экономика, стабильные цены). Для американцев политические факторы оказались более значимыми, чем для европейцев (национальная безопасность, правопорядок). Для французов моральные и гражданские ценности (дружеские отношения, свобода слова и информации) имеют большее значение, чем для американцев.

Украинская ментальность, сфокусированная в ценностных приоритетах населения, подтверждает мысль об отсутствии жесткой связи между экономическим состоянием страны и влиянием последнего на мировосприятие граждан. Так, отвечая на вопрос: “Какие проблемы являются для Вас сейчас наиболее жизненно важными?”, участники опроса, проведенного в 1994 г. учеными Института социологии НАН Украины, службы “Социс” и фонда “Демократическая инициатива”, предложили варианты, приведенные в табл. 1.5 [4].

Таблица 1.5

Иерархия ценностей населения Украины (1994 г.)

Ценность	Ранговая позиция
Материальная обеспеченность	1
Здоровье	2
Семья	3
Занятость	4
Социально-экономическая ситуация	5
Свобода	6
Права человека	7
Образование	8
Религия	9
Культура	10

В исследованиях, проведенных в конце 90-х годов XX в., изучалось распределение ценностей граждан по шкале Рокича или ее модификациям. В них прослеживается несколько иное ранжирование ценностей: в качестве первоочередного блага стабильно доминирует здоровье, а уровень материальной обеспеченности занимает четвертую позицию.

Социологи Одесского государственного университета выявили региональную специфику ценностных предпочтений населения [13, 174]. Как и в целом по Украине, у жителей Одесской области материальное благосостояние занимает четвертую позицию, тогда как первое, второе и третье места отведены соответственно здоровью, миру в обществе, семье. Такая приоритетность проблем сближает граждан Украины с западным миром. Сопоставим мнение населения Украины с оценками американцев. Отвечая на вопрос: “На что правительству США следует больше расходовать средств?”, жители США на первое место поставили охрану здоровья; на втором месте оказалась проблема борьбы с преступностью; охрана окружающей среды, борьба с наркоманией, проблемы больших городов заняли соответственно третье, четвертое и пятое места. Для граждан Германии наиболее серьезными проблемами являются охрана окружающей среды (первое место), охрана здоровья (второе место), социальная защищенность и стоимость жилья (третье место), образование (четвертое место) [28, 92]. По данным украинских социологов (фонд “Демократические инициативы”), граждане Украины в качестве факторов, угрожающих стабильности общества, называют последовательно низкий уровень жизни, преступность, безработицу, поляризацию или неравенство доходов, экологическую ситуацию, обеспеченность жильем и его стоимость.

Вторая половина XX в. прошла под знаком идеологии “Welfare State”, которая определила главную цель современных демократий: достижение всеобщего благосостояния. В этой концепции экономика и политика приобретают характер средств, эффективность которых измеряется уровнем и качеством жизни населения. В современной Украине социальные приоритеты должны быть не только провозглашены, но и обеспечены. Задача национального обществоведения состоит в глубоком осмыслении трансформационных процессов в стране. Социальные последствия политических и экономических реформ прослеживаются в динамике социальной структуры украинского общества и его общественном сознании.

Подытоживая сказанное, приходим к таким выводам:

- разработка экономической социологии приобретает в настоящее время особый смысл в связи с усилением “экономизации” жизни и недостаточным вниманием к социальным факторам и социальным последствиям экономических реформ;
- новая междисциплинарная область должна стать методологической основой для придания экономической политике гуманной и социальной направленности;
- усилия ученых, экономистов и социологов могут быть объединены на общей методологической платформе, образованной поведенческой парадигмой, а также за счет взаимного дополнения исследовательских методов, позволяющего корректировать решения в экономической области с помощью данных, полученных в процессе социологических исследований.



Список использованной и рекомендуемой литературы

1. Біляцький С. Соціальний захист як ознака цивілізованості суспільства // Віче. — 1999. — № 8. — С. 65.
2. Вебер М. Избранные произведения. — М.: Прогресс, 1900.
3. Взаимодействие наук как фактор их развития. — Новосибирск: Наука, 1988.
4. Головаха Є. Суспільство, що трансформується. — К., 1999.
5. Давыдов Ю. Н. Веберовский ренессанс // Социс. — 1986. — №3.
6. Дікон Б., Хан М., Стабс П. Глобальна соціальна політика. — Харків: Основи, 1999. — С. 62–64.
7. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. — Одесса, 1990.
8. Заславская Т. И., Рывкина Р. В. О предмете экономической социологии / Изд. Сибирск. отд. АН СССР. Сер. экон. и приклад. социологии. — 1984. — Вып. 1.
9. Левада Ю. А. Социальные рамки экономического действия // Мотивация экономической деятельности: Сб. тр. — М., 1980. — Вып. 2. — С. 79.
10. Маркс К. Экономические рукописи 1857—1859 годов // К. Маркс, Ф. Энгельс Соч. — 2-е изд. — Т. 46. — Ч. 1.
11. Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. — 2-е изд. — Т. 3.
12. Наумова Н. Ф. Социальная политика в условиях запаздывающей модернизации // Социол. журн. — 1994. — № 1. — С. 7.
13. Победа Н. А. Социология культуры. — Одесса, 1999.

14. *Самуельсон П.* Економікс. — Львів: Світ, 1993.
15. *Тард Г.* Социальная логика. — СПб., 1901.
16. *Тернер Дж.* Структура социологической теории. — М.: Прогресс, 1985.
17. *Україна в 1996 р.*: Інформ. аналіт. доп. — К., 1996.
18. *Україна.* Людський розвиток. — К., 1999.
19. *Шанина Л.* Народ золотой середины? // Зеркало недели. — 2000. — февр.
20. *Ярошенко С. С.* Синдром бедности // Социол. журн. — 1994. — № 2.
21. *Argiris Ch.* The Applicability of Organizational Sociology. — London, 1972.
22. *Atkin D., Sharron A.* Psychoeconomics and its Applications. — N. Y., 1968.
23. *Human Behavior in Economic Affairs.* — N. Y., 1968.
24. *Inglehart R., Abramson P.* Economic security and Value Change // Amer. Politic. Sci. Rev. — 1994. — V. 88. — № 2. — P. 336–349.
25. *Iribarne Ph.* Social Sciences and the Reconstruction of Welfare Economics // Soc. Econ. — 1973.
26. *Lewis O.* La vita. — N. Y.: Random House, 1966.
27. *Parsons T., Smelser N.* Economy and Society. — Glencoe: Free Press, 1956.
28. *Russel G.* Citizen Political in Western democracies. — New Gercy: Chatham House Publishers, Inc. Chatham, 1993.
29. *The Future of Business / Ed. by M. Ways.* — N. Y.; Toronto; Sydney; Frankfurt; Paris, 1982.



Контрольные вопросы

1. Цели научной интеграции экономической и социологической наук.
2. Проблематика экономической социологии в произведениях классиков социологической науки.
3. Логика и методология объединения экономического и социологического знания.
4. Интерпретация экономических категорий в работах Г. Гарда, Э. Дюркгейма, М. Вебера.
5. Экономический детерминизм и проблема многофакторности в социологической теории.
6. Социологический аспект экономической концепции К. Маркса.
7. Т. Парсонс о функциях экономики в структуре общественной системы.
8. Т. Парсонс и Н. Смелзер о принципах объединения двух наук.
9. Проблематика современной экономической социологии.
10. Экономическое поведение и его стимулы.
11. Место экономической социологии в системе современной социологической науки.
12. Экономическая социология — методологическая основа социальной политики.
13. Прикладной аспект экономической социологии.



Тематика рефератов

1. Предмет и функции экономической социологии.
2. Роль экономической социологии в процессе реформирования украинского общества.
3. Экономическая социология как теоретическая основа социальной политики.
4. Социальный аспект истории хозяйственных форм (по работам М. Вебера, Э. Дюркгейма, М. Ковалевского).
5. Работа Э. Дюркгейма “Разделение общественного труда” и ее значение для определения предмета экономической социологии.
6. Формирование экономической социологии в России и Украине. Т. Заславская и Р. Рывкина о предмете экономической социологии.
7. Соотношение экономического, политического и социального факторов в современных моделях социальной политики.
8. Соотношение экономических и неэкономических ценностей в структуре общественного сознания населения Украины.

ГЛАВА 2

СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА

Выяснение того, что представляет собой социальная сфера и как она взаимодействует с экономикой общества — наиболее важные вопросы курса экономической социологии. Более того, существует мнение о том, что именно “взаимодействие двух основных сфер общественной жизни: экономической и социальной, соответственно взаимодействие двоякого рода процессов: экономических и социальных” является объектом экономической социологии [17, 49]. Высказывалась также точка зрения, согласно которой из понятия “социального” следует выводить все особенности представлений о предмете социологии [3]. Возрождение в советский период социологии как науки связано с тем, что она непосредственно была сопричастна к так называемому социальному планированию, в практике которого и произошло выделение социальной сферы [55]. “Социальность” называют также “предельным понятием” социологии. По мнению социолога Ю. Давыдова, “рассматривает ли социолог общество как реальность особого рода или пытается вычленить простейшую единицу социальной связи (либо социальной деятельности), чтобы сделать ее точкой отсчета, — во всех случаях “предельным понятием”, определяющим его исследовательский горизонт, остается категория социальности. Вот “материя”, из которой соткана та реальность, какую исследует социолог. И стоит только ему “оторваться” от этой реальности, как он перестает быть социологом” [9, 5].

Но что представляют собой “социальность” и “социальное”? Что подразумевается под “социальными отношениями”, “социальной политикой”, “социальными факторами производства”? Необходимость ответа на эти вопросы обусловлена не только практическими потребностями совершенствования социальной сферы, формирования так называемой социально ориентированной экономики, но и задачами развертывания социологических исследований определенного профиля, в частности в области экономической социологии.

Социальное в социологической литературе порой понимается очень широко, например как дихотомическое к естественному (соци-

альное — это неестественное любое общественное, если исходить из антитезы природа/общество) или к индивидуальному. По поводу последнего делаются различные уточняющие утверждения: это взаимодействие по меньшей мере двух (но и множества) индивидов — свидетельство прежде всего совместного характера человеческой жизнедеятельности, наличия связей, которые объединяют их в нечто целое и т. д. Такое понимание социальности широко распространено в мировой социологической литературе. Более того, термин “социальное” употребляют и к животным, живущих и удовлетворяющих свои естественные потребности совместно в “сообществах”, а не индивидуально.

В советское время в литературе по социологии популярно было понимание социального как аспекта (“притом важнейшего”) системы общественных отношений. “Конкретизация” понимания социального состояла в том, что социальные отношения считались отношениями равенства и неравенства по положению людей и групп в обществе [34]. Но это уточнение не проясляло проблемы, ибо возникал вопрос: равенство или неравенство в чем-то — какое положение в обществе имеется в виду? Ведь когда в обиходе говорят о социальном положении людей, то имеют в виду нечто более определенное. Мало что дает и указание на то, что социальные отношения — это отношения между общностями, классами, группами и личностями, так как между всеми этими субъектами существуют, очевидно, и другие отношения, отличающиеся от социальных (например, нравственные, политические, правовые и пр.). Ясно и то, что такое слишком широкое понимание социального не дает представления о том, что такое социальная политика в отличие от политики вообще, что означают “социальные факторы экономики” и как понимать экономику социально ориентированную.

Для более глубокого уяснения того, в каком смысле вообще употребляют многозначное и трудноопределимое понятие “социальное”, предлагаем ознакомиться с работами отечественного социолога Н. Мокляка [26].

Здесь же попытаемся разобраться в том, что представляет собой социальная сфера как особая сфера жизнедеятельности общества и что означают социальные отношения как специфический вид общественных отношений, функционирующих наряду с экономическими, политическими, различного рода духовными отношениями. Соответственно следует уяснить специфику и особенность социального.

Социальная сфера — специфическая сфера жизнедеятельности общества. Ограниченность распределительной трактовки социального

В наибольшей степени специфика социального выражена в том, когда оно связывается с определенными условиями и средствами расширенного воспроизводства людей. Соответственно социальная сфера — это сфера поддержания жизни, удовлетворения многообразных человеческих потребностей посредством присвоения средств жизнедеятельности и существования. Другими словами, речь идет о присвоении средств и условий воспроизводства человека как субъекта общественных отношений, о воспроизводстве индивида как субъекта труда, о преобразовании общечеловеческой природы индивида, формировании у него способностей к многообразной деятельности. Сфера, в которой происходит это присвоение, является социальной. Отношения (между людьми, группами людей, человеком и обществом), посредством которых осуществляется это присвоение, называются социальными.

Сразу же отметим, что понятие “средства и условия воспроизводства человека” носит конкретно-исторический характер. В настоящее время в средства воспроизводства человека как общественного существа следует включать также средства, обеспечивающие получение информации, а в совокупность факторов, необходимых для функционирования человека как субъекта труда, входят также те, которые обуславливают доступность образования. Изменяется и количество благ, необходимых для воспроизводства человека как субъекта общественной жизни. К таким благам в настоящее время относятся и те предметно-вещественные реалии, которые являются средствами удовлетворения духовных потребностей (например, телевизор, магнитофон, проигрыватель, кино- и фотоаппаратура, а в последнее время — компьютер и необходимое оборудование, обеспечивающее информационные услуги). Результаты духовного производства (например, образование) становятся фактором производства материального. Общеобразовательное и профессиональное развитие, являющиеся важнейшими факторами трудовой деятельности, — необходимое условие жизнедеятельности. А врачевание, экологически чистая среда, рекреационные факторы (обуславливающие отдых и развлечения) как условия существования также относятся к необходимым

условиям воспроизводства человека, охраны его здоровья, поддержания жизни и работоспособности. Все это становится важной составляющей так называемой индустрии производства.

Итак, область присвоения этих разнообразных условий и средств, набор которых определен конкретно-исторически, образует социальную сферу жизнедеятельности общества.

Далее о “присвоении”. Оно не есть просто обладание вещами, а является овладением ими (усвоением, освоением) в процессе жизни и деятельности. Именно в этом состоит основной смысл понятия “присвоение” в данном контексте. Это вполне соответствует тому, как это понятие трактуется в философской литературе [14, 18]. Добавим также, что речь идет о присвоении определенных условий и средств, относящихся к предметно-вещественной, “вещной” или даже “материально-вещной среде”, включенной в человеческую жизнедеятельность. Не следует чрезмерно расширять представление об условиях и средствах, присвоение которых образует социальную сферу жизни общества. Расширять до такой степени, чтобы включать в эти условия также средства духовные, политические, правовые и другие многообразные факторы человеческой жизнедеятельности, хотя они, безусловно, являются важными составляющими среды, которая также присваивается человеком и обуславливает его формирование и развитие.

Предметно-вещественная, “материально-вещная среда” выполняет многообразные функции в обществе. Она является материальным источником и средством поддержания многообразных форм жизнедеятельности и существования. В рамках марксистской концепции предметно-вещественная среда анализировалась преимущественно в этом качестве (см., например, [43]). В современной социальной антропологии и социологии большое внимание уделяется функционированию вещей как символов, выясняется место предметно-вещественной среды в знаковых системах, характеризуются смысловые элементы этой среды (М. Фуко, Ж. Бодрийяр и др.). Как считает Ж. Бодрийяр [4], функциональность вещи состоит в том, что она “реализует себя, точно соответствуя реальному миру и человеческим потребностям”. Однако интегрируясь в некоторое целое, вещь способна также «преодолеть свою “функцию” ради какой-то вторичной функции, стать элементом игры, комбинаторной исчислимости в рамках всеобщей теории знаков» [4, 45]. Функционированию вещей как “объективированных представлений”, обуславливающих “стиль жизни”, уделяет внимание П. Бурдьё [6]. Символическая функция вещей, как известно, приобре-

тает все большее значение в современном обществе. Тем не менее, непосредственно воспроизводящая функция предметно-вещественной среды, представляющая собой социальные условия человеческой жизнедеятельности, сохраняет первичный, базовый характер.

Отметим также еще одно чрезвычайно важное обстоятельство. “Материально-вещная среда”, которая обуславливает воспроизводство человека как общественного существа, — это не только экологическая среда и совокупность социально-территориальных условий и то, что является преимущественно результатом материального производства. Социальная среда, обуславливающая воспроизводство человека как общественного существа, — это и производственная деятельность непосредственно человека. Труд, как известно, и созидатель вещественного богатства (труд как средство к жизни), и его преобразователь (“ваятель”). Социальный процесс как процесс воспроизводства человека — это прежде всего реализация и развитие человеческих способностей посредством производственной деятельности, а также самореализация субъекта труда, его творческих потенций и умений.

В узко терминологической трактовке социальных отношений как специфических общественных отношений, функционирующих наряду с экономическими и политическими, а также в понимании социальной природы труда и производства велика заслуга К. Маркса. Это признается и в немарксистской социологии. Как считает, например, известный американский социолог А. Босков, идеи К. Маркса о социальных отношениях в сфере производств “...постоянно занимают социологов” [5, 36]. Отдавая должное марксовскому пониманию “социального”, важно уяснить суть этого понимания как звена, которое опосредствует взаимодействие способа производства материальной жизни, экономической структуры общества с политическими, правовыми и всеми другими общественными отношениями. (Согласно К. Марксу “способ производства материальной жизни обуславливает социальные, политические и духовные процессы жизни вообще”). Обвинение К. Маркса в “вульгарном экономизме” в значительной степени обусловлено тем, что не понимается, какую роль в марксовской концепции играет особым образом трактуемое “социальное”, какое место оно занимает в целостной системе общественных отношений.

В марксистской теории общества есть и сильные, и слабые стороны, есть и то, что, собственно, никогда не было научно обоснованно (например, теория социализма). На это еще во второй половине XIX в., как известно, указывал М. Вебер, с величайшим почтением, однако,

относившийся к К. Марксу как мыслителю. Ни одна социологическая теория не может претендовать на решение всех исследовательских задач, которые возникают при изучении общества. Каждая из теорий в большей степени, чем другая, пригодна для анализа каких-то специфических проблем, определенных аспектов действительности. Не случайно современные социологи пришли к мысли о необходимости синтеза теорий. И этот синтез означает не забвение того, что подтвердило свою эвристичность и научную ценность, а максимально возможное использование всего ценного и адекватное его истолкование. Что касается социальных аспектов труда и уяснения специфики социального, то без марксистской концепции здесь не обойтись. Как считал К. Маркс, труд — это творец, а “человек есть результат его собственного труда”. Соответственно социальный процесс, который как бы надстраивается, по К. Марксу, непосредственно над способом производства, не сводится лишь к процессу распределения и потребления. Он представляет собой также непосредственный процесс человеческой деятельности, характеризующийся не только его вещественными результатами или условиями, человеческими качествами, которые он формирует.

Известно, что еще недавно обществоведы, называющие себя марксистами, говоря о социальных различиях, социальном неравенстве, социальной политике применительно к “социалистическому обществу”, как правило, имели в виду различия в условиях труда и быта (включая, а часто абсолютизируя, различия в заработной плате). Таким образом, социальные отношения ограничивались по существу узко понимаемыми отношениями распределения. Однако перенесение центра тяжести в характеристике социальных отношений любого общества, в том числе и того, которое называлось социалистическим (например, при выявлении его “преимуществ” или “недостатков”), на распределительные отношения не являлось правомерным. За это в свое время К. Маркс критиковал одного из деятелей немецкого рабочего движения Ф. Лассалья, имея в виду его рассуждения о будущем обществе. К. Маркс считал, что позиция Ф. Лассалья по данному вопросу является “отрывкой вульгарного социализма” (представление о том, будто социализм вращается преимущественно вокруг вопросов распределения).

Вульгарность понимания социализма в советский период выражалась, в частности, в самой трактовке известной “формулы социализма”: “от каждого — по способностям, каждому — по труду”. Интерпретируя эту формулу, адресовались преимущественно ко второй ее половине, явно недооценивая первую. Более того, первая половина формулы пони-

малась как императив полной самоотдачи: “на что способен — отдай все”^{*}. Но так ли следовало понимать формулу, характеризующую общество, которое претендует на то, чтобы быть более совершенным, чем капитализм? Даже если речь шла просто о так называемой модели социализма (т. е. о том, как это общество представлялось в идеале), то, скорее всего, должно было подразумеваться следующее: более совершенное, чем капитализм, общество должно создать максимальные условия для того, чтобы человек мог проявить себя, реализовать и совершенствовать свои способности. В этом и должно было состоять его (общества) основное социальное превосходство, которое призвано было обеспечить преимущество в различных других отношениях — нравственном, общекультурном и т. д. Соответственно принцип справедливости целесообразно рассматривать как принцип распределения прежде всего условий реализации способностей, а не благосостояния (по труду, поровну или как обеспечение гарантированного минимума).

Учитывая несправедливость смещения распределительного и производительного аспектов труда, неправильно было бы и противопоставлять их друг другу. Однако социологи часто были склонны делать это, создавая искусственную дилемму: что более важно для “советского человека” — “интересная, содержательная работа”, служили некорректная методологическая позиция и неадекватный инструментарий. Изменялись ценностные представления, вербальные характеристики, а не заинтересованность, т. е. те реальные интересы, которые обуславливают фактическое поведение в сфере труда и его экономической и социальной эффективности [32, 172; 37, 64–66]. Сфера же социального в качестве базового компонента использует интерес, а не ценностное представление. Последнее относится к области культуры. А важной составляющей культуры является “трудовая этика”, которая (как и культура в целом) также влияет на трудовую деятельность. Однако в этом случае действуют специфические (в частности, символические) механизмы, отличающиеся от собственно социальных механизмов, но также воздействующие на функционирование труда и производства.

Возвращаясь к взаимоотношению содержания труда и его оплаты, отметим, что речь идет о взаимодействии двух социальных факторов, один из которых характеризует условия реализации человеческих способностей,

^{*} На необходимость переосмысления “формулы социализма” в советской социологической литературе обратила внимание Т. Заславская [5].

другой — распределение благосостояния посредством оплаты труда. С одной стороны, действительно, оценка труда, выражающаяся в соответствующей его оплате, способствует максимальной самоотдаче, мобилизации внутренних резервов и способностей. С другой стороны, высокая оплата труда в условиях, когда человек лишен возможности проявить инициативу и реализовать свои способности, не приведет к высокой производительности. В этой связи следует подвергнуть сомнению и такое понимание преимуществ социалистического общества, которое усматривалось в выравнивании благосостояния, что, в свою очередь, рассматривалось как преодоление существенных социальных различий. В советских условиях это означало установление потолка заработной платы, запрет или блокирование всякой предпринимательской деятельности (индивидуальной трудовой деятельности в частности) и т. д. — все, что в конце концов привело к полнейшему оскудению и снижению производительности труда, к тому самому отчуждению труда, которое приписывалось капитализму.

Итак, размышления относительно “формулы социализма” не являются чисто формалистическим упражнением. За этими размышлениями кроются глубокие теоретические и практические проблемы: имеется ли в виду общество созидательное, когда исходят из примата социально оправданного производства, из прироста национального богатства, которое позволяет обеспечивать реализацию многообразных человеческих способностей, либо речь идет об обществе распределительном, когда распределяют вроде бы по труду, но так, чтобы ни у кого не было слишком много.

Казалось бы, речь идет о сугубо практических ошибках, извращениях непогрешимой марксистской теории. Ведь заслуга К. Маркса в том и состоит, что он обратил внимание на примат производства над распределением, а экономические отношения трактовал прежде всего как производственные, чем, в частности, продемонстрировал свое явное превосходство над классическими политико-экономическими представлениями. Однако непоследовательность и даже в определенном смысле противоречивость марксовской концепции “научного социализма” (слабые места которой были утрированы в социалистических теориях, “выросших” на российской почве, и доведены до абсурда в практике их осуществления) привели к смещению акцента на распределительный, “благотворительный” социализм.

Эту проблему известный русский мыслитель С. Франк сформулировал как противоречие между тем, что нужно делать и как, какие пути для осуществления задачи совершенствования общества целесо-

образны и допустимы: «Сущность так называемого “научного” социализма в отличие от социализма утопического, состояла именно в этой мысли об органическом и эволюционном пересозидании социальных отношений, хотя у самого К. Маркса, а тем более у его догматических последователей эти научные взгляды перекрещивались с ненаучными реминисценциями революционно-бланкистского “характера”» [45, 75].

Это было написано в 1903 г., а в 1909 г. рассматриваемая непоследовательность К. Маркса трактуется уже как противоречие между созидательной деятельностью (в которой человек, максимально реализуясь, стремится к высшей производительности, способствуя приращению культуры) и “борьбой”, разрушением, характерными для вульгарно понятого русской интеллигенцией так называемого социализма революционного. Пафос социализма, который сосредоточен на идее распределительной справедливости и исчерпывается ею, коренится, по мнению С. Франка, “в убеждении, что условий счастья не нужно созидать, а можно просто взять или отобрать их у тех, кто незаконно завладел ими в свою пользу. Но для того чтобы было что распределять, надо прежде всего иметь что-нибудь, а чтобы иметь, нужно созидать, производить” [46, 89–100]. Аналогичные идеи высказывал известный русский философ Н. Бердяев, критиковавший “народнически-утилитарно-аскетические” идеи, свойственные русской интеллигенции: “...интересы распределения и уравнивания в сознании и чувствах русской интеллигенции всегда доминировали над интересами производства и творчества” [2, 12].

В оценке так называемого революционного социализма, к которому русские мыслители относили также и “научный социализм” К. Маркса в силу его непоследовательности, важно следующее: его основная ошибка состоит в пренебрежении высшей производительностью, которая не может быть следствием разрушения, опрощения, запретов и “борьбы”, а порождается созиданием, предполагающим самоценное развитие внешних и внутренних условий человеческой жизнедеятельности, совершенствование характера самого труда.

Труд осуществляется посредством различных орудий производства, характер которых и степень сложности обуславливают содержание труда, включенность субъекта труда в определенный вид деятельности, наличие определенных навыков и уровня квалификации. И все это, а не только распределение результатов производственной деятельности, относится к сфере социальных отношений, к социальной организации производства, к социальным факторам воспроизводства человека как общественного существа. Обращаясь к рассуждениям

К. Маркса по этому вопросу, следует вспомнить о его оценке представителя классической политической экономии Д. Рикардо. Стремление последнего, как считал К. Маркс, понять современное производство в его определенной социальной организации привело этого ученого к акцентированию внимания на распределении. Однако в таком случае, как указывает К. Маркс, распределение необходимо трактовать широко: как распределение орудий производства, как распределение членов общества по различным родам производства, как распределение продуктов, что является лишь результатом распределения [22, 722].

Итак, к многообразным условиям и средствам, присвоение которых образует социальную сферу жизни общества, относится и труд, создающий различные возможности для реализации человеческих способностей. Соответственно труд является важнейшим социальным фактором человеческой жизнедеятельности. Что касается распределения, то оно также является важным социальным фактором человеческой жизнедеятельности, обуславливая получение человеком многообразных благ и услуг. Распределение является одновременно важным фактором развития производства. Но последнее, по мнению Ф. Энгельса, “больше всего стимулируется таким способом распределения, который позволяет всем членам общества как можно более всесторонне развиваться, поддерживать и проявлять свои способности” [54, 206].

Фактором развития производства является также потребление. К. Маркс, считавший потребление “замыкающим актом”, “ключевым звеном” в цепочке “производство — распределение — обмен — потребление”, вынесил его за пределы экономики. Тем не менее, К. Маркс обращал внимание на то, что “оно, в свою очередь, оказывает обратное воздействие на исходный пункт и вновь дает начало всему процессу” [22, 715]. Потребление как целенаправленное использование предметов для удовлетворения потребностей является основой и определяющей характеристикой социальности. Оно пронизывает все сферы общественной жизни, опосредует все виды человеческой деятельности и является базисным объектом практически любого социологического исследования. Во всестороннем изучении потребления приоритет, несомненно, принадлежит социологии*.

* Приводя высказывание К. Маркса о том, что потребление находится вне сферы экономики и политической экономии, современный социолог В. Тарасенко указывает на то, что потребление находится именно “в социальной сфере, изучаемой социологией” [42]. Он считает также целесообразным создание специальной отрасли социологии — социологии потребления.

Потребление приобретает особое значение в условиях современных обществ, все более расширяя масштабы воздействия на общество. XX век называют “эрой потребления” в сравнении с XIX в. — “эрой производства”. Интересные мысли относительно рассматриваемого вопроса высказывают идеологи индустриального и постиндустриального обществ Дж. Гэлбрайт, О. Тоффлер, Р. Барт и Ж. Бодрийяр, исследующие место и роль вещей в современном мире. В частности, Ж. Бодрийяр, характеризуя специфику потребления в современном мире, считает, что в современном обществе объект потребления — это не вещи, не материальные товары, а потребление не является материальной практикой. Ж. Бодрийяр использует термин “потребление” лишь применительно к современному обществу: “Потребление в той мере, в какой это слово вообще имеет смысл, есть деятельность систематического манипулирования знаками” [4, 164]. Именно потребление, по мнению Ж. Бодрийяра, характеризует в данных условиях “активное отношение к миру”. И все же, как это убедительно показывает этот же ученый, этот характер потребления и его активная роль обусловлены потребностями современного производства, ибо “вещи здесь предназначены не для того, чтобы ими владели и пользовались, но лишь для того, чтобы их производили и покупали” и что самое главное — весь этот “социальный строй производства” завладевает “интимным миром потребителя и его сознанием” [4, 135]. По мнению Ж. Бодрийяра, социальный строй производства обуславливает весь мир человека, предопределяя его содержание и особенности: “Перед нами проанализированная К. Марксом формальная логика товара, доведенная до конечных выводов: подобно тому как потребности, чувства, культура, знания — все присущие человеку силы интегрируются в строй производства в качестве товаров, материализуются в качестве производительных сил, чтобы пойти на продажу, — так и все желания, замыслы императивы, все человеческие страсти и отношения сегодня абстрагируются (или материализуются) в знаках и вещах, чтобы сделаться предметом покупки и потребления” [4, 165].

Собственность как социальная категория. Социальные и экономические отношения. Социально ориентированная и эффективная экономика

Категория собственности, как известно, обозначает присвоение средств производства, рабочей силы, материальных благ и услуг. Отношения собственности как волевые, складывающиеся между субъектами (личностями, социальными группами), персонализируют отношение к вещам, их (вещей) производство и потребление. Признавая относительную самостоятельность волевых отношений, их независимость в определенном смысле от производства (характер способ которого, обусловлены прежде всего производительными силами, уровнем их развития), все же не следует отрывать второе от первого. В той степени, в которой волевые отношения реализуются в производстве (как собственность на средства производства прежде всего), они (волевые отношения) являются важнейшим аспектом производственных отношений.

Фактическое владение известных лиц (отдельного человека, определенных групп, государства и т. д.) средствами производства и вещами вообще может при известных условиях возникать и изменяться независимо от производства, непосредственно быть следствием самых различных обстоятельств: насильственного захвата, конфискации, получения по наследству и т. п. [50, 53]. Но воспроизводящая (человека и человеческие качества) функция владения, т. е. важнейшая его социальная функция, в наибольшей степени проявляется именно тогда, когда предмет владения вовлечен в производство и является его средством. В этом своем виде отношения собственности являются социальными, образующими социальный фактор производства. Но чем же тогда социальные отношения отличаются от экономических (производственных)? Вообще экономические и социальные отношения как объект исследования представляют собой одно и то же. Не случайно их часто объединяют и называют социально-экономическими. Предметные же их области различны. Экономические отношения характеризуют вещественную результативность производства, социальные — его обращенность к человеку (непосредственно, ибо опосредовано производство существует для удовлетворения человеческих потребностей). Хотя последнее — существование производства ради удовлетворения

человеческих потребностей (если иметь в виду современные общества “изобилия”), как отмечалось, подвергается корректировке: современные производства функционируют ради производства и получения прибыли, а потребление не является процессом удовлетворения потребностей. Взаимодействие вещественно-результативного аспекта производства и социального его аспекта, обращенного непосредственно к человеку, очень сложное.

Социальная история также свидетельствует о сложности и противоречивости взаимодействия экономического и социального аспектов производства. В этой связи весьма показательна приводимая в литературе оценка деятельности российского самодержавия. Прогрессивное развитие промышленности Петр I совместил с реакционной социальной реформой, приведшей к укреплению феодального строя, созданию “исторического уникала — промышленности на крепостном труде”. Принципиальная возможность развития производства и осуществления индустриализации с использованием неадекватных социальных механизмов (ибо существование “нормальных” индустриальных отношений предполагает наличие свободных рабочих рук в массовом масштабе, т. е. наличие работника, формально являющегося владельцем рабочей силы) отнюдь не свидетельствует о том, что производство безразлично к действующим социальным механизмам. Крепостная промышленность, по мнению многих исследователей, чрезвычайно несущественно способствовала повышению производительности труда. Главное же состояло в том, что, реализовавшись в производственных отношениях, реакционные социальные механизмы обусловили длительное гниение России в послепетровскую эпоху, которое пришло на смену кратковременному успешному развитию.

Аналогично можно оценить и сталинскую индустриализацию, неразрывно связанную с закрепощением труда и, как следствие, с очень низкой его производительностью. Это не учитывается в оценке социальной политики того периода, обусловившей уменьшение социальной дифференциации, выравнивание доходов, социальную защищенность, бесплатное здравоохранение и пр., и потому эта (оценка) обуславливается опять-таки узкораспределительным пониманием социального. Главный же социальный порок советского периода развития общества состоял в том, что государственная собственность в условиях тоталитарного режима означала экспроприацию собственности не только “богатых”, но и трудящихся. Труд последних был закрепощен, ибо долгое время нельзя было поменять место жительства и работы, а также реализовать

себя в труде, ибо высококачественный и творческий труд не поощрялся в достаточной степени. Труженик в бывшем СССР не был собственником своей рабочей силы, что, несомненно, сказывалось на его производительности труда, обуславливая значительно более низкий ее уровень в сравнении с промышленно развитыми странами мира.

Собственность в ее социальном качестве характеризуется тем, в какой степени труженик, непосредственный агент производства, может реализовать в нем (производстве) свои способности, проявить инициативу. Своеобразным критерием оценки социального является объективная тенденция общественного развития, состоящая в том, что сменявшиеся общественные формы производства способствовали не только повышению уровня производительности труда, его результативности, но и свободе работника, его заинтересованности в труде. Их смена означала, с одной стороны, умножение национального богатства, с другой — переход от порабощения к крепостничеству, от жестких к более мягким формам личной зависимости и ее полной ликвидации. Соответственно к величайшим социальным завоеваниям, происходящим в связи со сменой собственности, следует относить не только адекватную оплату по труду, но и возможность реализовать и проявить в труде свои способности, проявить самостоятельность.

Главное состоит в том, что социальные завоевания в конечном счете оборачиваются завоеваниями экономическими. Социальное и экономическое непосредственно взаимосвязаны. Многообразные социальные механизмы существенно влияют на экономику. Социально ориентированная экономика в конечном счете является и экономически эффективной. Если под социально ориентированной экономикой понимать такую экономику, при которой в достаточной степени стимулируется добросовестная и квалифицированная работа трудоспособного населения, а также обеспечивается гарантированный прожиточный минимум для всех остальных, то необходимо помнить: достойных современного человека условий жизни и деятельности можно достичь лишь в богатом обществе при эффективной экономике.

Характеризуя отношения собственности как волевые (складывающиеся между субъектами — личностями, группами), персонифицирующие отношение к вещам, следует обратить внимание на следующее: отношения собственности как социальные являются субъективно-произвольными лишь относительно экономической деятельности. При этом в наибольшей степени субъективно-произвольный характер социальных отношений проявляется в сфере распределения и обмена, так как здесь не

совершается материальный процесс создания потребительных стоимостей, а происходит перемещение благ из рук в руки [50, 15]. Это, в свою очередь, обуславливает возможный отрыв распределительных отношений (зависящих в большей или меньшей степени от социальной политики) от требований материального производства, а также может стать обоснованием сведения социального к распределению благ и услуг, к “социальной защите” нетрудоспособного населения и т. д. Но если неправомерно социальное сводить к процессам распределения, то также неправомерно не учитывать относительную самостоятельность отношений распределения, обмена и потребления. Последние (точнее, отношения распределения и обмена) также являются отношениями и экономическими, и социальными. Экономическими в том смысле, что связаны с процессами распределения (перераспределения), обмена и потребления национального богатства, социальными — в том, что характеризуют реальные возможности личностей и групп присваивать материальные блага и услуги, являющиеся условиями воспроизводства и совершенствования человеческих качеств.

Различные реальные возможности присвоения материальных благ и услуг, а также их потребление могут быть обусловлены различием имущественного положения. Последнее является не только экономической характеристикой, но и социальной, что понятно было уже представителю французского Просвещения Ж. Ж. Руссо. Он считал, например, что термин “социальное” означает фундаментальный факт дифференциации населения по материальному, имущественному положению.

В немарксистской социологической литературе принято считать, что факторами, обуславливающими положение группы в обществе, являются богатство (*wealth*) и доход (*income*). Считается также, что эти признаки не следует отождествлять: первый характеризует все движимое и недвижимое имущество, переводимое в деньги, второй означает заработную плату, прибыль, дивиденды и другие средства, которые более легко фиксируются и измеряются, чем богатство [57, 204–205]. По аналогичному критерию различают благосостояние (*prosperity*) и доход. Так, известный западный социолог, занимающийся проблемами социальной стратификации, Дж. Ленски определяет благосостояние как все то, чем владеет индивид: акции, собственность, дома, земля и т. д., а к доходу относит заработную плату или оплату за труд плюс “незаработанные деньги, полученные от капиталовложений” [26, 56].

Имущественное положение, не сводимое к собственности на средства производства (то, что в советском обществоведении называлось

личной собственностью в отличие от частной), является важным фактором, характеризующим положение индивида и различных групп в обществе и обуславливающим их социальную адаптацию к кризисным условиям. Об этом, в частности, свидетельствуют исследования, посвященные процессам трансформации в Украине [48]. Однако при этом очень важно имущественное положение, как и все другие признаки, характеризующие благосостояние и доход, не рассматривать как характеристику исключительно экономическую. Необходимо учитывать также, как обусловленное этими характеристиками положение групп связано с положением общества в целом, и понимать, что доходы представителей различных профессий (и соответственно возможности присвоения ими многообразных благ и услуг) обусловлены в конечном счете характером общественного производства, востребованностью соответствующего труда обществом. Тем более, следует учитывать различие таких средств воспроизводства человеческих качеств, как богатство, вложенное в производство (капитал), и богатство, используемое для личного потребления.

Итак, характеризуя собственность как существенный компонент социальных отношений, как важный фактор воспроизводства человека, следует помнить, что собственность функционирует в различных видах и проявлениях (в производстве и вне производства). И во всех случаях она проявляется и в экономическом, и в социальном своем качестве, которые нельзя отрывать друг от друга, но не следует и отождествлять.

2.3

Собственность как компонент социальных и правовых отношений

Собственность как компонент социальных отношений и непосредственно эти отношения являются объективно необходимой предпосылкой правовых отношений собственности. Правовые отношения в большей или меньшей степени отражают реальные социальные отношения (функционирующие в персонифицированном либо неперсонифицированном их виде) и характеризуют их закреплённость в правовых нормах. Последние, таким образом, можно рассматривать как субъективную форму выражения объективных (реальных) социально-экономических отношений.

В советском обществоведении собственность как правовое и социально-экономическое отношение анализировалась некорректно, что обуслов-

ливалось было прежде всего слишком общей трактовкой собственности в ее социальном смысле (обладают либо не обладают собственностью). Однако реальные отношения собственности, образующие отношения социальные, реализуются посредством конкретных механизмов владения, пользования, распоряжения, которые, во-первых, неправомерно относить лишь к правовой сфере. Соответственно понятия “владение”, “пользование”, “распоряжение” не следует трактовать лишь как правовые категории. В действительности эти категории обозначают механизмы, действующие и в правовой, и в социальной сфере. Причем, между этими сферами может быть большее либо меньшее соответствие. Во-вторых, следует учитывать широкий спектр имущественного положения, доступности многообразных благ и услуг, не сводимый к отношению к средствам материального производства и не всегда адекватно выраженный в юридических законах. Что касается собственности как социальной категории, то слишком общая ее трактовка и неучет конкретно-реальных форм ее проявления не позволяют понять, что происходит в обществе на том или ином этапе его развития, в тех или иных условиях функционирования общественных отношений. Все это тем более важно, когда анализируются трансформационные процессы либо общественные изменения, происходящие в переходный период развития общества.

Для того чтобы понять сложность взаимодействия собственности как социального и правового отношений, обратимся к исследованиям советских историков, изучавших социальные отношения различных исторических периодов. В частности, работы Е. Штаерман [53], М. Барга [1] свидетельствовали о том, что социальные отношения и их воздействие на отношения экономические нельзя постичь, оставаясь в плену известной дилеммы: “владеют или не владеют средствами производства”. Спектр собственности и владения, а также направление их воздействия на производство широкий и характеризуется, как отмечалось, различной степенью распоряжения и пользования вещами. Хотя неправомерно представление о правовых и социальных отношениях прошлого использовать для характеристики более поздних периодов исторического развития (на что, в частности, указывала Е. Штаерман, исследовавшая социально-экономические отношения Древнего Рима). Тем не менее, обращение к историческим данным и методам исследования полезно для выработки методологии изучения социальных отношений современного общества. Особое значение исторические данные имеют для конкретизации представлений о “социальном”, для понимания многообразия проявлений отношений собственности.

Еще в имущественных отношениях Древнего Рима разграничивались понятия “власть” и “владение” и фиксировалось различие между тем, кому принадлежит вещь и кто ею пользуется [38, 25]. Понятие “собственность” употреблялось как характеристика абсолютной власти, хотя владение означало частичное обладание (*familia*) собственника. В Древнем Риме, где верховным собственником считался император, существовали различные виды владения: власть фруктария на землю была более ограничена, чем власть посессора, хотя первый, как и второй, мог распоряжаться ею: продавать, сдавать в аренду. Посессор, фруктарий и арендатор имели различные социальные статусы. Иной социальный статус, нежели римские граждане, имели, например, крестьяне-паломники, поскольку владели землей, как правило, не индивидуально, а коллективно. Как показывает Е. Штаерман, на разных этапах развития римского общества социальный статус совладельцев коллективной собственности менялся. Так, к концу существования республики в Италии совместная собственность сохраняется лишь при условии, что каждый из совладельцев может свободно распоряжаться собственной частью и в любой момент потребовать раздела имущества [53, 47]. Значительный интерес представляет характеристика сложного социального состава английского крестьянства XV–XVI вв. Эта характеристика свидетельствует о необходимости разграничения социально-имущественных и правовых отношений собственности, т. е. отношений, обусловленных реальными возможностями владения, пользования и распоряжения, с одной стороны, и правом собственности — с другой.

Отношения собственности как реальные волевые нельзя отождествлять не только с производственно-экономическими отношениями, но и с правовыми, правом собственности. Право собственности и правовые отношения являются юридическим выражением реальных (фактических) отношений собственности (как характеризующих отношения производства, так и выходящих за пределы последнего). Юридическое выражение может быть относительно адекватно реальным волевым отношениям, но может и не соответствовать последним. Причем, это следует относить и к различным конкретным проявлениям собственности, свидетельствующим о разной степени реальной власти над вещами: владению, пользованию и распоряжению. Проиллюстрируем это положение на исторических примерах.

Например, в период, предшествующий английской буржуазной революции 40-х годов XIX в., английское крестьянство (обозначает-

мое термином “йоменри”*) оказалось резко дифференцированным как юридически, так и социально имущественно. Однако дифференции этих критериев не соответствовали друг другу. Фригольдеры, копигольдеры и лизгольдеры — таков его состав с юридической позиции. Надельные крестьяне (хасбэндс) и безземельные (коттеры) — таков его состав с позиций социально-имущественных [21, 84]. Юридические формы явно не соответствовали еще одному социально-имущественному “противостоянию” — отношению между “новыми лендлордами” и капиталистическими арендаторами, с одной стороны, и основной массой крестьянства — с другой. “И здесь мы сталкиваемся с интереснейшей иллюстрацией того, каким образом новый способ производства и соответствующие ему отношения собственности в условиях, когда они не стали политически господствующими, утверждаются под покровом традиционных юридических форм, являясь на деле их полным отрицанием” [21, 84].

Обращаясь к более раннему периоду английской истории и характеризуя институт вилланов (наследственно зависимых земледельцев Англии XIII в.), исследователи указывают также на “...факт значительного расхождения, разрыва между владельческим статусом вилланов в отображении юридической теории (в данном случае английского общего права) и его положением в рамках монархического обычая” [1, 257]. Практика землепользования (опирающаяся на обычай) как бы снимала многие ограничения, которые накладывало на вилланов существующее право собственности. Английские вилланы фактически передавали по наследству свои дворы и часть движимого имущества, приобретали и отчуждали небольшие участки своих наделов, брали и сдавали землю в аренду, в доли и т. п.

В период развитого феодализма X–XVII вв., особенно на первом этапе его развития, укреплялась самостоятельность крестьянского хозяйства и расширялись владельческие и личные права основной массы крестьян. Что касается взаимоотношения юридического и реального социального положения крестьянства, то в разных странах оно проявлялось по-разному: в одних странах социальное положение было лучше юридического, в других — наоборот [27, 169]. Можно ли в таких случаях понять функционирующую систему собственности, если исходить

* Социологи В. Лавровский и М. Барг подчеркивают [21], что этот термин социально-экономический, а не юридический. Он означал крестьянство как класс в эпоху, переходную от феодализма к капитализму.

только из права собственности? Конечно, нет. Однако на примере института собственности периода феодализма можно показать, что неправильно на основании данных об указанном несоответствии делать вывод о полной безжизненности правовых институтов. Как только, например, возникла конфликтная ситуация между вилланом и его лордом, “юридическая теория немедленно оживала и оказывалась решающим инструментом в подавлении крестьянского протеста” [1, 259].

Исторические исследования свидетельствуют, что право собственности может быть более или менее адекватным выражением собственности как социального института и понимание последнего предполагает конкретное изучение всего спектра реальных отношений, обусловленных разными возможностями пользования и распоряжения средствами производства.

К аналогичному выводу можно прийти, анализируя ситуацию, существовавшую в советской системе хозяйствования. Реальные социальные и экономические отношения существенно отличались от зафиксированных в различных юридических актах. В некоторой степени этим и вдохновлялись критики и сторонники социализма, считавшие, что следует отличать “реальный социализм” и “модель социализма”. Правовые отношения, которые регламентировались провозглашаемыми нормами и ценностями, также существенно отличались от реально складывающихся экономических и социальных отношений. Последние в большей степени обуславливались имеющимися возможностями функционирования производства. Крупные хозяйственники, которые могли позволить себе откровенные высказывания, неоднократно заявляли, что эффективность работы возглавляемых ими предприятий предполагает практически систематическое нарушение юридических норм, регламентирующих хозяйственную деятельность. “Официальное” и “неофициальное” хозяйствование функционировало как бы в параллельных плоскостях, в различной степени соприкасающихся в зависимости от сферы хозяйствования. Соответственно социальные отношения, во-первых, были не такими, какими описывались и представлялись в обществоведческой литературе. Во-вторых, они были неадекватно выражены в правовых отношениях.

Однако как и в прежние исторические времена правовые институты “подключались”, начинали “работать” в определенных обстоятельствах, в частности когда это диктовалось политическими соображениями. Особенно явно это обнаружилось в так называемый андроповский период (когда Генеральным секретарем ЦК КПСС был Ю. Андропов). Тогда многие инициативные, энергичные хозяйственники, чаще всего

именно неугодные по тем или иным соображениям политической номенклатуре, стали жертвами “правосудия”, “ревнивого” следования букве закона. Исторические наблюдения актуальны и для современности. Ясно, что и в молодом украинском государстве правовые отношения не соответствуют функционирующим в нем экономическим и социальным отношениям. Особенно это относится к предпринимательским и коммерческим структурам. Последние здесь могут эффективно развиваться не благодаря, а вопреки правовым предписаниям. Однако в случае несоблюдения отдельными предпринимателями “правил игры”, диктуемых “номенклатурным” рынком, особенно при экономическом соперничестве или политическом противостоянии различных группировок и кланов, именно закон становится решающим инструментом расправы и восстановления мнимой справедливости.

Итак, собственность как правовое отношение не следует отождествлять с социальным институтом собственности. Хотя они могут быть более или менее соответствовать друг другу. Понимание собственности как социального института предполагает принятие во внимание всего спектра реальных отношений, обусловленных разными возможностями не только владения, но и пользования, распоряжения средствами производства, людьми, предметно-вещественными результатами деятельности, образующими многообразие благ и услуг, характерное для того или иного общества.

2.4

Социальная структура общества и экономика. “Внеэкономические” факторы социальной дифференциации

Более углубленное понимание “социального”, “социальных отношений” состоит в том, что последние рассматриваются также как взаимоотношения групп, образующих социальную структуру и играющих определенную роль в организации общественного производства. Роль эта, в свою очередь, обусловлена местом группы в сложной системе собственности, функционирующей посредством реальных хозяйственных механизмов владения, пользования и распоряжения различными элементами собственности.

Социальная структура образуется не только посредством взаимоотношения классов — социальных групп, позиция которых в обществе состоит в том, что одни из них являются собственниками средств

производства, а другие таковыми не являются. Соответственно первые в процессе функционирования производства имеют возможность использовать труд других для поддержания и увеличения собственного богатства. Социальная структура общества является более сложным образованием. Она обусловлена также дифференциацией части населения, которая не относится ни к каким классам (например, артист, учитель, кассир и др.), и внутриклассовым делением. Об этом свидетельствуют и исторический анализ социальной структуры прошлых обществ (о чем речь уже шла), и социальная дифференциация современных обществ. Многообразный характер использования средств производства, распоряжения ими, а также распоряжения людьми, осуществляющими ту или иную деятельность, различные возможности присвоения многообразных благ и услуг, а также многообразие характеристик, определяющих имущественное положение — все это обуславливает природу социального субъекта и социальное положение группы, к которой он принадлежит. Совокупность таких групп, их связи и взаимодействия образуют социальную структуру общества, не сводимую к классовым отношениям.

Отношение к средствам производства также может быть многообразным. Даже использование средств производства может носить разный характер и, соответственно, по-разному обуславливать социальное положение пользователя. На двоякий смысл понятия “использование средств производства” в условиях государственной собственности обратила внимание современная социолог Т. Заславская. Во-первых, это использование средств производства различными профессиональными группами, характеризующееся количеством и качеством этих средств, их техническим совершенством. Необходимость и умение применять в процессе труда сложные и уникальные технические устройства повышают социальный статус определенных групп работников. Во-вторых, это использование средств производства (полулегальное) или части готовой продукции для личных нужд или реализации на сторону [16, 40]. Современные социологи обращают внимание также на социально-классовые признаки и их “операционализацию” [17, 388–392]. В условиях повсеместного функционирования либо преобладания государственной собственности (как это было, например, в советском обществе) решающим фактором, обуславливающим позицию в социальной иерархии, являлся механизм распоряжения собственностью: кто, как, на основании чего и в какой мере ею распоряжается. В этом и заключается суть вопроса о связи управленческой иерархии с реальной экономической властью и соответственно с социальной дифференциацией.

Однако характер распоряжения собственностью также может быть различным, что следует учитывать при выяснении того, как распоряжение влияет на механизм хозяйствования и его эффективность. Различают, например, безусловное, суверенное распоряжение и условное — оперирование имуществом от имени и по доверенности собственника уполномоченными лицами и группами. Иерархия условных распорядителей, ответственных перед собственником и вышестоящими руководителями, может образовываться как руководителями, так и рядовыми работниками. Хорошее хозяйство, как принято считать, нуждается в наличии суверенной власти, в эффективном контроле собственника за условными распорядителями и в их (распорядителей) стимулировании.

Печальный опыт функционирования так называемой общенародной собственности в СССР состоял в том, что процедуры осуществления трудящимися суверенных полномочий (народ вроде бы был собственником!) отсутствовали. Суверенного распоряжения собственностью не существовало, собственность была фактически “ничьей”. Это породило присущие тому обществу “странности бессубъектного мира”: “каждая социальная группа испытывала острый дефицит права решать то, что положено ей по рангу в иерархии управления” [36, 114]. Отсутствие суверенного собственника, который бы контролировал и стимулировал условных распорядителей, привело к тому, что так называемые условные распорядители (как правило, представители государственно-партийного аппарата), во-первых, сплошь и рядом использовали государственную собственность для личного обогащения; во-вторых, фактически не несли ответственности за ошибки в хозяйствовании и безграмотное руководство. Это обусловило также характер разгосударствления и приватизации, осуществляемых в постсоветский период: ни то, ни другое не привело к ожидаемому повышению эффективности хозяйствования. Бывшие условные распорядители, т. е. те, кто нелегально распоряжался государственной собственностью как личной, в конечном счете лишь узаконили свое экономическое господство (в этом суть так называемой номенклатурной приватизации). Изменилась и социальная позиция бывших условных распорядителей, которые становятся собственниками: они теперь вступают в иные, нежели отношения с представителями групп, которые собственниками не являются.

Далее важно остановиться на характеристике аспекта социальности, который, как отмечалось, иногда трактуют как отличительный ее признак: социальность как связь, как совместный характер жизнедеятельности,

как характеристика целостности. Именно на это значение понятия “социальность” часто указывается в литературе [26, 12]. Выделение этого значения и фиксирование внимания на нем не только имеют основание, но и необходимы. Однако неправомерно противопоставлять эти значения (дифференциация на основе различных возможностей присвоения и единство, целостность). Единство, связь, целостность, общность различных групп образуются в условиях общественного разделения труда. Именно в этих условиях существует объективная потребность единства и взаимозависимости, являющихся основой всякого другого единства и целостности. На это обстоятельство указывается и в классической марксистской и немарксистской социологической литературе. К. Маркс и Ф. Энгельс считали, что взаимозависимость индивидов, между которыми разделен труд, как раз и представляет собой закрепление социальной деятельности [25, 31–32]. Французский социолог Э. Дюркгейм, относящий разделение труда к “фундаментальным основам общественного строя”, рассматривал его и как основу социальной солидарности [11, 45].

Обратим также внимание на соотносительный характер социального статуса (позиции)*, определяемого как “место” в целом, как отношение одних групп к другим, что обуславливает необходимость для характеристики социальных статусов использовать операцию сравнения. На это указывал еще К. Маркс: “Если капитал возрастает быстро, заработная плата может повыситься, но несравненно быстрее повышается прибыль капиталиста. Материальное положение рабочего улучшается, но за счет его общественного положения” [24, 45]. Характеризуемая ситуация также свидетельствует о неправомерности отождествления экономического и социального.

Эмпирическое фиксирование социального положения различных групп в определенных конкретно-исторических условиях (фиксирование социальной структуры общества) — очень сложная задача. Решение ее предполагает, во-первых, выделение тех материальных условий и средств существования и жизнедеятельности, которые в конкретно-исторических обстоятельствах необходимы для воспроизводства

* Термин “статус”, который ввел в социологию в середине 30-х годов XX в. Р. Линтон, употребляли в двух значениях: как социальная позиция, понимаемая как независимое от оценок и ценностей реальное положение, и как ранг, престиж позиции, обусловленный совокупностью прав и обязанностей, господствующей системой ценностей общества. Здесь и далее под социальным статусом будем подразумевать социальную позицию, характеризующую место субъекта (личности, группы) в системе деятельности, и реальные возможности присвоения материальных благ и услуг.

человека как субъекта общественной жизни. Во-вторых, следует определить реальные возможности присвоения условий и средств, имеющиеся у различных групп. Но само это место и “возможности присвоения” не лежат на поверхности (особенно в условиях несоответствия социального и правового). Это “место” нужно выявить посредством определенных исследовательских процедур. С обоими сложностями сталкивались, например, исследователи, пытаясь охарактеризовать социальную структуру бывшего социалистического общества. В то время справедливо отмечалось, что имеющимся для анализа социальной структуры инструментом невозможно было воспользоваться. Как образно характеризовала эту исследовательскую ситуацию в советской популярной литературе перестроечного периода Р. Рывкина, “структура уходит в тень” [35, 17]. Действительно, глубокое изучение социальной структуры бывшего Советского Союза предполагало выявление различных, а главное — специфических именно для этого конкретного общества факторов, обуславливающих место группы в системе многообразных условий существования, условий и средств производства, его результатов, например доступность так называемого дефицита. При этом возникало множество вопросов: по какому критерию определять место той или иной группы в иерархической социальной структуре? Чем обусловлена дистанция между позициями? Как оценивать имеющиеся различия по степени социального равенства–неравенства?

В литературе (преимущественно публицистической) раннеперестроечного периода велись дискуссии о том, насколько правомерно об уровне благополучия судить на основании получаемой заработной платы. Ведь значительная часть населения имела либо незаконные источники дохода, либо полулегальные льготы, обуславливающие доступ к высококачественным товарам и услугам. Как выразилась бывшая в свое время председателем комиссии по привилегиям Верховного Совета СССР Э. Панфилова, “речь идет о принципиально иной системе жизнеобеспечения”. Соответственно попытка стратифицировать население преимущественно посредством фиксирования заработной платы и других официально признанных государственных выплат приводила к несколько иным результатам, чем те, которые рассчитывались на основе доступности многообразных благ и услуг. При одном и том же трехслойном делении в одном случае получалось, что в стране к “верхнему” слою принадлежит 7,1 %, к “среднему” — 31,3 %, к “низшему” — 61,6 %, в другом случае к “богатым” относили 2,3 % (при этом только у 0,7 % источники богатства были законные), к среднеобеспеченным — 11,2 %, к бедным — 86,5 % [12, 36].

В мировой социологической литературе для обозначения социальной структуры широко используют термин “стратификация”. Как правило, под ней понимают структуру неравенства в обществе. Стратификация — это деление общества на группы, находящиеся на разных уровнях многослойной иерархической системы их взаимодействия. Однако относительно обусловленности стратификации (что определяет попадание в тот или иной слой) велись острые дебаты, высказывались различные точки зрения [60]. Традиция, восходящая ко взглядам немецкого социолога М. Вебера, состоит в рассмотрении стратификации как многомерного образования, обусловленного тремя измерениями: экономическим (богатство), социальным (престиж) и политическим (власть) [57, 21–27]. Соответственно трактовал М. Вебер “социальное измерение” и “социальный статус”. В отличие от экономической позиции последний определялся рангом группы, предписываемым системой ценностей общества, т. е. уважением, почетом, которые приходились на долю тех или иных групп. Как видим, в “социальное” М. Вебер вкладывал совсем иной смысл, нежели оговоренный. Поэтому употребляя термин “социальная стратификация”, необходимо уточнять, что имеется в виду и какие “измерения” используются для деления общества на слои.

Разумеется, стратификация (расслоение) общества на группы, выражающая неравное в нем положение, возможна по различным признакам. Ясно, однако, что собственно социальную стратификацию следует отличать от любой другой, ибо стратификации, обусловленные различными основаниями, могут в той или иной степени соответствовать. Так, причастность к политической власти, место в политической иерархии могут обуславливать также позицию в системе социального расслоения. Это ярко проявляется, когда анализируется присвоение материальных благ и услуг (включая средства производства) советской номенклатурой и современной неономенклатурой, завоевывающей не только политические, но и господствующие экономические позиции в реформируемом постсоветском обществе.

То же можно сказать и о престиже. Последний предназначен для того, чтобы subordinировать объекты, оценивать их посредством принятой в обществе шкалы ценностей. Престиж группы обусловлен представлением об “эталонной” группе, которой приписываются различные одобряемые и желаемые качества. Уважение и авторитет могут в определенных конкретно-исторических условиях быть средством приобретения социальных преимуществ, обуславливать позицию в социальной иерархии. Но могут и не влиять на нее либо не соответствовать ей. Так,

в доперестроечный период в Советском Союзе известные ученые, врачи, артисты в той или иной степени были “вхожи” в распределительную систему номенклатуры. Престиж как бы становился фактором, обуславливающим позицию в системе социальной стратификации. Однако неавторитетность государственных и партийных чиновников, их непопулярность в общественном мнении застойного и особенно раннеперестроечного периодов, нисколько не мешала им занимать несоразмерно высокие позиции в системе социальной иерархии.

Возникает вопрос: являются ли власть и престиж факторами, обуславливающими социальную позицию, место в системе социальной стратификации (если, разумеется, иметь в виду специально оговоренный смысл социального)? Ответить на этот вопрос можно лишь на основании конкретного анализа, осуществленного социологическими средствами и предполагающего принятие во внимание действия различных общественных факторов в определенном обществе. Но если не выделять собственно социальные факторы и не специфицировать социальную стратификацию, то такой анализ и не требуется. Возвращаясь к проблеме взаимоотношения престижа и богатства, можно сослаться и на спор о специфике исторически сложившейся российской ментальности, для которой якобы характерны неуважение к богатству и преклонение перед аскетизмом и бедностью. Имеются, однако, данные о том, что по крайней мере в конце XIX — начале XX в. высшей ценностью для российского крестьянства была зажиточность, которая понималась не как накопительство, а как наличие крепкого хозяйства [44, 7].

Этот нюанс (различие между крепким хозяйством и богатством вообще) важен и в следующем отношении: в немарксистской социологической литературе особенность марксовской концепции класса видится в одномерности (в отличие, например, от многомерного понимания класса М. Вебером). При этом К. Марксу приписывается использование для выделения класса только “экономического измерения”, характеризуемого богатством и доходом. Такая характеристика марксовской позиции не корректна по крайней мере в двух отношениях. Для К. Маркса класс является не только экономической, но и социальной категорией, что, как отмечалось, целесообразно различать. Но, что также важно учитывать, богатство и доход характеризуют место в системе распределения, к чему не сводится не только экономическая, но и социальная позиция класса, любой группы, расположенной на том или ином уровне стратификационной иерархии. Богатство и доход относятся, скорее, к внешним, находящимся на поверхности признакам социальной стратификации.

Более глубинной, сущностной стратификационной характеристикой, свидетельствующей о социальной позиции (статусе), является, как отмечалось, место группы в организации общественного производства, функция, которую в нем выполняют одни группы в сравнении с другими. Например, в американском обществе юристы и врачи находятся на одной из высших ступеней социальной стратификации*, что свидетельствует об объективной значимости их видов деятельности для современного общественного производства вообще и материального производства в частности: врачевание дорогостоящей рабочей силы и ее правовое обеспечение являются необходимыми условиями его функционирования и развития. Соответственно оценка деятельности представителей этих профессий, выраженная в конечном счете в их доходах, свидетельствует об их востребованности. Аналогично объясняется низкий уровень доходов отечественных представителей науки, образования, культуры, специалистов вообще, не занятых в коммерческих структурах. В условиях экономического кризиса, фактически полного разрушения производства их деятельность оказывается невостребованной и соответственно низкооплачиваемой. Это, в свою очередь, обуславливает ограниченность круга возможностей присвоения ими различных благ и услуг.

Важной проблемой, обсуждаемой в связи с исследованием стратификации, является взаимоотношение так называемых вертикальной и горизонтальной ее разновидностей. Первая, состоящая в иерархизации общества, детерминации деятельности людей “их положением в системе отношений собственности/власти”, по-разному (что всегда определено конкретно-историческими обстоятельствами) связана со второй, обусловленной этнодемографическими, региональными и другими различиями. Но этнические или демографические характеристики, проживание в том или ином регионе могут стать признаками социальной стратификации в том случае, если обуславливают также роль в общественном производстве, объем получаемых материальных благ и услуг, т. е. если наличие либо отсутствие указанных характеристик влечет за собой принадлежность к определенному социальному статусу. Так, П. Сорокин утверждал, что так называемое “национальное неравенство есть лишь частная форма общего социального неравенства” [40, 251]. Большее или меньшее социальное различие может обуславливаться проживанием в определенном регионе, конкретные условия которого образуют, в

* Стратификационный статус рассчитывался на основании дохода [59, 228].

частности, социальную инфраструктуру экономики. В условиях, например, СССР эти различия были особенно значительными.

Методологические принципы учета вертикального и горизонтального среза стратификации, наложения многообразных признаков на те, которые характеризуют собственно социально-классовый статус, предложили ученые Т. Заславская и Р. Рывкина. Выделяя в “социологии экономической жизни” такие подструктуры общества, как этнодемографическую, социально-территориальную, профессионально-должностную, социально-трудовую и семейно-хозяйственную, эти социологи попытались охарактеризовать целостное социально-стратификационное образование, которое назвали “экономико-социологической структурой общества” [17, 278]. По их мнению, решающее значение в этой структуре (относительно СССР) имеют социально-трудовой и профессионально-должностной аспекты. Тогда как следует учитывать также принадлежность к таким подструктурам, как социально-территориальная, этнодемографическая и семейно-хозяйственная [7, 389]. Подводя итоги рассуждениям об экономико-социологической структуре общества, Т. Заславская и Р. Рывкина указывают на то, что элементами последней “являются группы, заметно различающиеся не только функциями в общественной организации труда, в его разделении и специализации, но и занимающие разное положение по крайней мере в нескольких частных подструктурах” [17, 409]. Именно эти группы и являются социальными субъектами экономической жизни общества, а также имеют различные потребности и интересы, разное поведение в экономической сфере.

Господствующую роль в экономической жизни советского общества играла партийно-советская бюрократия, что и предопределило социальный облик постсоветского реформирования. Решающие позиции в экономической жизни в период трансформации и так называемого социального реформирования занимал также чиновничье-бюрократический аппарат с тем лишь отличием, что конвертируемость политического капитала в экономический* получила в этот период правовое оформление и небывалый размах. Эту особенность постсоветского реформирования, как считают многие исследователи, предсказал Л. Троцкий. Советская бюрократия, по его мнению, будет искать

* Широко используемое в настоящее время при характеристике трансформационных процессов выражение, заимствованное у современного французского социолога П. Бурдьё, понимающего под “капиталом” различного вида власть (политическую, экономическую, социальную, культурную, символическую), которая обуславливает положение субъекта в социальном пространстве.

опору в имущественном положении, стремясь узаконить свое господствующее положение в экономике. “Привилегии имеют лишь половину цены, если их нельзя оставить детям. Но право завещания неотделимо от права собственности. Недостаточно быть директором треста, нужно быть пайщиком. Победа бюрократии в этой решающей области означала бы превращение ее в новый имущий класс” [10, 17].

Итак, социальная стратификация — это дифференциация людей и групп по их месту в исторически конкретной системе общественного разделения труда в соответствии с возможностями присвоения средств производства, рабочей силы, материальных благ и услуг. Разные общественные характеристики могут обуславливать это место и соответствующие ему возможности: власть и престиж, профессиональная принадлежность, этнические, демографические и территориальные особенности. Значимость различных характеристик для дифференциации людей и групп по социальному признаку для социальной стратификации носит конкретный характер. Эта значимость, как и специфическая для конкретного общества система социальной стратификации, описывается и объясняется социологическими средствами. Ее анализ является одной из важнейших задач социологического изучения общества.

2.5

Социальная политика. “Старый” и “новый” гуманизм. Гуманистический критерий в оценке постсоветского реформирования

Конкретное изучение системы социальной стратификации необходимо для осуществления социальной политики, эффективность которой обусловлена преимущественно наличием либо отсутствием необходимой информационной базы. Социальная политика — это целенаправленное воздействие политическими средствами на социальную сферу. Содержание социальной политики обусловлено, во-первых, системой социальных приоритетов (критериями справедливых социальных отношений, целесообразной социальной структуры — стратификации и пр.), во-вторых — информацией, т. е. представлением о реальных социальных отношениях и стратификации, об обуславливающих их факторах. В социологической литературе обращается внимание на то, что содержание социальной политики существенно меняется в зависимости от того, идет ли речь об относительно стабильном обществе либо об обществе, претерпевающем глубокие социальные преобразования.

В первом случае социальная политика призвана стимулировать всестороннее развитие человеческого потенциала общества, распространение эффективных способов и образцов экономического поведения, развитие социальных отраслей хозяйства, повышение качества жизни населения и защищенности социально уязвимых слоев [1, 11]. Во втором случае наряду с указанными функциями приходится содействовать самосохранению и повышению социально-инновационного потенциала общества, расширению социальной базы реформ, обеспечению заинтересованного участия граждан в преобразовании общественных отношений [14, 11].

Однако понимание того, что составляет основное содержание социальной политики независимо от того, осуществляется она в относительно стабильном или радикально меняющемся обществе, определяется некоторой общей стратегией. Характер последней обуславливается тем, чему из этих двух важнейших составляющих социального придается преимущественное значение — труду или распределению, соответственно какие группы населения должны быть главным объектом ее осуществления: производительная либо непроизводительная часть населения. Должна ли социальная политика строиться так, чтобы главной ее задачей была социальная защита нетрудоспособных и малообеспеченных? С этим вопросом связан еще один, который активно обсуждался в СССР и странах так называемого капиталистического лагеря: следует ли основной социальной задачей государственного регулирования считать преодоление социального неравенства и должны ли средства преодоления последнего направляться на совершенствование преимущественно распределительной сферы?

На Западе дебаты по этим вопросам приняли особую остроту в связи с оценкой политики неоконсерваторов и неолибералов. Первые в соответствии с позицией представителей классического либерализма XVIII в. отстаивали индивидуальную свободу предпринимательства, невмешательство государства в производственную деятельность. С их точки зрения, чрезмерно развитая система государственной благотворительности подрывает стимулы к труду, ставит в невыгодное положение наиболее активно работающую часть населения. Такая социальная политика препятствует повышению производительности труда, снижает темпы увеличения национального богатства. Неоконсерваторы ссылались также на то, что сосредоточение распределительного механизма в руках государства обуславливает произвол и паразитизм государственного чиновничества, не создающего, а лишь тратящего национальное богатство.

Аналогичные проблемы обсуждались и в СССР, особенно в ранне-перестроечный периоде. Критиковались основная провозглашаемая цель социальной политики — преодолеть социальное неравенство и средства ее достижения: установление “потолка” заработной платы, относительно высокая оплата неквалифицированного труда, недооценка качества работы и проявленной в труде инициативы. Как известно, эти меры в СССР сочетались с опережающим ростом общественных фондов потребления (ОФП), что также было направлено вроде бы на преодоление неравенства. На самом деле значительная часть ОФП, создаваемых трудом производителей, приходилась на долю номенклатурных чиновников, имеющих, как уже отмечалось, совершенно иную “систему жизнеобеспечения”: при общем бесплатном образовании и здравоохранении функционировали элитные школы, больницы и здравницы, предоставляющие бесплатно услуги значительно более высокого качества, чем обычные; в закрытых распределителях можно было приобрести дефицитные и относительно дешевые товары. Но даже по доле государственных средств в национальном доходе, приходящейся на ОФП, СССР в середине 70-х годов XX в. отставал не только от США, но и от большинства стран Западной Европы. Информация об этом стала доступной широкой общественности в перестроечный период. Оказалось, например, что доля общего фонда заработной платы в национальном доходе неуклонно снижалась, составляя 54,8 % в 1908 г., 58,1 % — в 1928 г., 33,4 % — в 1950 г., 32,2 % — в 1960 г., 36,6 % — в 1985 г. [13, 12]. Комментируя сопоставление затрат на решение проблем социальной защиты в США и Западной Европы, с одной стороны, и в СССР — с другой, исследователи обращали внимание на то, что “там” при наличии платных услуг для высокообеспеченных слоев населения “бесплатные” в большей степени доставались малоимущим и необеспеченным.

Однако социальные аспекты труда как объект социальной политики не исчерпываются вопросами оплаты труда, относящимися к сфере распределения. Существенную роль в социальной политике играют меры, направленные на улучшение условий труда, такое изменение содержания труда, чтобы он заинтересовывал производителя, способствовал проявлению инициативы и самореализации. Практические проблемы социальной политики сопряжены с научными, активно обсуждаемыми в мировой социологической литературе проблемами мотивации труда. Признано, что весомый вклад в их решение в 60–70-е годы (период наиболее активного их обсуждения) внес Ф. Херцберг [29; 30]. Он показал, что наиболее существенными факторами, мотиви-

вирующими труд работника, являются не оплата, условия или безопасность труда, а возможность самореализации, ответственность, совершенствование профессионализма. В соответствии с этим предлагались различные способы “индивидуального обогащения труда”, посредством которых решались не только экономические, но главным образом социальные задачи — совершенствование личности работника, развитие его инициативы и ответственности. Все эти меры и способы, несомненно, следует отнести к области социальной политики.

Многие социологи считают, что значимость рассматриваемых аспектов труда повышается в связи с переходом от индустриального общества к постиндустриальному. В последнем существенно повышается роль не только знания и информации, но и духовных ценностей, ценностей самореализации. Как отмечают многие зарубежные исследователи, падение “трудовой морали”, что подтверждается многочисленными эмпирическими исследованиями, связано с отрицательным отношением к труду ради денег. Управленцы и администраторы даже в большей степени, чем социологи, поддерживали значимость собственно социального аспекта реального отношения к труду [52]. С актуальностью проблем “этики индивидуального труда и личной ответственности” связывают и так называемый веберовский Ренессанс — возросший в 80-е годы интерес к концепции “хозяйственной этики” М. Вебера [20]. Специфика этой концепции состоит в том, что интерес к труду и трудовая активность рассматривались здесь не как результат погони за прибылью или материальным благополучием, а как проявление возвышенных ориентаций, реализация духовных, религиозных ценностей.

Социальным аспектам труда большое внимание уделяли советские социологи в 70–80-х годах. Классической работой, где анализировались вопросы мотивации и стимулирования труда, являлась книга “Человек и его работа” (М., 1967). В этом труде описывались результаты проведенного под руководством А. Здравомыслова и В. Ядова исследования отношения к работе молодых рабочих Ленинграда. Украинские социологи аналогичные проблемы анализировали под углом зрения профессиональной ориентации молодежи [7; 19; 37; 49]. При этом профессиональную ориентацию они рассматривали как разновидность, частный случай ориентации, которая в соответствии с определением, предложенным социологом Ф. Филипповым, понималась как “осознание молодыми людьми своего места в социальной структуре общества, выбор будущего социального положения, путей его достижения и возможного в дальнейшем изменения” [49, 24–25]. Обеспечение реальных возможностей профессионального самоопределения

является одним из важнейших направлений социальной политики. Расширение круга таких возможностей, как и создание условий для самореализации и самовыражения в труде — все это направления социальной политики, активизирующие созидательные силы общества и обеспечивающие высокую производительность.

Важнейшим средством социальной политики, влияющим на созидательные силы и производительность, является трансформация собственности, то или иное сочетание различных ее форм. Такая трансформация, в конечном счете, не только обуславливает изменение личностных характеристик работника, но и приводит к далеко идущим последствиям в разных сферах общественной жизни, в культуре в целом. В этой связи целесообразно подумать, что может дать, например, политика, направленная на расширение масштабов использования частной собственности, основанной на личном труде. Известно, что даже К. Маркс положительно оценивал эту форму социальной организации труда: “Частная собственность работника на его средства производства есть основа мелкого производства, а мелкое производство составляет необходимое условие для развития общественного производства и свободной индивидуальности самого работника” [23, 773].

Разумеется, мелкая частная (индивидуальная) собственность не является эффективной там, где производство достигает крупных масштабов и поэтому она (в силу экономической неэффективности), как принято считать, “изживается”, вытесняясь крупной капиталистической частной собственностью. Однако целесообразно выделить именно то обстоятельство, на которое обращают внимание многие исследователи: указанная форма социальной организации труда не только порождает особую заинтересованность работника в труде и повышение уровня его мастерства, но и способствует формированию более совершенного образа жизни, развитию личности и культуры. На это обстоятельство обычно указывают в связи с анализом условий формирования культуры Возрождения. Последняя — это не результат перестройки технического субстрата производства и его количественных параметров, а следствие качественного изменения труда, его организационно-экономических форм. Именно “... самодетельный, деловой характер торгово-ремесленной жизни сделали средневековый бюргерский город идеальной и в общем уникальной лабораторией для самых разнообразных форм социального творчества” [41, 98]. Таким образом, решающую роль сыграла социальная организация труда: “Социально-экономическое обособление работника, превращение его в частного самодетельного собственника как бы подтверждались его

производственно-технологической самостоятельностью и, накладываясь друг на друга, существенно повышали общественную производительную силу, которая, однако, реализовалась в наращивании не столько вещного богатства, сколько богатства и универсальности самих человеческих способностей” [41, 105].

Эффект самодетального труда целесообразно удерживать и в крупномасштабном производстве. Подобные попытки делаются и в условиях коллективной капиталистической собственности, о чем свидетельствуют, в частности, программы “участия”, “обогащения труда”, о которых уже шла речь. Новые возможности возникли в связи с развитием наукоемких отраслей и компьютеризацией. Общественное развитие продемонстрировало необыкновенную живучесть мелкотоварного уклада, многообразие форм приобщения работника к производству в условиях капитализма, многоликость индивидуальной частной собственности. Всего этого не предвидел К. Маркс (да, возможно, это и невозможно было предвидеть в XIX в.), считавший, что капитализм искоренил мелкотоварное хозяйство и возврат к благоприятным для развития индивидуальности производственным условиям возможен лишь посредством “экспроприации экспроприаторов” и повсеместного создания общественной собственности. Индивидуальный труд, основанный на частной собственности, оказался оправданным (и экономически, и социально) в различных конкретно-исторических условиях. При этом следует учитывать, что в таких хозяйствах наблюдается наибольшее соответствие между субъективно-произвольным и объективно необходимым аспектами производственной деятельности. Здесь материальный интерес непосредственно ограничивает совершение действий, наносящих ущерб производству.

Итак, объектом социальной политики является прежде всего труд, его социальная организация, условия и формы осуществления. Однако таким образом создаются необходимые условия и для совершенствования распределения безотносительно к труду — распределения материальных благ и услуг, условий жизнедеятельности и существования. В целом функции распределительной политики, являющейся одним из видов политики социальной, с одной стороны, состоят в том, чтобы активизировать общественное производство, с другой стороны, социальная политика является средством обеспечения членов общества необходимыми условиями жизнедеятельности и существования. Во втором случае социальная политика так или иначе становится фактором, выравнивающим социальное положение различных групп и уменьшающим социальную дифференциацию.

В дискуссиях относительно общественно целесообразной социальной политики обращается внимание на то, что она должна быть направлена на выравнивание возможностей, а не результатов деятельности (вернее, наград за результаты). Выравнивание же возможностей может осуществляться в различных направлениях: создание условий для получения образования либо повышения уровня квалификации для различных этнодемографических групп, улучшение их материального обеспечения, организации системы квот, различных фондов, способов кредитования и т. д. Политика, направленная на изменение так называемой семейно-хозяйственной подструктуры, осуществляется посредством налогов (учитывающих так называемых иждивенцев), многообразной помощи многодетным семьям и семьям, потерявшим кормильца, инвалидам и прочим членам общества, потерявшим способность к труду. Социальная политика предполагает также учет социально-территориальных различий: климатических, экологических и других условий жизнедеятельности и существования населения, проживающего в различных регионах страны. Как отмечалось, в бывшем Советском Союзе эти условия, например, существенно различались вследствие обширности территории и различия исторических и других факторов, обуславливающих социально-экономический облик регионов.

В той или иной степени существует необходимость воздействия государства на профессионально-должностную и социально-трудовую подструктуры. В первом случае, например, посредством поощрения той или иной системы профессионально-должностного продвижения, во втором — через создание системы приоритетов относительно трудовых коллективов (государственных, кооперативных или частных, представляющих различные отрасли хозяйства). В основе всех этих мероприятий, как принято считать, должна лежать не только и даже не столько забота о совершенствовании общественного производства, сколько стремление государства руководствоваться гуманистическими принципами, его обязанность защищать и обеспечивать права своих граждан. Степень демократичности социальной политики часто оценивается также посредством размеров “социальной дистанции” между группами, имеющими наиболее высокий душевой доход, и теми, кто имеет самый низкий доход. Но эта дистанция может быть большей или меньшей в зависимости от того, какой процент населения попадает на высший или низший уровень. Приведем, например, данные, характеризующие социальную поляризацию различных стран в 1987 г. (когда СССР находился на начальной стадии последующих радикальных социально-эконо-

мических и политических преобразований). Сравнение 25 % населения с наиболее высоким доходом с 25 % населения с наиболее низким доходом свидетельствует о том, что доходы “высшей” группы превышали доходы “низшей” в США — в 6 раз, в Швеции — в 5 раз, в ФРГ — в 4 раза, в СССР, ГДР и Японии — в 2 раза. Тогда как сравнение 10 % “высших” и 10 % “низших” (так называемый децильный коэффициент) приводило к иным результатам: в США доходы “высших” оказывались в 14 раз выше доходов “низших”, в Швеции — в 11 раз, в ФРГ — в 7 раз, в Японии — в 6 раз, в СССР — в 5 раз, в ГДР — в 4 раза, в Китае — в 3 раза. Несравненно бóльшим этот разрыв оказывался, если сравнивались 5 и 5 %, 1 и 1 % и т. д. [31].

Однако вряд ли правомерно сравнивать доходы населения, находящегося в различных условиях — в странах, где узаконена частная собственность, а значительная ее доля капитализирована, и в странах, где она не узаконена и используется (только либо преимущественно) как личная собственность и где существуют различные источники дохода, которые фактически не фиксируются. На это обстоятельство указывал, например, известный противник социализма австрийский экономист Ф. Хайек. Ссылаясь на различные источники, свидетельствующие о существующей в СССР значительной социальной дифференциации, он отмечал: “Вероятно, мы обычно преувеличиваем разрыв в доходах, вызванный наличием или отсутствием собственности, и, соответственно, возможность устранения неравенства с помощью упразднения доходов от собственности” [47, 223]. Скорее всего, в социальном плане следует отдать предпочтение обществам, где бóльшая часть населения занимает промежуточное положение (относится к средним слоям), а также тому, чем характеризуется (каким жизненным уровнем) это положение и насколько оно превышает прожиточный уровень жизни низких слоев.

Итак, социальная политика направлена не только на решение проблем труда, совершенствование в соответствии с определенными принятыми в государстве критериями социальных его сторон. Она направлена также на регулирование распределительных механизмов как непосредственно связанных с трудовой деятельностью (регулирование оплаты труда, профессионально-квалифицированного продвижения, профессионального обучения и т. д.), так и не связанных с ней непосредственно (регулирование семейно-хозяйственного статуса, социально-территориальных условий, социального положения демографических и этнических групп). В конечном итоге социальная политика направлена на изменение либо сохранение картины социальной стратификации.

Какое все это имеет отношение к гуманистическим принципам? Отвечая на этот вопрос, следует отличать так называемый новый гуманизм от гуманизма “старого”, “классического”, формирование и широкое распространение которого обычно связывают с эпохой Возрождения. “Новый гуманизм” — явление современное. Термин “новый гуманизм” использовал А. Печчеи для характеристики нового мирозерцания, которое необходимо для выживания современного человечества. Под “новым” гуманизмом А. Печчеи понимает “чувство глобальности, любовь к справедливости, нетерпимость к насилию” [28, 214]. Гуманизм нового созерцания (то, что роднит его со “старым”, классическим гуманизмом) состоит в том, что в центре всего сущего на свете находится целостная человеческая личность и ее возможности. “Новый” гуманизм отличается от “старого” тем, что первый предполагает необходимость ограничения “гуманистического индивидуализма”, признание “приоритета справедливости по отношению к свободе” [28, 222]. Проблема состоит в том, чтобы, руководствуясь необходимостью решения современных глобальных задач и следуя идеалам справедливости, обеспечить людям планеты скромный, но абсолютно необходимый уровень благосостояния и достойной жизни. При этом важно, чтобы каждый имел реальную и равноправную возможность для раскрытия заложенных в нем способностей. Эту проблему, по мнению А. Печчеи, необходимо решать на всех уровнях (межгосударственных и внутригосударственных отношений), ибо “внутреннее напряжение” приведет к непоправимым последствиям для человечества.

Для характеристики “нового” гуманизма важно, однако, учитывать следующие обстоятельства. Его представители настаивают на том, что его главная цель — “самовыражение и полное раскрытие возможностей и способностей человеческой личности” [28, 229]. Необходимо также проблемы реализации человеческих потенций ввести в круг проблем совершенствования человеческих качеств, духовного развития человека. Что же касается “равномерности распределения доходов”, то речь идет не об уравнительности, достигаемой путем блокирования и запретов, а об обеспечении “некоего гарантированно минимального уровня жизни”, который должен стать “неотъемлемым правом любого родившегося на свет гражданина” [28, 217]. Однако такую роскошь, как “гарантированный минимум для всех” (независимо от трудового вклада и способности к труду) общество и человечество могут позволить себе лишь при условии достижения определенного уровня национального (межнационального) богатства.

Рассматриваемая проблема дебатруется на Западе в связи с попытками определить модель так называемого социального государства в отличие от государства всеобщего благосостояния. Социальное государство плюс рыночная экономика — это попытка найти компромиссный “третий путь” и соединить высокую экономическую эффективность с социальной справедливостью [8, 16]. Сформулированная проблема, введенная в круг отечественных проблем социального реформирования, состоит прежде всего в том, как создать эффективную экономику, опираясь на широко трактуемую человеческую заинтересованность и многообразные стимулы, способствующие увеличению национального богатства и одновременно обеспечивающие социальную защищенность. Такая социальная политика должна стать неотъемлемым компонентом экономического и политического реформирования. Она не только обеспечивает гуманистический характер реформирования, но и делает его более конструктивным и успешным. Не следует забывать также, что социальное государство декларировано Конституцией Украины. Анализ же процессов реформирования, осуществляемого в постсоветском пространстве, свидетельствует о том, что основной порок происходящих преобразований обусловлен их отрицательными социальными последствиями. Разгосударствление и приватизация не привели к становлению рыночной демократии. В результате реформирования командные высоты экономики монополизированы гигантскими полугосударственными корпорациями, преследующими корыстные интересы, а мелкий и средний бизнес попал в правовые и экономические тиски и не способствовал ожидаемому развитию производства. Массовые группы работников оказались еще более отчужденными от созданной ими собственности и более бесправными, чем в советские времена. Трудовая мотивированность не усилилась, а еще более ослабла. В результате производство не только резко сжалось, но и деградировало в структурном и технологическом отношении [14, 5–6]. Эту характеристику, которую дает Т. Заславская социальным последствиям реформирования в России, полностью можно отнести и к ситуации в Украине.

Результаты анализа эмпирических данных, характеризующих украинское “социальное пространство”, свидетельствуют об ухудшении за последние годы практически всех социальных характеристик — в социологической литературе это называется “социальной ценой” реформирования. При этом важно сравнение результатов со стартовыми возможностями, которые имелись до реформирования, ибо сравнение, как

отмечалось ранее, — важная основа “социального самочувствия”. Под “социальной ценой” реформирования понимается не только практическое отсутствие социальной защиты населения, ликвидация имеющихся ранее возможностей получения образования, медицинского обслуживания, рекреации и духовного развития, но и возможности реализовать свои знания и квалификацию, найти работу по специальности либо такую, условия осуществления которой обеспечивали бы выполнение работником профессионального долга. “Социальная цена” реформирования, как оказалось, многообразна. Она отражается и в общих оценках изменения жизни, в пессимистической динамике ожиданий, свидетельствующей о масштабах “социальной цены” и о том, в какой степени она определена стартовыми условиями [33].

Указывая на непомерную “социальную цену” реформирования, следует иметь в виду, что она вряд ли является свидетельством временного состояния. Есть основания считать, что она характеризует определившуюся тенденцию, а социальные пороки даже при условии экономического развития могут и не преодолеваться, а еще более усугубляться в процессе дальнейших изменений. Реформаторские силы постсоветских обществ, провозгласив необходимость движения в направлении к экономике западного типа, но игнорируя социальную сферу, не приблизились, а еще более отдалились от современных западных обществ. Советская система распределения благ, по мнению профессора Мичиганского университета В. Шляпентох, была очень близка по духу системе распределения в западном мире. Вот почему всякое отступление от нее в сторону отказа от социальных гарантий есть отступление не от советского социализма, а от современного западного общества [1, 256]. Главное же состоит в следующем: в процессе реформирования значительно ухудшились социальные условия профессиональной и всякой трудовой деятельности, что в конечном счете определило и экономическую неэффективность осуществленных преобразований. Векторы социальных изменений, происходящих в современных западных странах и на постсоветском пространстве, повернуты в настоящее время как бы в противоположные стороны. И эта разнонаправленность заставляет задуматься над тем, к чему могут привести осуществляемые преобразования.

Резюмируя сказанное, отметим, что социальной является сфера взаимоотношений людей в связи с присвоением материальных условий и средств воспроизводства человека как субъекта общественной жизни. Стержнем социального являются отношения собственности — присвоения средств производства, рабочей силы, материальных благ и услуг.

Отношения собственности характеризуются прежде всего реально действующими механизмами владения, пользования и распоряжения средствами производства и рабочей силой, что является определяющей социальной характеристикой труда и обуславливает выделение социальных субъектов, взаимодействие которых образует социальную структуру общества.

Социальность характеризует не только дифференциацию общества по указанным признакам, но и взаимодействие, взаимозависимость выделенных по данным и другим признакам (богатство и доход) групп, связь между которыми образует целостность обществ. Социальный статус личности (группы) является, таким образом, понятием относительным, характеризующим место и роль в этой целостности одной группы (личности как представителя группы) в сравнении с другой (другими).

Объем материальных благ и услуг, необходимых для воспроизводства человека как субъекта общественной жизни (по поводу присвоения которых устанавливаются социальные отношения), носит конкретно-исторический характер. В настоящее время они включают также предметно-вещественные реалии, которые являются средством удовлетворения духовных потребностей, и многообразные услуги и условия (являющиеся одновременно “задельными” факторами материального производства), обеспечивающие получение образования, поддержание состояния здоровья (врачевание, экологически чистая среда), общекультурное и профессиональное развитие, рекреацию.

Целесообразная социальная политика должна прежде всего способствовать человеческой заинтересованности в труде, стимулировать человеческую деятельность, направленную на производство национального богатства. Лишь на этой основе можно обеспечить реализацию гуманистически ориентированных программ совершенствования человеческих качеств и социальной защиты населения. Такая политика должна быть необходимым компонентом социального реформирования, поскольку именно она обуславливает расширение социальной базы реформ, заинтересованное участие широких масс населения в общественных преобразованиях.



Список использованной и рекомендуемой литературы

1. Барг М. А. Категории и методы исторической науки. — М.: Наука, 1984.
2. Бердяев Н. А. Философская истина и интеллигентская правда // Вехи. Из глубины. — М.: Правда, 1991. — С. 11–30.
3. Бех В. П. Социология и социальное // Социол. исслед. — 1992. — № 1. — С. 157.
4. Бодрийяр Ж. Система вещей. — М.: Рудомино, 1995.
5. Босков А. От общественной мысли к социологической теории // Г. Беккер, А. Босков. Современная социологическая теория. — М.: Иностр. лит., 1961.
6. Бурдые П. Социальное пространство и генезис “классов” // Вопр. социол. — Т. 1. — № 1. — 1992. — С. 17–36.
7. Головаха Е. И. Жизненная перспектива и профессиональное самоопределение молодежи. — К.: Наук. думка, 1988.
8. Гутник В. П. Социальное государство: тупик или возможность обновления? // Куда идет Россия?.. Трансформация социальной сферы и социальная политика. — М.: Дело, 1998. — С. 15–23.
9. Давыдов Ю. Н. Введение. Теоретическая социология и ее история // Очерки по истории теоретической социологии XIX — начала XX в. — М.: Наука, 1994. — С. 5–6.
10. Данилов В. П. Падение советского общества: коллапс, институциональный кризис или термидорианский переворот? // Куда идет Россия?.. Кризис институциональных систем: век, десятилетие, год 1999. — М.: Логос, 1999. — С. 11–28.
11. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда // Э. Дюркгейм. О разделении общественного труда. Метод социологии. — М.: Наука, 1991. — С. 3–390.
12. Зайченко А. Имущественное неравенство // Аргументы и факты. — 1989. — № 27.
13. Зайченко А. С. США — СССР: личное потребление (некоторые сопоставления) // США. Экономика, политика, идеология. — 1988. — № 12. — С. 12.
14. Заславская Т. И. Социальные результаты реформ и задачи социальной политики // Куда идет Россия?.. Трансформация социальной сферы и социальная политика. — М.: Дело, 1998. — С. 3–15.
15. Заславская Т. И. Творческая активность масс: социальные резервы роста // ЭКО. — 1986. — № 3.
16. Заславская Т. И. Экономика сквозь призму социологии // Российское общество на социальном изломе: взгляд изнутри. — М.: Моск. высш. шк. соц. наук, 1997. — С. 299.
17. Заславская Т. И., Рывкина Р. В. Социология экономической жизни. — Новосибирск: Наука, 1991.

18. *Коган М. С.* Человеческая деятельность. — М.: Политиздат, 1974.
19. *Костенко Н. В., Оссовский В. Л.* Ценности профессиональной деятельности. — К.: Наук. думка, 1966.
20. *Кризис буржуазной “хозяйственной этики” и возрастание интереса к Максу Веберу // Буржуазная социология на исходе XX века. Критика новейших тенденций.* — М.: Наука, 1986. — С. 92–100.
21. *Лавровский В. М., Барг М. А.* Английская буржуазная революция (некоторые проблемы английской буржуазной революции 40-х годов XIX в.). — М.: Наука, 1958.
22. *Маркс К.* Введение (Из экономических рукописей 1857–1858 годов) // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. — Т. 12. — С. 709–738.
23. *Маркс К.* Капитал. Т. 1 // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. — Т. 23. — С. 43–784.
24. *Маркс К.* Наемный труд и капитал // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. — Т. 6. — С. 428–459.
25. *Маркс К., Энгельс Ф.* Немецкая идеология // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. — Т. 3. — С. 7–54.
26. *Мокляк Н.Н.* Социальные отношения: структура и формы проявления. — К.: Наук. думка, 1986.
27. *Новая концепция истории европейского крестьянства эпохи феодализма // Общественные науки в СССР.* — Сер. 5. — 1988. — № 6.
28. *Печчеи А.* Человеческие качества. — М.: Прогресс, 1980.
29. *Пилипенко В. Е.* Организация. Труд. Эффективность. — К.: Наук. думка, 1991.
30. *Пилипенко В. Е., Поддубный В. А., Черненко И. В.* Социальный морфогенез: эволюция и катастрофы (синергетический подход). — К.: Наук. думка, 1993.
31. *Попов А.* Богатые и бедные // Аргументы и факты. — 1989. — № 42.
32. *Попова И. М.* Стимулирование трудовой деятельности как способ управления. — К.: Наук. думка, 1976.
33. *Попова И. М., Кунявский М. Б.* Социальная цена запаздывающей модернизации // Социол. журн. — 1997. — № 3–4. — С. 20–27.
34. *Руткевич М. Н.* Диалектика и социология. — М.: Мысль, 1980.
35. *Рывкина Р.* Персонажи и призраки социального мира // Знание — сила. — 1988. — № 9.
36. *Рывкина Р. В.* Экономическая социология переходной России. Люди и реформы. — М.: Дело, 1998.
37. *Семья и воспроизводство структуры трудовой занятости.* — К.: Наук. думка, 1964.
38. *Смирин В. М.* Римская familia и представления римлян о собственности // Быт и история. — М.: Наука, 1988. — С. 18–40.
39. *Сознание и трудовая деятельность (ценностные аспекты создания, вербальное и фактическое поведение в сфере труда).* — К.; Одесса: Выща шк., 1985.

40. *Сорокин П.* Проблема социального неравенства // П. Сорокин. Человек. Цивилизация. Общество. — М.: Политиздат, 1992.
41. *Сунягин Г. Ф.* О некоторых предпосылках культуры Возрождения // Вопр. философии. — 1985. — № 7. — С. 94–102.
42. *Тарасенко В. И.* Социология потребления: методологические проблемы. — К.: Наук. думка, 1993.
43. *Травин И. И.* Материально-вещная среда и социалистический образ жизни. — Л.: Наука, 1979.
44. *Фирсов Б. М., Кисилев И. Г.* Структура повседневной жизни русских крестьян XIX века // Социол. исслед. — 1992. — № 4. — С. 3–14.
45. *Франк С. Л.* Политика и идеи (о программе “Полярная звезда”) // С. Л. Франк. Соч. — М.: Правда, 1990.
46. *Франк С. Л.* Этика нигилизма // С. Л. Франк. Соч. — М.: Правда, 1990.
47. *Хайек Ф. А.* Дорога к рабству // Новый мир. — 1991. — № 7. — С. 177–230.
48. *Чапская И.* Имущественное положение граждан в трансформирующемся обществе // Социология: теория, методы, маркетинг. — 1999. — № 3. — С. 63–75.
49. *Черноволенко В. Ф., Оссовский В. Л., Паниотто В. И.* Престиж профессий и проблема социально-профессиональной ориентации молодежи (Опыт социологического исследования). — К.: Наук. думка, 1979.
50. *Шкредов В. П.* Экономика и право. О принципах исследования производственных отношений в связи с юридической формой их выражения. — М.: Экономика, 1967.
51. *Шляпентох В. Э.* Равенство и справедливость в России и в США // Социол. журн. — 1998. — № 3-4. — С. 250–258.
52. *Шпакова Р. П.* Кризис трудовой этики? // Социол. исслед. — 1990. — № 1. — С. 147–151.
53. *Штаерман Е. М.* Мораль угнетенных классов римской империи. — М.: Изд-во АН СССР, 1961.
54. *Энгельс Ф.* Анти-Дюринг // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. — Т. 20.
55. *Ядов В. А.* Размышления о предмете социологии // Социол. исслед. — 1990. — № 2. — С. 12.
56. *Lenski G. E.* Power and Privilege. A Theory of Social Stratification. — The University of North Carolina Press, 1984.
57. *Persell C.* Understanding society. An introduction sociology. — N. Y.: Harper and Row, Publishers Inc., 1977.
58. *Weber M.* Class, status and power // Class, status and power. Social stratification in comparative perspective/ Ed. by P. Bendix, L. Lipset.— N.Y., —1966. — P. 21–27.
59. *Shaefer R. T., Lamm R. P.* Sociology.— N. Y.: McGraw-Hill, 1992.
60. *The Continuing Debate on Equality* // Class, status and power. Social stratification in comparative perspective/ Ed. by P. Bendix, L. Lipset.— N.Y., 1966. — P. 47–96.



Контрольные вопросы

1. Специфика социальной сферы общества. Особенности социальных отношений в сравнении с отношениями экономическими и правовыми. В каком смысле употребляется категория “социального”, когда социальная сфера и социальные отношения общества рассматриваются как специфические, отличные от других его сфер и отношений общества?
2. Взаимосвязь экономических, социальных и правовых отношений. Исторические примеры этих отношений. Всегда ли эти отношения соответствуют друг другу?
3. Конкретно-исторический характер материальных условий жизнедеятельности, необходимых для формирования человека как полноценного члена общества. Тенденции развития человеческого общества: обуславливает ли развитие общества расширение объема благ и услуг, необходимых для максимального развития человеческого потенциала общества?
4. Труд как важнейший компонент социальной сферы жизнедеятельности общества. Какие проблемы труда относятся к социальным?
5. Категория “собственность” как экономическая, социальная и правовая. Можно ли социальные проблемы свести к проблемам “совершенствования собственности”?
6. Факторы, обуславливающие социальную структуру общества. Всегда ли социальная структура носит иерархический характер? Чем это определяется? Что такое социальная поляризация?
7. Основные направления социальной политики. Примеры социальной политики различных государств. Любое ли государство осуществляет социальную политику?
8. Какие условия необходимы для создания “социального государства”? Социальное государство: миф или реальность?



Тематика рефератов

1. Социальная сфера экономической жизнедеятельности общества.
2. Труд в контексте социальной сферы жизнедеятельности общества.
3. Собственность как компонент социальных отношений.
4. “Внеэкономические” факторы социальной дифференциации.
5. Социальное государство: сущность и перспективы построения в современной Украине.
6. Модели социальной защиты в украинском государстве.

ГЛАВА 3

СУБЪЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Как было показано, экономическая и социальная сферы общества тесно взаимосвязаны посредством хозяйственной деятельности людей. Многочисленные социальные группы, включенные как в сферу производства, так и в другие подсистемы общества (где, конечно, выполняют уже не экономические функции), являются одновременно каналами трансформации разнообразных взаимодействий и взаимосвязей экономической и общественной сфер. Речь идет о том, что ни экономические, ни социальные отношения не ограничиваются собственными структурами. Первые пронизывают социальные процессы и явления, вторые — экономические. Более того, экономические отношения существуют в определенной социальной оболочке, а социальные — в экономической. Таким образом, возникает сложное переплетение отношений, изучение которых возможно лишь в случае абстрактного их разделения.

Определяющими в этом переплетении являются экономические отношения. Они составляют экономический базис общества, на основе которого осуществляются социальный, политический и духовный процессы общественной жизни. Рассмотрим, что же представляют собой экономические отношения и их субъекты (с позиций социологического подхода к ним).

3.1 Общая социологическая характеристика экономических отношений

С позиции экономической социологии экономические отношения — это разновидность общественных отношений, связанных с особой деятельностью людей, их взаимодействием и направленными прежде всего на обеспечение материальных потребностей человека, а также на достижение им определенных социальных преимуществ и целей. Специфика (видовая, типичная) экономических отношений состоит в предметно-вещевой форме их проявления, т. е. они возникают между людьми и группами людей относительно материальных вещей, обстоятельств и проблем их производства, распределения, обмена, присвоения, владе-

ния и использования (потребления). Именно на этих явлениях, предметах, процессах, которые обобщаются понятием “материальное богатство”, объективируются и сквозь них проходят все без исключения экономические отношения общества. Ради этого богатства люди борются, соревнуются, конкурируют, сотрудничают и т. д. Словом, экономические отношения возникают между заинтересованными людьми, т. е. вытекают из их интересов и подчиняются им. В конце концов, в эпоху товарно-денежных отношений они опосредуются деньгами.

Какие же основные социальные функции присущи экономическим отношениям? Их несколько: обеспечение и обслуживание движения материального богатства в обществе (изготовление, использование и возвращение его в природу в виде различных изношенных элементов); воспроизведение и утверждение человека как носителя общественных отношений; имущественное расслоение общества; организация и стабилизация совместной жизни людей. С одной стороны, как и любой тип общественных отношений, экономические отношения являются совокупностью форм организации (прежде всего экономической) жизни людей, предоставление свойств целостности, упорядоченности, системности и определенной социальной направленности. Экономическая деятельность людей составляет реальное содержание этих отношений. С другой стороны, экономические отношения возникают, разворачиваются, воплощаются и в конце концов прекращаются лишь в экономической деятельности и благодаря ей. Отсюда каждый индивид и все члены общества, которые в той или иной мере занимаются экономической деятельностью, являются носителями, функционерами экономических отношений, их *совокупным социальным субъектом*.

Итак, вырисовывается такой общий социальный признак экономических отношений, как субъектность. Она означает, что экономические отношения имеют определенного носителя, который их создает, реализует, поддерживает и регулирует. Этот носитель еще и психологически “закрашивает” экономические отношения, опосредствуя их субъективным элементом: мотивацией, целью, чувствами, эмоциями, оценками и т.п. Благодаря осознанию и субъективации любое экономическое отношение существует и как отношение к отношению [48]. Например, оно обязательно оценивается субъектом с определенных позиций, в системе определенных ценностей — выгоды, дохода, социальной справедливости, равенства и т. п.

Учитывая субъективность экономических отношений, подчеркнем, что социальным субъектом этих отношений есть и человеческая общность (семья, коллектив, народ, государство, общество), и отдельный

индивид, и группы индивидов. От того, к какому субъекту “привязаны” экономические отношения, зависят их масштабность, социальное развитие, а также мера персонификации и деперсонификации.

Как и каждое общественное отношение, экономическое отношение предусматривает не только субъекта — того, кто относится, но и объекта — того, к кому относится субъект, во взаимодействии с кем реализует свое отношение. Поскольку объектом экономического отношения есть человек, а не предмет, то оно существует как взаимоотношение субъекта и объекта, в котором могут как совпадать, так и не совпадать их намерения и средства развертывания отношения. Характером взаимодействия субъекта и объекта определяется общественная форма экономического отношения: сотрудничество, обмен услугами, товарами, взаимопомощь, конкуренция, эксплуатация, компромисс, партнерство и пр.

В конце концов, экономические отношения характеризуются способностью опредмечиваться. Благодаря опредмечиванию они как латентная реальность получают фиксированное предметное проявление. В какие же формы социальной предметности воплощаются экономические отношения? Ими являются продукты материального производства (предметы, вещи, услуги), социальные институты (организации, учреждения, инфраструктура рынка и т. п.), знаки (язык, символы, деньги и пр.), человеческое поведение.

Возникает необходимость подробнее раскрыть содержание экономических отношений, которое составляют соответствующая деятельность и поведение людей, что является проявлением их экономической жизни. Таким образом, наблюдается триада: экономическая жизнь — экономическая деятельность — экономическое поведение.

Экономическая жизнь — это обобщающая категория, которой обозначается совокупность экономических отношений, деятельности и поведения людей как членов общества, которые хозяйствуют в нем. Разумеется, экономическая жизнь реализуется через соответствующую деятельность и поведение на фоне определенного типа экономических отношений, характер которых определяется господствующей формой собственности на средства производства. Локализуется эта жизнь преимущественно в экономической сфере общества, где люди взаимодействуют прежде всего как экономические субъекты. Его побудители — экономические интересы индивидов, их групп и объединений. Главная форма проявления экономической жизни — хозяйственная деятельность, хозяйствование (производство материальных благ и услуг, ведение домашнего хозяйства).

В экономической социологии экономическую деятельность и экономическое поведение различают, используя два подхода. В одном случае их отождествляют, в другом — различают по принципу: деятельность — определяющая форма активности относительно поведения. Другими словами, если экономическая деятельность представляет собой совокупность действий, актов индивида, из-за которых он непосредственно реализует свои экономические интересы и с помощью которых достигает хозяйственных целей, то экономическое поведение объединяет все формы активности (поступки, действия и т. п.), которые обслуживают или сопровождают деятельность. Скажем, если человек купил что-то в магазине, то подсчет собственного бюджета, плата денег, получение кассового чека — все это элементы экономической деятельности. Поведением, которое сопровождает или обслуживает эту деятельность, является ознакомление с рекламой, поездка в магазин, выбор нужной вещи и т. д. Но подобные тонкости в отличиях экономической деятельности и поведения учитываются не всегда, поэтому часто их не различают.

Система экономических отношений общества очень сложная и разветвленная, чтобы можно было рассмотреть ее в полном объеме. Если в едином процессе расширенного воспроизводства различают производство, распределение, обмен, потребление, то экономические отношения делятся на четыре большие группы: производственные, распределительные, отношения обмена (купля-продажа) и потребления. Первая группа объединяет производственные отношения, т. е. такие, которые возникают исключительно в процессе производства материальных средств для жизни. Это, в частности, отношения собственности на средства и результаты производства, отношения между социальными группами, занимающими различные места в производстве, организационно-управленческие и технологические отношения.

Характеризуя производственные отношения последней группы, заметим, что организационно-управленческие и технологические отношения возникают в результате разделения труда. Как совместный общественный процесс производство требует определенной организации, управления, разделения производителей на тех, кто управляет и контролирует, и тех, кем управляют и кого контролируют. Суть управленческих отношений состоит в подаче команд, установлении правил одними агентами производства и выполнении их другими участниками этого процесса.

Организационно-управленческие отношения — это выражение функциональных взаимозависимостей людей в процессе производства, ког-

да есть начальники и подчиненные. Но это не единственное. Технология производства объективно устанавливает и другие взаимозависимости людей, например отношения специализации и кооперации. Специализация — это разделение производителей по профессиональной принадлежности, квалификации и формам проведения определенных трудовых и производственных операций. При этом агенты производства приобретают определенные производственные функции и одновременно обособляются в нем.

Наоборот, отношения кооперации отображают взаимозависимости людей как интегрированными производителями, которые будучи сравнительно дифференцированными и самостоятельными все же осуществляют совместное производство. Именно кооперация придает труду дополнительную производительную силу, которая не равняется простой арифметической сумме индивидуальных рабочих сил.

Конечно, производственные отношения обуславливаются взаимодействием людей, но их общественный характер зависит прежде всего от отношений присвоения, без которых ни про одно производство не может даже идти речи. Более того, именно производство является присвоением, на что не раз обращал внимание К. Маркс: “*Всякое производство есть присвоение индивидуумами предметов природы в границах общественной формы и с ее помощью. В этом смысле будет тавтологией сказать, что собственность (присвоение) является условием производства*” [24, 671]. Но на характере производственных отношений отображается не столько присвоение предметов природы, сколько форма собственности на средства производства. Кому они принадлежат: отдельным лицам, социальным группам, государству или непосредственно народу, обществу? Этим определяются и разделение результатов труда и субъектов производства на собственников и несобственников, и место людей в производственной сфере, и тип производственной демократии, и характер общественных отношений. Что же представляет собой собственность относительно ее функционального проявления в системе экономических отношений? Какие ее особенности являются предметом познавательного интереса экономической социологии?

Как уже было сказано, собственность — это форма общественного присвоения. Социально-экономическая сущность собственности состоит в особенных взаимоотношениях людей относительно владения, распоряжения и пользования средствами и результатами материального производства и владения материальными вещами, подчинения их воле и власти определенного субъекта. В этой связи присвоить означает сделать своим (моим, твоим, нашим, вашим и т. д.). Но существует и об-

ратный относительно присвоения процесс — отчуждение, т. е. собственность субъекту уже не принадлежит, а значит, является для него чужой. Известно множество социальных способов и каналов присвоения и отчуждения: суд, покупка, продажа, разгосударствление, приватизация, экспроприация, унаследование, грабеж, разворовывание и др.

То, что присваивается, называют объектом собственности. Этим понятием охватывается все, что имеет определенную ценность, кому-нибудь принадлежит и способно оборачиваться в кругу интересов людей, практики, т. е. переходить от одного человека (или группы людей) к другому.

Элементами собственности, которые составляют ее социально-экономический и правовой смысл, являются отношения принадлежности, владения, распоряжения и пользования. Люди стремятся стать собственниками, чтобы владеть, распоряжаться и пользоваться вещами в свою пользу, т. е. играть прежде всего роль экономического субъекта. Отношения принадлежности указывают на то, кому принадлежит объект собственности, для кого он функционирует как свой. Владение, распоряжение и пользование собственностью — это правомочные полномочия собственника. Владение предусматривает фактическое властвование собственника над вещами, если они функционируют в сфере удовлетворения его физических, духовных, хозяйственных, социальных и других потребностей, достижения тех или иных целей, реализации интересов.

Именно из принадлежности и владения начинается “прикладывание воли собственника к вещам” и именно “отношением воли к вещам”, согласно Г. Гегелю, даются “простейшие определения собственности” [7]. Распоряжение объектом собственности — это право безоговорочно определять его судьбу (продать, подарить, уничтожить и др.). В конце концов, пользование собственностью есть не что иное, как получение с ее объекта полезных свойств и разных социальных функций.

Разумеется, через свою собственность субъект утверждает себя в обществе, приобретая определенный статус в системе социально-экономических отношений. Тем не менее, владением, распоряжением и использованием вещами социально-экономическое содержание и общественные функции отношений собственности не исчерпываются. Более того, с позиций экономической социологии эти аспекты собственности не главные. Важнее другое: в обществе владение, распоряжение и пользование вещами вместе с тем есть прямым или опосредствованным владением, распоряжением и использованием людьми. Это происходит прежде всего в сфере производства, но не только в ней, поскольку собствен-

ность есть одним из главных факторов и посредников всей системы взаимодействий и взаимозависимостей общества.

Итак, чтобы понять сугубо социальные функции собственности и соответствующие действия собственников, следует войти в мир не вещей, а людей как владельцев и пользователей ими, хотя, конечно, вещи, трансформируя через себя разные типы общественного отношения, выполняют определенные социальные функции.

В зависимости от полноты полномочий собственник может быть полным (владеть всеми полномочиями) и неполным (полномочия распределяются между субъектами). Скажем, вещь принадлежит как собственность одному лицу, а распоряжается ею по его поручению другое лицо. Таким образом, полномочные отношения перераспределяются. Сама же собственность расплывается, “размывается”, ее внутренние связи усложняются, переплетаются. Возникают группы собственников, совладельцев, пользователей, владельцев с разными полномочиями, ролями, интересами и социальными статусами. Они взаимодействуют, вследствие чего возникает система экономических и социальных зависимостей — господство, подчиненность, партнерство и др.

Вторая группа экономических отношений — распределительные. Они возникают относительно распределения каналов доступа к жизненным благам и способов их присвоения. Эти каналы доступа и способы присвоения не равноценны: эффективные — неэффективные, выгодные — невыгодные и т. п. Каждый из них имеет возможность “отщипнуть от общественного пирога” больший или меньший кусочек. Итак, сущность распределительных отношений состоит в обеспечении социальным субъектам разнообразных позиций на шкале распределения общественных благ. Конечно, каждый из этих субъектов стремится к более выгодным для себя позициям, но взаимодействие объективно расставляет их на шкале распределения в соответствии с возможностями каждого.

Следует подчеркнуть, что отдельной сферы, в которой концентрировались бы распределительные отношения, не существует. Эти отношения непосредственно вплетены в производство, обмен, потребление, являются другой стороной каждого из них. Например, в производстве распределительные отношения реализуются и трансформируются через систему рабочих мест, административных должностей, тарифных сеток и т. д.

В сфере обмена распределительные отношения реализуются через взаимодействие покупателей и продавцов, а также многочисленных социальных групп покупателей, различающихся покупательными потенциалами, т. е. уровнем доходов, величиной семейных бюджетов, тер-

риториальными отличиями в снабжении, местными ценами и пр. В потреблении также существует собственный механизм распределения. Он связан с неодинаковым доступом потребителей к общественному сервису, разной организацией домашнего хозяйства, самообслуживания, кулинарной культурой семей и т. п.

Третья группа экономических отношений — обменные (купли-продажи, спроса-предложения и др.). Это преимущественно рыночные отношения — между продавцами, покупателями и их посредниками. Непосредственно через себя их трансформирует и воссоздает система торговли, коммерции, бизнеса. Обмениваются продукты производства, а через них — формы деятельности. Как правило, обменные отношения опосредуются деньгами, денежным способом присвоения. Однако существует и прямой обмен продуктами — бартерная торговля. С социологических позиций обменные отношения утверждают социальный компромисс, социальное равновесие между большими группами людей — производителями, продавцами и покупателями, которые различаются интересами, но имеют потребность друг в друге.

Четвертая группа экономических отношений — в сфере потребления. Эти отношения концентрируются и вращаются вокруг особой “оси” — потребительского отношения. Что же оно представляет собой? Это — практическое, целенаправленное, обусловленное потребностями отношение индивида к средствам удовлетворения собственных потребностей, интересов. Через потребительское отношение реализуется потребительская сила (способность) человеческого индивида, который подбирает предметы, способы и меру удовлетворения своих потребностей, соответственно организует процесс потребления. Эта группа экономических отношений состоит из нескольких подгрупп: отношения между потребителем и производителем, которые реализуются в домашнем хозяйстве как приведение продуктов общественного производства в окончательную потребительскую форму; отношения ответственности потребителя перед производителем, например, за технологическую правильность эксплуатации тех или иных изделий, устройств, машин на срок гарантий; отношения потребителя с предприятиями торговли, общественного питания, сервиса, транспорта, связи, учреждениями культуры, спорта, здравоохранения и др.; отношения между потребителями; нормативные отношения.

Если экономические отношения рассматривать относительно их субъектной структуры, то следует выделить четыре социальных типа их носителей (субъектов): субъекты собственности (собственники),

производства хозяйственной деятельности (производители), обменных отношений (продавцы, покупатели, посредники) и потребления (потребители).

3.2 Собственники

От того, кто является субъектом собственности, зависит ее общественная форма. Поскольку социальных субъектов собственности много, то и форм ее проявления и реализации также много.

Социальный субъект собственности не однородный. Он бывает индивидуальным, групповым (коллективным) и массовым (совокупным). Отсюда вытекает соответствующее деление собственности на основные формы: индивидуальную (частную), групповую (коллективную, совместную) и массовую (общественную, государственную, народную). Разумеется, субъектом частной собственности есть индивид, групповой — коллектив, группа, массовой — общество, государство, народ. Существует множество комбинаций типов субъектов и форм собственности, которые определяют существование смешанных, сложных форм и способов присвоения. Рассмотрим основные социальные типы собственников вместе с адекватными формами собственности.

Частный собственник (индивид) и частная собственность. В научной литературе частная собственность имеет широкое и узкое значения. Первое вытекает из противопоставления общественной (общей) и частной (частичной) собственности. Если общественная собственность — это общая (абстрактная) собственность всех людей, живущих в конкретном обществе, то частная собственность есть собственностью лишь определенной части общества, группы людей, а то и одного индивида. Это собственность частичная. Одним словом, частная собственность в этом отношении рассматривается в ракурсе особого проявления и особого отношения общественной собственности к определенной части общества [45].

В таком понимании частной называют не только собственность индивида, но и трудового коллектива, группы, общественной организации, политической партии и др. Даже государственная собственность, которая через государство принадлежит всем его гражданам, определенным образом также попадает в разряд частной собственности — ею распоряжаются государственные служащие, чиновники, т. е. лишь определенная часть общества. Кстати, законодательство многих стран,

в том числе и Украины [2], выходит именно из широкого толкования частной собственности. К ней относятся все формы собственности, кроме государственной.

В узком значении частная собственность относится лишь к индивиду, который является ее полным (полномочным) субъектом. По принципу накопления и способу существования частная собственность делится на две основных формы: частнотрудовую и частнокапиталистическую (нетрудовую). Первая основывается на работе своего субъекта и преумножается его работой, и если она лежит в основе общественного производства, то собственник средств производства является распорядителем, руководителем производственного процесса (менеджером), а заодно и производителем. Все — в одном лице. Конечно, экономическая власть и производственные функции на таком производстве не распределяются между разными агентами, поскольку они полностью принадлежат собственнику. Отсутствует здесь и такое социальное явление, как отчуждение производителя от средств производства, а процесс присвоения осуществляется и через собственность (капитал), и через труд.

Управление производством также находится в руках собственника-производителя. Прослеживается прямая связь между мотивацией к работе и ее результатами: больше сделал — больше и имеешь. Здесь нет даже намека на эксплуатацию человека человеком, так как производитель-собственник, так сказать, сам себя эксплуатирует. В конце концов, на таком производстве возникает особая мораль — трудовая. Ее придерживается не кто-то другой, а человек труда, который создает и собственное богатство, и богатство общества.

Итак, производство, организованное на основах частной трудовой собственности, есть способом наиболее радикального решения проблемы преодоления отчуждения производителей от собственности на средства производства. И, к сожалению, переход к такому производству сегодня невозможен, поскольку развитие продуктивных сил еще не достигло того уровня, при котором один производитель, он же собственник и менеджер, оперировал бы заводом-автоматом или цехом, выпуская готовое изделие. Поэтому индивидуальная трудовая собственность возможна лишь в ограниченных формах и вдобавок только в отдельных сферах общественного производства, например в сельском хозяйстве, где крестьянин на своем наделе земли является и собственником, и производителем, и менеджером. Подобное наблюдается и в случае с собственником мини-завода или небольшой ремонтной мастерской, где он же и единственный производитель.

Частнокапиталистическая форма собственности, которая накапливается через присвоение результатов чужой работы, влечет за собой другие социальные тенденции в организации общественного производства. Недаром на протяжении всего ее исторического господства (а это был период становления и развития “классического” капитализма) общество потрясали революции. Только в России в начале XX в. их состоялось три, на Западе же в течение XVIII–XIX вв. их было значительно больше.

Чем же характеризуется частнокапиталистическая форма собственности с точки зрения субъекта ее отношений? Тем, что она предопределяет производство, на котором взаимодействуют собственник и несобственник средств производства, благодаря чему устанавливается особый режим эксплуатации наемной рабочей силы и возникает антагонистическое противоречие между работой и капиталом.

Какой же характер приобретают производственные отношения при такой форме собственности? Характер неравенства в разделе экономической власти, социальных статусов, субъектов и результатов производства. Понятно, что собственник средств производства имеет абсолютную экономическую власть, которой ни с кем из агентов производства не делится. Если же он поручил управление предприятием менеджеру, то и этот последний своими управленческими функциями с непосредственным производителем также не делится. Имеем исключение непосредственного производителя из системы экономической и управленческой власти. Как же обстоят дела с присвоением? Капиталист присваивает результаты работы менеджера и наемного работника через владение собственностью на средства производства. Рабочий же лишен этого способа присвоения, поскольку отчужден от средств производства. В его распоряжении остается денежный способ присвоения, который есть прямым выражением его участия в работе и полученного вознаграждения за нее. Этот же способ присвоения действует как прямое экономическое принуждение к работе и определяет экономическую стратегию рабочего: более эффективная работа — большее вознаграждение. Однако денежный способ присвоения реализуется не в самом производстве, а вне его — в сфере обмена.

Невозможность присвоения рабочим результатов своего труда непосредственно в производстве объясняется тем, что рабочий владеет не собственническими, а производственными функциями орудий труда. Такое владение обеспечивает ему не присвоение, а лишь освоение как орудий труда, так и предметов, которые с их помощью он обрабатывает. Возникает и продолжительное время не решается на производстве

противоречие между освоением и присвоением, являющееся противоречием между рабочим и капиталистом, а в широком масштабе — между угнетенным и господствующим классами буржуазного общества. Это противоречие поделило общество пополам, усиливая в нем классовую борьбу. Вот почему и не обошли его социальные революции.

Такое социально-экономическое состояние присуще раннему и зрелому капитализму. Ныне же в развитых странах Запада такого “дикого” капитализма не существует и противоречие между освоением и присвоением, трудом и капиталом, которое взрывалось когда-то революциями, сегодня сведено на нет высоким уровнем жизни и социальной защиты, участием рабочих в распределении собственности (выкуп предприятия) и доходов (акций), проводимыми государством социально-экономическими мероприятиями.

Речь идет прежде всего о том, что сегодня страны либеральной демократии являются обществами, где рыночная экономика функционирует вместе с государственной системой корректировки рынка. Цель последней состоит в перераспределении доходов через социальное законодательство. В результате значительная часть доходов, полученных собственниками капитала, переливается на финансирование социальных программ и обеспечение социально чувствительных прослоек населения. Наблюдаются и другие тенденции, свидетельствующие о том, что противоречие между трудом и капиталом, освоением и присвоением, несобственником и собственником общество стремится уменьшить, затормозить на стадии, которая позволяет избегать массовых конфликтов и революционных взрывов. Это, например, трансформация частной собственности через акционирование, втягивание в ее отношения все большего и большего количества работающих.

Несмотря на то что бо́льшая часть промышленности и средств производства в западных обществах является частной собственностью, последняя постепенно изменяет свое социальное содержание, трансформируясь в массовой форме. Происходит “обобществление” частной собственности. Об этом в 1992 г. высказался известный английский исследователь так называемого открытого общества К. Поппер: «Современная частная собственность на средства производства существует главным образом в акционерной форме. А среди наибольших держателей акций на Западе последнее место занимают пенсионные фонды, которые распоряжаются частью сбережений миллионов рабочих, которые становятся, таким образом, маленькими “капиталистами”» [32, 12]. Получая на свои акции дивиденды, рабочие тем самым принимают участие в распределении доходов через совладение собственностью. И все

же более глубокое их включение в отношения присвоения и распределения доходов наблюдается тогда, когда они становятся акционерами “своих” компаний и фирм или когда выкупают предприятие, на котором работают, и превращают его в предприятие с групповой формой собственности (собственностью работников). Таким образом сформировался особый тип массового производителя — работающий собственник.

В США с 1974 г. действуют специальные программы (ЕСОП, ППАР) формирования собственности работников. На предприятиях с такой формой собственности уже работают около 11 млн чел. (около 9 % совокупной рабочей силы страны). Эта форма собственности объединяет в одном лице производителя и собственника, создавая вместе с этим лучшие условия для участия работника в управлении [22]. Она обеспечивает более высокую производительность труда по сравнению с традиционной частнокапиталистической формой собственности. Вот почему ее считают более перспективной и альтернативой последней [42]. Движение за формирование и утверждение собственности работников перекинулось на Англию, Венгрию, Польшу, Россию и некоторые другие страны.

Наблюдаются и другие изменения в системе “собственность — производство”, в частности вытеснение класса капиталистов классом управленцев (менеджеров). В социологии этот процесс называется “революцией управления” (Дж. Бернхем, А. Берн, Г. Минс, Р. Дарендорф и др.). Сущность этого процесса состоит в разъединении на производстве функций владения и управления, выполнении их разными социальными группами. Речь идет о том, что после так называемого семейного капитализма, когда производством непосредственно руководили его собственники целыми семьями, кланами, началось вытеснение собственников из производства “административной смертной казнью” (инженерами, специалистами, администраторами, организаторами), интересы которых во многом не совпадают с интересами собственников. Менеджер стал определяющей фигурой на производстве. Имея определенную автономию от собственника, он способен управлять производством не только в интересах последнего, но и в интересах общества в целом.

Итак, указанные тенденции, на наш взгляд, свидетельствуют о том, что частнокапиталистическая собственность, испытывая трансформации и метаморфозы вплоть до преобразования в альтернативные формы, исторически изживает себя, исчерпывает свой социально-экономический потенциал. Конечно, этот процесс долговременный.

Коллективный собственник и коллективная собственность. Коллективная собственность — исторически высшая, а функционально бо-

лее сложная, чем частная форма собственности и опирается не только на общий интерес, но и на определенный уровень солидарности совладельцев. Совокупный субъект коллективной собственности является вместе с тем и коллективным производителем, который требует особой производственной демократии, при которой наиболее полно обнаруживается и используется потенциал общей работы, в частности ее кооперативный эффект.

Коллективная собственность является сложной формой собственности как для собственника, так и для общества, так как они должны заботиться об адекватном механизме ее распределения, а также владения, распоряжения и пользования ею. Если собственник такого механизма не находит, то природа коллективной собственности деформируется, а ее социально-экономический потенциал ограничивается и снижается, не реализуясь полностью.

Естественно, коллективная собственность более противоречива, нежели частная, в частности частнокапиталистическая, но ей присущи другие важные противоречия. Если для частнокапиталистической формы собственности, как уже говорилось, главным является противоречие между трудом и капиталом, освоением и присвоением, несобственником и собственником, то для коллективной собственности таким противоречием является несоответствие между индивидуальным и коллективным (интересами, функциями, ролями и др.). Это разногласие усиливается и мотивацией к труду, и распределением того, что выработано, и эффективностью производства, и типом производственной демократии, и моралью солидарности, при которой “один за всех и все за одного”, и социальной политикой в коллективе, и др.

Эту общую характеристику коллективной собственности можно детализировать относительно двух ее основных форм, известных в истории, — делимой и неделимой. Первая считается перспективной и выходит на арену социально-экономической жизни. Вторую называют тупиковой, и через реформирование она испытывает изменения. Ее классические формы — русская сельскохозяйственная артель, толстовская коммуна, коммуны апарышев в Северной Америке, советские колхозы, кибуцы в Израиле. Рассмотрим прежде всего неделимую форму коллективной собственности.

Неделимой коллективная собственность является тогда, когда ее объект не делится на индивидуальные частицы, а принадлежит одновременно всем совладельцам, которые составляют совместного (коллективного) собственника. Итак, владеют все вместе, а не каждый в отдельности точно обозначенной частью. Собственность обезличивается и отчуж-

дается от каждого индивида в частности, хотя он и является совладельцем. Исполняется давняя истина римского права: если владеют все вместе и никто не знает, какой частью он владеет, то не владеет никто.

Группа — это Иванов, Петров, Марченко, Мельникова... Конкретные персоны, но будучи только совладельцами они могут присваивать лишь через обезличенное целое — группу. Здесь и возникает упоминавшееся уже разногласие между индивидуальным и коллективным, персонифицированным, конкретным и обезличенным, общим, между настоящим собственником (группой) и ненастоящим, частичным — индивидом. От того, как решается это разногласие, зависит много, в частности эффективность общего труда и мера интегрированности коллектива — собственника. Способ решения этого противоречия предусматривает прежде всего адекватное распределение в коллективе полномочий собственности на основе определенной организации и управления производством.

Это означает, что производственные отношения в коллективе с неделимой формой собственности вращаются непосредственно не вокруг владения, а вокруг распоряжения средствами производства, их технологического использования. Акцент ставится на обеспечении реального участия каждого совладельца в производстве, его организации, управлении, а также на справедливом распределении результатов. Вследствие этого внутри совокупного собственника и производителя возникают особые отношения и структурирование функций между совладельцами и сопроизводителями.

Функцию распорядителя собственности и руководителя производства берет на себя, как правило, управленческий орган коллектива. Функции же технологического использования средств производства выполняют рядовые производители. Возникает сложная иерархическая система связей и зависимостей между участниками общего процесса производства и присвоения. Каждый выполняет определенную функцию, работу. Каждый — хозяин и собственник своего труда, но вместе с тем не хозяин и не собственник его, поскольку без выполнения другими участниками своих функций его труд нивелируется. Значит, единый процесс производства и присвоения с точки зрения каждого участника есть вместе с тем его и не его, ним не могут владеть ни индивид, ни общество, а только определенная группа, коллектив.

Если внутренняя иерархия взаимосвязей и зависимостей в коллективе правильно построена и позволяет ему адекватно реализовывать свой трудовой потенциал, то группа превращается в высокопроизводительную производственную единицу и высокоинтегрированную социальную общ-

ность, которая саморуководствуется, самообеспечивает себя и создает соответствующие условия для развития каждого индивида. Эта иерархия может постоянно совершенствоваться и даже при необходимости перестраиваться вслед за изменением внешних и внутренних условий функционирования коллектива. Тем не менее, этот фактор — не единственный в системе детерминант, которые определяют основные функциональные характеристики неделимой коллективной собственности. Ее плюсы и минусы, уровень рентабельности зависят от множества экономических и социальных обстоятельств.

Во-первых, это роль руководителя, организатора в коллективе. Он может подавать пример эффективного труда, сочувствия общему делу и вместе с тем проявлять управленческое мастерство, поддерживать надлежащий уровень трудовой дисциплины, ставить перед коллективом перспективные цели, обеспечивать средства их достижения, отстаивать интересы общности. Главное для руководителя — оптимально объединить усилия всех и тем самым индивидуальное усилить коллективным.

Во-вторых, важным условием раскрытия производственного потенциала неделимой коллективной собственности является независимость трудового коллектива, его внешняя и внутренняя свобода, полная хозяйственная самостоятельность, при которой он сам находит баланс между минимумом затрат и максимумом результата. Внешний экономический, административный или политический диктат — смертельный враг для такого коллектива. Он лишает его возможности распоряжаться собственностью и плодами своего труда, ограничивает экономическую свободу, снижает интерес и стимулы продуктивного труда.

В-третьих, хозяйственный потенциал неделимой коллективной собственности опирается на особую идеологию, которая сплачивает членов коллектива. Как правило, это идеология солидарности, коллективизма, основывающегося на народной нравственности. Например, толстовские коммуны свою “земельную идеологию” строили на незыблемых христианских заповедях, среди которых особенно подчеркивались отношение к земле (“земля божья”, поэтому не может быть в частной собственности) и непринятие наемного труда на земле [36]. Кибуцы — эти современные коммуны, которые зародились по образцу толстовских и во многом продолжают их традиции — также основаны на подобных принципах: полная хозяйственная самостоятельность; земля — национальное достояние, поэтому она не может быть передана в частные руки как собственность или продана; коллективная защита от стихии рынка; непринятие наемного труда на земле; категорический отказ от зарубежных инвестиций и признание мораль-

ным права на взятие кредитов только у своего государства, гибкость производственной стратегии и др.

Кибуцы вместе с мошавами (сельскохозяйственными кооперативами собственников земли) вырабатывают преобладающую часть животноводческой и земледельческой продукции в Израиле. Они достигли высокого уровня эффективности производства, высочайших в мире показателей урожайности хлопка, надоев молока. Это свидетельствует о том, что коллективная неделимая собственность способна быть высокорентабельной, если производство организовано адекватно относительно общественной природы ее экономических требований и потенциальных возможностей. Благодаря именно этой форме собственности и именно коллективному труду коммунары-кибуцники превратили малярийные болота и сожженные солнцем каменистые пустыни, где веками ничего не росло, в цветущие сады и плодородные поля.

Еще один характерный штрих неделимой коллективной собственности — относительное удешевление организованного на ее основе производства, по сравнению с частной собственностью. Это свидетельствует о ее эффективности, рентабельности. Следует отметить, что высокие хозяйственные возможности неделимой коллективной собственности удостоверяли не только кибуцы, но и русские сельскохозяйственные артели, толстовские коммуны, передовые отечественные. Современный социолог А. Слуцкий утверждает: “Что бы сегодня не говорили приверженцы западного фермерства, которое имеет достаточно преимуществ, но именно русская сельскохозяйственная артель, из которой родилась толстовская коммуна, артель, лишенная фискальных и других затрат и убытков, политических и всяческих внешних деформаций, артель, основанная на воистину христианских заповедях и не обязательно религиозная, а артель, которая стоит на фундаменте народной морали, по результатам труда намного превосходит все известные в мире формы хозяйствования на земле” [35].

Наилучшие социальные условия для неделимой коллективной собственности — нерыночная среда. Высокие результаты труда и хозяйствования она способна давать на основе не только экономических, но и духовно-моральных стимулов (например, энтузиазма, идеалов и т. п.). Однако последний тип стимулов не постоянен, поэтому при неделимой коллективной собственности всегда существует проблема поощрения труда и точного измерения индивидуального вклада. Это — одна из главнейших проблем привлечения человека к производству, которое осуществляется в коллективной собственности. Ее первопричина состоит в том, что совладельцы работают не на себя непосредственно,

а на общность, которая общим результатом нередко поглощает и нивелирует их индивидуальные вклады, которые, к тому же, не всегда удается точно измерить. Итак, тяжело избежать уравниловки. Проблема связана также с характером общего труда. Хотя действует моральное требование определенной трудовой отдачи, все же реально возникает этика посильного артельного труда, поскольку люди, естественно, не могут абсолютно одинаково трудиться (есть передовые и отстающие), но через отношения взаимопомощи снова-таки их индивидуальный вклад нивелируется.

В конце концов, социально-экономический потенциал неделимой коллективной собственности не может надлежащим образом реализоваться без соответствующей формы производственной демократии, при которой массовое участие в управлении предоставляет производителю значительно более широкое социально-экономическое пространство, нежели частнокапиталистическая собственность. Основными началами производственной демократии являются самоуправление, солидарность, интегрированность, вера в силу коллектива, его ум и доброту.

Тем не менее, эта форма собственности оказывается неприспособленной к рынку, как только сталкивается с ним, поскольку это чужая и враждебная для нее социально-экономическая среда. Ни сельскохозяйственная артель, ни толстовская коммуна, ни кибуцы, ни колхозы в условиях рынка не могут эффективно действовать, хотя и способны, поддаваясь определенной трансформации и модернизации, существовать и выживать в системе рыночных отношений. Например, кибуцы не только выжили, но и значительно развили свое производство, превратившись в высокотоварные хозяйства, действующие как коллективные предприниматели. Правда, они обратились к особому маневру: параллельно с сельскохозяйственным развивают промышленное производство (вырабатывают швейные товары, электронику, перерабатывают сельскохозяйственную продукцию). Ныне промышленное производство приносит им большую часть доходов, чем сельское хозяйство. Кибуцы участвуют в организации предпринимательских структур, закупают акции банков, фондов, предприятий, играют на фондовых биржах и т. д.

Ныне кибуцы уже не могут полностью удовлетворить запросы всех членов своих коллективов. Особенно это касается молодежи, для которой кибуцы теряют привлекательность. Недавние опросы свидетельствуют: 41 % юношей и девушек, живущих в кибуцах, планируют покинуть страну после прохождения воинской службы или отбывтия трудовой повинности. Для сравнения: в 1986 г. таких было лишь 25 % [3].

А как же обстоят дела в колхозах? Подвергнутые критике, нередко несправедливой, обобранные государством, городом и промышленностью, эти коллективные хозяйства пока остаются кормильцами общества, превращаясь постепенно в другие формы коллективного хозяйствования. Они же вместе с тем являются организующими центрами функционирования села, а также интеграции сельской общины (сельского социума).

Сегодня существуют разные мнения относительно будущего колхозов. Их радикальные противники, делая ударение на основах частного хозяйствования и преувеличивая недостатки колхозно-совхозной системы, стараются доказать, что колхозы как формы хозяйствования исчерпали себя. Напротив, защитники колхозов утверждают противоположное: колхозы еще не исчерпали себя полностью, так как ранее их развитию препятствовала командно-административная система, порождением которой они являются. Эта система полностью их закрепила, деформировав саму сущность коллективной собственности (объединение производителей на добровольной основе, самоуправление, право на произведенную продукцию и пр.).

Насильно согнав крестьян в колхозы, т. е. образовав коллективы для общего ведения сельскохозяйственного производства, государство передало им землю не во владение, а лишь в неделимое пользование. Функцию же распоряжаться землей государство оставило себе, точнее, своему управленческому аппарату. Этот аппарат постоянно диктовал колхозу, что и где сеять, когда собирать, когда сдавать урожай и сколько денег в обмен за сданное получить. Сложился тоталитарный хозяйственный механизм, который менее всего ориентировался на потребности и интересы крестьянства, справедливую общественную оценку его работы и достижений. Его ближайшей целью было волевым размещением в колхозах производства нужной государству продукции, введение в них таких организационно-технических, производственных, управленческих и властных структур, которые позволяли бы максимально концентрировать власть в руках государственных хозяйственных органов [27, 62]. Регламентируя хозяйственную деятельность колхозов (контроль за такими показателями, как оплата труда, цены на сельскохозяйственную продукцию, нормативы отчислений, налоги), эти органы помогали государству выкачивать львиную долю накоплений из аграрного сектора.

Усовершенствование хозяйственного механизма, которое осуществлялось время от времени, было связано с определенной эволюцией организационно-экономических отношений и не задевало отношений собственности на селе, место и роль крестьянства в общественной

организации сельхозпроизводства, владение средствами производства, распределение доходов. Одним словом, не было создано системы, при которой трудовой сельскохозяйственный коллектив, владея землей как объектом хозяйствования планировал бы самостоятельно и организовывал собственное производство, распределял бы произведенное и свободно его продавал, получая доходы в зависимости от результатов своего труда и конъюнктуры рынка. Именно такая система хозяйствования могла обеспечить коллективному производителю наилучшие социально-экономические условия деятельности. В противном же случае накапливался отрицательный результат: терялась связь крестьян с землей, укоренялось безответственное отношение к средствам производства, к результатам хозяйствования, снижался уровень дисциплины, социально-трудовой активности. Эти отрицательные процессы означали не что иное, как дальнейшее “расселянивание” крестьян.

Итак, приходим к выводу: не коллективная собственность как таковая, а ее видоизменение и деформирование виновны в неурядицах колхозов и бедах села. Именно политика государства, его командно-административного аппарата не разрешила трудовым сельскохозяйственным коллективам стать самостоятельными и полноправными хозяевами, собственниками-производителями, реализовать огромный социально-экономический потенциал и коллективной собственности, и коллективного труда. Каковы же пути усовершенствования отношений коллективной собственности и форм хозяйствования на ней, приспособления их к рынку?

Следует прежде всего иметь в виду, что крестьянство Украины вопреки нажиму радикалов, которые ставили вопрос “кто кого: фермеры или колхозы?”, не пошло на сплошное разрушение коллективных хозяйств (и совхозов), массовый выход из них и создание единоличных, а также фермерских хозяйств. Здесь дело не только в отсутствии надлежащих средств, ресурсов, хотя, наверное, именно в этом следует объективно усматривать основной сдерживающий фактор. Говорится также и о том, что за пять–шесть десятилетий крестьянство в целом по-своему отнеслось к колхозно-совхозной системе хозяйствования: приспособилось к ней. С одной стороны, на своих приусадебных участках, в собственном хозяйстве оно продолжало традиции классического крестьянина — сельхозпроизводителя, который работал в своем натуральном хозяйстве из рода в род индивидуально, точнее, всей семьей. С другой стороны, участие в артельном труде вырабатывало в крестьянине черты наемного работника, который мог полностью размерно работать, оставляя силы и для приусадебного хозяйства. Эта

раздвоенность крестьянина как производителя обусловила три основные пути усовершенствования механизма хозяйствования, связанного с функционированием коллективной собственности: осовременивание колхозов и совхозов; их преобразование в другие формы организации производственного процесса и сожительства крестьян; усиление смычки коллективных и индивидуальных (приусадебных) хозяйств.

Первый путь осовременивания коллективных хозяйств — образование в них многоукладности: создание самостоятельных кооперативных подразделов, арендных структур, выделение паевых фондов и распределение их между членами трудового коллектива, акционирование. Все эти подразделы и структуры требуют новых управленческих методов и функций, мобилизуют все хозяйство, интенсифицируют использование его производственной и социальной инфраструктуры. Изменяется и название колхозов — после перерегистрации их устава они становятся “коллективными сельскохозяйственными предприятиями”, которые согласно Закону Украины “О коллективном сельскохозяйственном предприятии” действуют на основе права коллективной собственности на землю, общей частичной собственности на имущество, предпринимательства и самоуправления. Внутренняя производственная структура таких предприятий часто приобретает цеховую форму.

Второй путь усовершенствования механизма хозяйствования на основе коллективной собственности — деление ее на независимые доли (паи). Земля делится на индивидуальные наделы в натуре, поэтому субъект коллективной собственности становится коллективом (группой) собственников, а не совладельцев, как при неделимой коллективной собственности. На эти земельные паи крестьянам начисляются дивиденды. Что касается собственности на имущество, то его или также делят на доли, или не делят, пользуясь совместно. Тем не менее, Указ Президента Украины “О неотложных мероприятиях по ускорению земельной реформы в сфере сельскохозяйственного производства” от 10 ноября 1994 г. предусматривает еще более действенные мероприятия по земельной реформе и трансформации коллективной собственности. В частности, Указом установлено, что “право на земельную долю (пай) может быть объектом купли-продажи, дарения, обмена, наследования, залога”, т. е. землю сельскохозяйственного назначения можно купить или продать, превращая в товар.

Этот Указ Президента Украины был воспринят неоднозначно, вызвав определенное напряжение в селе, ведь он предусматривает не только дальнейший передел земли, но и ускорение разрушения коллективных сельскохозяйственных предприятий. Массовое сознание крестьян-

ства на большинстве территории Украины морально не подготовлено к восприятию таких акций. Специалисты сектора социологии села и агропроизводства Института социологии НАН Украины исследовали проблему отношения крестьян к введению института частной собственности на землю и ее куплю-продажу. Оказалось, что попытку превратить землю в товар безусловно поддерживают лишь 3 % опрошенных сельхозпроизводителей, против — 25 %, за куплю-продажу под контролем государства высказалось 23 %, за передачу земли в пожизненное унаследованное владение — 38 %.

История свидетельствует, что передел земли нигде не проходил спокойно, безболезненно. В Украине земля испокон веков ценилась наиболее высоко. За нее боролись, ее завоевывали, отвоевывали, берегли, делили. Ныне же во властных структурах большинство склоняется к тому, чтобы заменить систему коллективного землепользования частным владением. Это реформирование отношений коллективной собственности активно реализуется пока что в западных регионах Украины, где сохранился дух частного хозяина, но на местах в этой связи возникают сложные проблемы. Особенная среди них — проблема границы. Она обостряется там, где земли мало, например в Закарпатье, Львовской области. Здесь процессы приватизации в агропромышленном комплексе привели к дроблению, распылению собственности хозяйств, сельсоветов, которым часто тяжело прийти к соглашению в делении границ. Приведем пример из печати: “Люди, бывает, находят старые документы времен бабки-Австрии и стараются восстановить историческую справедливость. Каким образом? Например, жители сел Дашевы и Сихова на Стрыйщине чуть не с вилами идут друг на друга” [44]. Известны также примеры самозахвата бойцевских земель и пастбищ жителями горных районов, затевания “границных войн” соседями и т. п.

Из реорганизованных коллективных хозяйств путем деления получаются крестьянские союзы, акционерные сельскохозяйственные общества, сельскохозяйственные кооперативы и их ассоциации, союзы арендаторов. Итак, наяву начало становления многоукладности на селе. Его основа — свободная конкуренция форм собственности и способов хозяйствования. За кем будущее — покажет время.

Третий путь — укрепление производственных связей между приусадебными и коллективными хозяйствами. Первые требуют все большей помощи от вторых, а вторые стремятся определенные производства развивать вместе с первыми. Так возникает производственная общность, которая может привести к кооперированию крупных коллективных предприятий с мелкими индивидуальными. Примером такого сотрудни-

чества является агрофирма “Подлесное” Жовковского района Львовской области [18]. После паевания имущества и земли от агрофирмы (бывшего колхоза) отошло 40 % угодий, но ее трудовой коллектив наращивает производство и объем продажи продукции. Например, несмотря на уменьшение земельной площади объем валового производства зерна превысил предшествующий показатель. Так же высоки результаты труда у свекловодов, овощеводов, животноводов. Эти успехи стали возможны как за счет внедрения прогрессивных технологий, так и в результате тесного сотрудничества агрофирмы с приусадебными хозяйствами. Благодаря тому, что приусадебные участки у каждой семьи увеличились в среднем на гектар, крестьяне развернули на них производство продукции не только для себя, но и для продажи. В частности, многие удерживают по две–три коровы, откармливают бычков, свиней, кур, гусей, уток. Излишки продукции сбывают через фирму, которая запланировала построить молокозавод и колбасный цех с целью переработки продукции на месте. Цех, где производят овощные и фруктовые консервы, уже действует. Так же через хозяйство сбывают крестьяне и сахарную свеклу, выращенную на приусадебном наделе, получая взамен сахар и жом. В хозяйстве создан механизированный отряд, который помогает крестьянам работать на приусадебном участке [18].

Благодаря такому сотрудничеству агрофирмы и подсобных хозяйств крестьяне убедились, что они — хозяева своего коллективного хозяйства, своего села, земли, на которой живут и трудятся. Каждый понял: будет работать лучше — будет иметь благосостояние в своем доме, более прочной станет и экономика агрофирмы.

Итак, коллективная форма собственности, трансформируясь и модернизируясь, постепенно вписывается в новые условия хозяйствования, экономической деятельности в целом.

Совокупные собственники и массовые формы собственности. Наиболее распространенным совокупным собственником является государство, наиболее распространенной массовой собственностью — государственная, что представляет собой проявление общественной собственности. В разных странах государственная собственность составляет определенную долю, но такую, которая гарантирует обществу стабильность.

Государство владеет всеми полномочиями собственника и управляет своей собственностью на двух уровнях: общем (путем принятия законов, налоговой, кредитной, инвестиционной политики и т. п.) и конкретном — через свои органы, институты (министерства, администрацию, предприятия и др.).

Государственная собственность — это собственность надындивидуальная, абстрактная собственность “всех вместе”, которая приобрела государственное выражение. Как высказался известный венгерский экономист Я. Корнай, “государственная собственность принадлежит всем и никому” [7, 42]. Те, кто работает на государственных предприятиях, являются наемной рабочей силой у государства. Разумеется, собственность, а также экономическая власть от них отчуждены. Чтобы государственная собственность принадлежала не “всем вместе и никому”, а каждому в отдельности, ее следует разгосударствить, т. е. последовательно осуществлять процесс отчуждения собственности от государства. Это означает изменение собственника. Кто же может им стать? Народ, трудовые коллективы, частные лица, их объединения, территориальные общности.

Такое наличие собственников означает, что разгосударствление собственности далеко не всегда предусматривает ее приватизацию. Если государственная собственность передается, например, народу, то тем самым она демократизируется, а не приватизируется. Здесь имеем замену одного совокупного субъекта собственности (государства) другим (народом). Если же государственная собственность переходит в руки трудовых коллективов, то это есть не что иное, как ее коллективизация. Государственная собственность приватизируется тогда, когда передается или продается частным лицам.

В конце концов, государственная собственность — это не только экономический фундамент существования административного и управленческого аппарата, бюрократии, но и средство постоянного их воспроизводства. Если она не является монопольной, т. е. ограничивается другими формами собственности, и органически вплетается в хозяйственный механизм, то проблем с ней в обществе не возникает. Если же государственная собственность становится монопольной, всеохватывающей, централизованной, то общество огосударствливается, резко усиливается бюрократизм, исчезают частная инициатива, демократия. Так было с хозяйственной системой бывшего Советского Союза, которая сформировалась на основах монопольной государственной собственности, централизованного планирования, директивно-командного управления из-за отсутствия рынка.

Среди оценок дорыночной экономики СССР преобладают отрицательные [5, 8–23]. Ее квалифицируют как основанную на затратном механизме хозяйствования с повторным учетом предметов работы. Такая экономика не способна самонастраиваться на потребности человека и общества. Это была дефицитная экономика, превращавшая общество

в гигантскую распределительную систему и сплошную очередь. Нечувствительность к достижениям научно-технического прогресса, гипертрофированная норма накопления, высокая милитаризованность и экологическая опасность, склонность к обрастанию теневыми структурами — таковы черты советской экономики, которые вытекали из глубинных разногласий монопольной государственной собственности. Главнейшими среди них были несоответствие между содержанием и формой (способом) реализации государственной собственности, разногласия между собственником и непосредственными производителями, предприятиями, трудовыми коллективами, у которых командно-административная система забирала все выработанное в “общий котел”.

Прямые следствия этих разногласий — отчуждение собственности от производителя и потеря ним действенных стимулов к работе. Так и не было найдено эффективного способа решения ключевой проблемы — формирования продолжительной заинтересованности предприятий и их работников в оптимальных пропорциях потребления и накопления, в обновлении и увеличении производственного потенциала. Все это сказалось на снижении темпов развития советского общества, которое, войдя в так называемый застойный период, все больше отставало от высокоразвитых стран мира. Итак, объективно возникла необходимость в мобилизационной модели социально-экономического развития, в создании экономики, способной обеспечить высокую эффективность производства, качество жизни народа на уровне современных мировых стандартов, социальную справедливость, решение наиболее острых проблем экологии. Для этого надо было осуществить радикальную экономическую реформу, которая открыла бы путь к рынку.

Основой реформы является перераспределение собственности, создание разнообразных ее форм на основе разгосударствления. Плюрализм форм собственности составляет основу смешанной экономики, хозяйственной свободы граждан. Он обеспечивает условия для ликвидации отчуждения трудящихся от средств производства, власти, управления. Однако плюрализм возможен лишь при условии последовательного разгосударствления собственности, развития таких ее форм, как аренда и кооперация, крестьянская и фермерская собственность, акционерные и прочие хозяйственные общества, народные предприятия.

Одной из важных форм собственности, которая возникает в результате разгосударствления, является народная собственность. Ее субъект — народ. В Декларации о государственном суверенитете Украины именно народ (а не государство) провозглашен собственником: “Земля, ее недра, воздушное пространство, водные и прочие природные ресурсы,

которые находятся на территории Украинской ССР, природные ресурсы ее континентального шельфа исключительной (морской) экологической зоны, весь экономический и научно-технический потенциал, созданный на территории Украины, является собственностью ее народа, материальной основой суверенитета Республики и используется с целью обеспечения материальных и духовных потребностей ее граждан” [33]. Необходимо закрепить это в конституции, а народную собственность сделать конституционной нормой. Тем не менее именно этого и избегали разработчики Основного закона. Так, в проекте Конституции Украины (редакция от 26 октября 1993 г.) отсутствовали такие термины, как “народная” или “общенародная собственность” [19]. Этот проект не был принят. В проекте же Основного закона, разработанном Временной конституционной комиссией Верховной Рады Украины (май 1996 г.), норма о собственности народа на землю предусмотрена [26].

Если государство отобрало собственность у народа, то следует ее народу и возратить как законному собственнику. Одним из путей такого процесса является переводение государственных предприятий в режим самоуправляемых, народных. Что здесь имеется в виду? Сравнительно простой акт. Если народ Украины конституционно признается собственником, то это означает, что государственные предприятия становятся народными. Ими владеет, управляет, распоряжается и пользуется народ, например, в лице трудовых коллективов. Этим последним государственные предприятия передаются не в собственность народа, ведь собственником их провозглашен народ, а в полномочное хозяйственное владение, распоряжение и пользование. Как производители и хозяева трудовые коллективы имеют право свободно распоряжаться и пользоваться имуществом и доходами после уплаты налогов, право полной собственности на выработанную продукцию. Они обязуются осуществлять амортизационные отчисления, платить определенную часть прибылей в фонд развития производства, фонд занятости, пенсионный фонд и т. п.

Так может сформироваться основное производственное звено обновленного общества — самоуправляемое народное предприятие, которое для своего развития может использовать средства членов трудового коллектива и внешних инвесторов (в том числе тех, кому нечем владеть — это учителя, научные работники и др.). Народные предприятия могут быть выкуплены в коллективную, коллективно-акционерную, коллективно-паевую и прочие формы собственности, кроме частной. Важно также, что государственное управление народными предприятиями не может переходить установленные законом границы, связанные с

общим регулированием рыночных механизмов. В конце концов, следует иметь в виду, что не все государственные предприятия могут быть переведены в режим самоуправляемых народных (транспорт, топливно-энергетическая промышленность, военно-промышленный комплекс и др.). Однако трудовым коллективам таких предприятий должны быть обеспечены все возможности для участия в управлении и распределении доходов.

Рассмотрим, какими же социальными чертами характеризуются народные предприятия и что они вносят в общество. Во-первых, они обеспечивают трудовым коллективам приоритет в формировании системы социально-экономических отношений, экономическую свободу, объединение в лице трудового коллектива функций хозяина, предпринимателя и производителя.

Во-вторых, народные предприятия содействуют преодолению отчуждения народа от собственности на национальное богатство, основные средства производства. Работник уже не может быть превращен в наемника у государства. Именно в таких взаимоотношениях народа и государства, закрепленных как реальным распределением собственности между ними, так и конституционно, — глубочайшие истоки демократии как народовластия. В самом деле, передача собственности народу поднимает его на высоту реального источника и контролера власти. В таких условиях государственная бюрократия, чиновничество, включая и высочайшую политическую номенклатуру, элиту, становятся настоящими, а не декларированными, слугами народа.

В-третьих, народные предприятия создают условия для оптимального объединения плановых и рыночных основ в управлении экономикой, ведь своей производственной, предпринимательской деятельностью они содействуют возникновению и функционированию рынка нового типа на основе не частной, а общенародной собственности с главным участником на нем — коллективным товаропроизводителем и предпринимателем.

В самом деле, трудовой коллектив не является классическим частным предпринимателем, который долгое время был основной рыночной фигурой на Западе. Он является коллективным предпринимателем, и это обстоятельство вносит принципиальные изменения в социальный характер рынка. Дело в том, что и на Западе за последние два десятилетия развился рынок особого типа, который некоторые экономисты называют посткапиталистическим. Главные действующие лица на нем — предприятия, принадлежащие трудовым коллективам (например, в США их более 70 тысяч). Эти предприятия продают на рынке продукты

не нанимаемой, чужой (как это делает капиталист), а собственной работы. Именно так будут действовать и народные предприятия. Функционирование посткапиталистического рынка опровергает миф о том, что якобы в бывших союзных республиках возможен рынок лишь одного типа — капиталистического, который основывается на частной собственности. На самом же деле, как видим, нет обязательной связи между частной собственностью и рынком. Поэтому частная собственность и приватизация как введение частной собственности, в том числе и на землю, не могут считаться неперенным условием перехода к рынку.

Имеет ли значение, скажем, для рынка, на предприятии какой формы собственности изготовлен предлагаемый товар? Конечно, нет. Имеет ли для него значение то, кто этот товар продает — индивидуальный (частный) ли коллективный собственник, в конце концов, собственник или его представитель (посредник, менеджер по вопросам реализации и т. п.)? Для рынка важно, чтобы товаром, который попал в круг его оборота, имели право свободно распоряжаться на уровне конкретного соглашения между продавцом и покупателем, поскольку рынок функционирует прежде всего на этом микроуровне. Так вот рынок, на котором конкуренцию формируют преимущественно коллективные товаропроизводители, свободно распоряжающиеся своей продукцией, не уступает рынку, где главная фигура — частный предприниматель, бизнесмен, коммерсант.

В-четвертых, народные предприятия способны обеспечить более высокую производительность труда, чем частные и государственные предприятия. Об этом свидетельствует производственная деятельность предприятий развитых стран с групповой формой собственности работников. Итак, народные предприятия — огромный резерв общества, важное средство его выхода из кризиса. Однако идея народных предприятий, как и вообще идея преобразования трудовых коллективов на полномочных собственников, воспринимается в Украине не однозначно. Эта идея обросла мифами, которые ее обесценивают или искажают. Она обеспечивается такими политиками и экономистами, которые или отстаивают сохранение государственной монополии на управление предприятиями, или отдают предпочтение частной собственности на средства производства. Отсюда нежелание предоставлять трудовым коллективам государственных предприятий необходимый уровень экономической свободы. Например, под видом ограничения коммерческой деятельности государственным предприятиям запрещено основывать коммерческие банки.

Трудовой коллектив как полномочный собственник или как полномочный хозяйственный распорядитель народным предприятием — новое явление для отечественного общества. Американские эксперты Д. Симонс и Д. Лоуг насчитали около 13 мифов, связанных с формированием собственности трудовых коллективов на фоне русской приватизации [31, 621–633]. Наверное, не меньше их возникло и на основе украинской приватизации. Идею трудовой коллективной (групповой) собственности на средства производства стараются дискредитировать прежде всего ссылкой на так называемый югославский вариант (опыт) или на союзную коллективизацию.

Как известно, в Югославии попробовали достичь экономических успехов через демократизацию хозяйствования, в частности путем самоуправления трудовых коллективов. Попытка не удалась, поскольку не были изменены отношения собственности. Трудовые коллективы хотя и стали самоуправляемыми, но право быть собственниками не получили, оно осталось у государства. Это и свело попытку на нет, поскольку ни у рабочих, ни у руководителей не возросли стимулы к наращиванию и усовершенствованию основных производственных фондов, к инвестированию производства. Началось “проедание” доходов. Да и настоящее самоуправление не сложилось, ведь предприятия не имели возможности самостоятельно принимать на работу работников и освобождать их.

Итак, югославский вариант существенно отличается от отечественного, ведь в Украине трудовой коллектив может стать не только самоуправляемым, но и собственником.

Не опровергает сути дела и отождествление народного предприятия с “промышленным колхозом”, т. е. с неделимой коллективной собственностью. Неделимая коллективная собственность не является обязательной для народного предприятия. Если трудовой коллектив возьмет пай или купит акции своего предприятия, то это будет уже собственность смешанная — народно-коллективно-индивидуальная.

Живучесть мифа о “промышленном колхозе” содействовала дискриминации общенародной собственности в советское время. Такая запись в Конституции СССР, как “государственная (общенародная) собственность”, хотя и не разрешила партийной государственной номенклатуре, аппарату стать “государственным капиталистом”, поскольку объединила двух субъектов собственности — государство и народ, однако не сделала собственником и народ. В конституции даже не было продекларировано, что народ является собственником. В ней говорилось, что земля, недра, воды, леса, основные средства производ-

ства являются государственной собственностью, “общим достоянием всего советского народа” [8]. Одним словом, народу абстрактно принадлежала не собственность, а достояние, которое не давало ему ни одного из трех правомочных полномочий собственника — владения, распоряжения и пользования. Эти полномочия в соответствии с действующим законодательством осуществляло государство в лице многочисленных органов. Отсюда, от потери собственности — и бесправие, и бедность народа в богатом государстве-собственнике.

Истина же в том, что государство и народ — не одно и то же. Если государство конституционно признавалось собственником, то народ юридически не мог быть еще одним полным собственником того, что принадлежало государству. Он мог стать лишь совладельцем, но это не было конституционно определено. Так же и государство не может быть собственником того, собственником чего есть народ (согласно конституции). Ему могут быть предоставлены лишь определенные правовые полномочия собственника, скажем, распорядителя. Если же государство и народ чем-то владеют совместно, то тогда они лишь совладельцы, но ничего из этого не предусматривалось конституцией. Народ был устранен от собственности, экономической власти. Сложилась система, где частного капиталиста заменило государство как совокупный капиталист-собственник. Оно превратило всех граждан (целый народ) в своих наемников, присваивало выработанный ими дополнительный продукт, выплачивало им, как и надлежит работодателю, заработную плату, распределяло произведенное по определенным принципам и правилам.

Государство действовало как единоличный собственник, хотя его собственность называлась общенародной, тогда как собственником собственности должен был быть народ. Поскольку же монопольная государственная собственность стала источником многих неурядиц общества, а ее называли общенародной, то тем самым общенародная собственность была дискредитирована. Тем не менее, ситуация изменилась. Следует вернуть этой собственности субъекта в лице народа.

Некоторые исследователи не признают право трудовых коллективов на собственность, опираясь на однообразное толкование мирового опыта. “Мировой опыт приватизации, — считает исследователь В. Черняк, — свидетельствует, что нецелесообразным является выкуп предприятий трудовым коллективом. Выкуп предприятия трудовым коллективом не является приватизацией в прямом понимании этого слова. Этот путь неэффективен. В Чили предприятия приватизировались через выкуп трудовым коллективом, но они обанкротились, государство

выкупило их и следующим шагом приватизировало. На выкупленных коллективам предприятий, как правило, инновации и инвестиции отсутствуют. Такие предприятия, наконец, или продают, и каждый покупает свою долю собственности, или они становятся банкротами” [46].

Если в Чили выкупленные работниками предприятия обанкротились, то в США они процветают. Международный опыт в этом отношении неоднозначен, поэтому его следует рассматривать во всей полноте и многообразии, с анализом конкретных факторов той или иной участи выкупленных предприятий. То, что в какой-то стране выкупленные предприятия оказались нежизнеспособными, не ставит под сомнение процесс, который успешно развивается в США и других странах мира, где предприятия приватизировались путем выкупа трудовыми коллективами.

Некоторые ученые выступают против права трудовых коллективов на собственность по другой причине. Так, вице-президент Международного центра приватизации, инвестиций и менеджмента М. Заболотный утверждает: “Большая опасность для Украины состоит в приватизации через трудовые коллективы, поскольку на таких предприятиях нет эффективного менеджмента. Объективно существует четкая и простая взаимосвязь функций управления: наблюдательный совет — менеджмент — коллектив. Между наблюдательным советом и менеджментом существует конфликт, который является двигателем прогресса на этом предприятии. Между менеджментом и трудовым коллективом также имеют место конфликты: первый отстаивает свое право по вопросам инвестиционных проектов, другой — по поводу зарплаты” [11]. Наверное, такой конфликт между менеджментом и коллективом изменит направленность и остроту тогда, когда трудовой коллектив (возможно, вместе со своим менеджментом) станет собственником. Лишь в этих условиях он будет заинтересован в инвестициях и станет проявлять заботу о них так же, как и о заработной плате. Что касается менеджмента, то директор (управляющий, менеджер) — это наемный работник, который выполняет волю собственника. Дело собственника — поставить цель, дело директора и администрации — обеспечить ее достижение. Как собственник трудовой коллектив может нанять дирекцию, а может поделиться с нею собственностью через продажу ей акций. Это тоже может изменить повод к конфликту, самую его сущность. Итак, и в этом плане нет причин, которые стали бы непреодолимым препятствием на пути трудовых коллективов к собственности.

Но чаще всего те, кто выступает против народных предприятий, прибегают к другому типу аргументов. Они ссылаются на неготовность некоторых трудовых коллективов к самостоятельному хозяйствованию. Как будто трудовые коллективы приспособились к функционированию в условиях директивно-планового ведения хозяйства и не способны действовать в условиях рынка: вступать в жесткую конкуренцию, работать, если нужно, на грани возможного, рисковать, искать технические новинки, вкладывать доходы прежде всего в развитие производства и пр. Однако и эти аргументы не убедительны, так как не готовым к приватизации и рынку трудовым коллективам можно предоставить определенное время и определенную методическую и другую помощь. Таким образом, они подготовятся к новым условиям хозяйствования, так сказать, овладеют грамотой рынка.

Наиболее оптимальной формой такой подготовки является аренда с выкупом, распространившаяся в период перестройки. Она для коллектива является школой самостоятельного хозяйствования, способной вызвать эффект “хозяина”, выработать вкус к риску, расчету, ответственности. Именно через аренду коллектив способен воспитать в себе собственника и подготовить стартовые позиции для выкупа имущества. Здесь он может удостовериться, что собственность — не только экономическая свобода, но и экономическое бремя, трудная работа, риск, забота, беспокойство. А что же потом? Потом выкуп имущества, который может быть осуществлен дифференцированно с использованием льготных кредитов, постепенной выплатой и т. д. В отдельных случаях имущество может быть передано коллективу безвозмездно. Важно подчеркнуть, что и при выкупе, и при безвозмездной передаче имущества арендному коллективу следует индивидуально подходить к каждому коллективу в зависимости от степени его готовности стать собственником.

Распространение аренды с последующим выкупом дало уникальный опыт реформирования отношений собственности не из снижения, а из повышения уровня экономической эффективности. Ныне в Украине работает много арендных предприятий, тем не менее, арендаторам приходится вести нелегкую борьбу с законодателями, так как именно на аренде с выкупом сталкиваются интересы арендаторов, государства и общества. Речь идет о том, что приватизация через аренду с выкупом нарушает баланс интересов различных социальных прослоек и групп. В частности, обнаружилась тенденция к внедрению арендаторами акционерных обществ исключительно закрытого типа, если акции выкупаются только членами трудового коллектива. Этим блокируется путь

к участию в приватизации арендованных предприятий внешних инвесторов (учителей, врачей и др.).

Эта проблема в Верховной Раде Украины вызывает острые дискуссии. Одни стремятся ограничить и даже ликвидировать аренду с выкупом, другие — ввести высокую арендную плату и “драконовские” налоги на арендные предприятия, остальные не склонны соглашаться ни с первыми, ни со вторыми. Понятно, что вопрос можно решить на основе компромисса.

Существует еще одно обстоятельство, касающееся проблемы становления народных самоуправляемых предприятий. Последние не вписываются в социально-политическую концепцию и государственную программу приватизации, осуществляемую ныне в Украине. И концепция, и программа не предусматривают создания народных предприятий, хотя их цель — сделать собственниками предприятий именно трудовые коллективы, обеспечить им равные стартовые условия, соблюдение принципов социальной справедливости и т. д. Однако приватизация осуществляется так, что трудовые коллективы могут рассчитывать лишь на то, чтобы быть совладельцами. Например, продажа акций приватизируемых государственных предприятий предусматривает участие в этом процессе и государства. Оно обязательно оставит в своих руках контрольные пакеты акций и будет продолжать контролировать значительную часть народного хозяйства. Кроме того, разбогатевшие люди (чиновники, ростовщики, бизнесмены, посредники) выкупят акции и будут получать законные дивиденды, постепенно концентрируя в своих руках собственность. Все это отчуждает трудовые коллективы от собственности.

Субъектом собственности является еще так называемый средний класс, который составляет опорный структурный компонент общества, построенного на многоукладной экономике. Он не совокупный, целостный собственник наподобие государства или народа. Во-первых, его право собственности нигде не фиксируется. Во-вторых, средний класс занимает такое место в обществе, благодаря которому присваивает львиную долю общественного богатства. В-третьих, средний класс состоит из миллионов индивидуальных собственников, которые не объединяются ни в одну организацию. Их объединяют интересы. В западной политологии и социологии к среднему классу относят людей на основании таких критериев: доход, имущественное состояние, профессия или род занятий, образование, самоидентификация индивида. В его составе различают в основном две прослойки: мелкотоварных производителей (крестьяне, ремесленники, мелкие предприниматели, торгов-

цы, лица свободных профессий) и управленцев (менеджеры среднего и низшего ранга, мелкие и средние служащие, рабочая аристократия, работающая преимущественно по найму интеллигенция). По объектам собственности, принадлежащая представителям среднего класса, разнообразна: средства производства и передвижения, жилье, акции, банковские счета, произведения искусства, литературы, изобретения и др.

Реформы в отечественном обществе открыли путь к формированию среднего класса с новым социальным лицом. Некоторые ученые даже прогнозируют его численность. «Социальные группы, которые потенциально претендуют на вхождение в “средний класс”, — по мнению социолога В. Литвина, — целиком могут составить около половины трудоспособного населения Украины. Это означает, что в перспективе он может быть самым могучим структурным компонентом украинского общества» [21]. Однако экономические реалии в Украине, где прогрессируют спад производства и обнищание населения, значительно замедляют формирование среднего класса, поскольку доминирует тенденция не к усреднению социальных слоев и прослоек, а к люмпенизации. Лишь в отдельных социальных группах появляются подгруппы, которые уже можно считать первыми элементами среднего класса. По уровню образования, доходов и статусу различают прежде всего работников аппарата управления в народном хозяйстве (в 1990 г. их насчитывалось более 2 млн чел. — почти 12 % общей численности работающих), аппарата управления в организациях и учреждениях (более 2,7 млн чел. — 10,6 %) и аппарата органов управления (286 тыс. чел.), который после провозглашения государственной независимости Украины стал интенсивно расширяться. Определенной части аппарата органов управления стремительно обогащаются позволяют коррупция, сращивание с криминальным бизнесом.

Существует еще одна группа претендентов на вхождение в средний класс — это фермеры. Эти хозяева наращивают производство и, хотя медленно, но увеличивают свои прибыли. Однако это очень незначительная часть, поскольку государство нынешней аграрной политикой экономически не стимулирует производителя сельского хозяйства, не позволяет ему расширить производство.

Определенное усреднение наблюдается и среди специалистов с высшим и средним специальным образованием, занятых в народном хозяйстве республики. Эти изменения касаются прежде всего специалистов, которые перешли в частные фирмы, посреднические структуры, кооперативы. Что же касается украинской интеллигенции, то процессы усреднения в ней приостановлены государством, которое остается для

преобладающей ее части работодателем. Ныне этот работодатель часто не выплачивает заработную плату надлежащего уровня, а если и выплачивает, то со значительными задержками. Итак, говорить о вхождении интеллигенции в класс средних собственников пока что преждевременно.

Период первоначального накопления капиталов, который ныне переживает общество, ускоряет расширение класса больших собственников, который формируется за счет окончательного обеднения основной массы населения. Банкиры, биржевики, коммерсанты, предприниматели, представители торговой мафии, посреднических структур составляют ядро нового класса, названного “жирными котами”. Социально-экономической базой его становления являются институты, функционирующие как обслуживающий элемент любого производства. Это коммерческие банки, биржи, посреднические конторы, представительства большого бизнеса и пр. Именно здесь концентрируются капиталы и высочайшая заработная плата.

Наконец, несколько штрихов еще об одном субъекте собственности — “теневом” собственнике. Он существовал в любом обществе и, наверное, еще долго будет существовать, если не станут своевременно решаться проблемы, связанные с отношениями собственности, распределения и перераспределения богатства. Понятно, что объект владения “теневого” собственника — капитал (деньги), который накапливается в основном через такие каналы: производство с нелегальным использованием государственных фондов, разворовывание, спекуляция, подпольный бизнес (например, на валюте). Социальная ситуация в Украине такова, что она не инициирует богатых людей к афишированию своего богатства, поэтому нет статистических данных об их количестве. Конечно, “теневой” собственник ныне массовый. Накопив крупный капитал, он при благоприятных условиях легализует его, вкладывая с определенной выгодой.

Относительно производства собственники делятся на две большие группы — производители и потребители (непроизводители). Рассмотрим эти группы подробнее.

3.3

Производители

Субъектов производства и хозяйствования определяют прежде всего по формам собственности. В условиях административно-командной экономики, которая строилась преимущественно на основе двух форм

собственности — государственной и колхозно-кооперативной — общество не характеризировалось широким кругом производителей. Существовало всего несколько социальных типов производителей. Это трудовые коллективы государственных предприятий, колхозов, совхозов, предприятий и организаций потребительской кооперации, семья, незначительное количество кустарей. Социально престижной считалась работа именно в общественном секторе экономики, имевшем безусловные преимущества относительно материально-технического снабжения и обеспечения, социальных и юридических гарантий. Кроме того, государство не стимулировало вторичную занятость, хотя значительная часть населения имела низкие доходы.

Семья как производитель имела и ныне еще имеет очень ограниченную материальную базу. Как правило, домашнее хозяйство городских семей имеет преимущественно потребительскую направленность. Ученые выделяют три типа домашнего хозяйства городских семей: первый — почти полное отсутствие домашнего производства, преимущество обслуживания, второй — хозяйство с любительскими занятиями (консервирование, шитье, вышивание, вязание и т. п.), третий — дачное домашнее хозяйство, где любительское самообслуживание (производство) дополняется производством садово-огородной продукции преимущественно для личного потребления. Хозяйство же сельских семей, которое делится на домашнее и подсобное (приусадебное), можно охарактеризовать как производственное. В 1980 г. на личные подсобные хозяйства приходился 31 % выработанного мяса, 30 % — молока, 33 % — овощей, 64 % — картофеля, 58 % — плодов и ягод, 21 % — шерсти [47, 10]. Согласно данным государственной статистики, через пятнадцать лет приусадебные хозяйства в Украине вырабатывали 85 % картофеля, 71 % фруктов, 58 % овощей, 48 % яиц, 41 % мяса и 36 % молока.

Что касается “производителей” услуг, то в СССР существовала тенденция к увеличению их количества начиная с 60-х годов, когда сформировалась служба быта. Специальная сфера услуг представляла собой разветвленную область производства, которая могла предоставить более 1000 видов услуг — от пришивания пуговицы до установки телефона. Конечно, эта область производства также развивалась на исключительно общественных началах, поэтому сталкивалась с определенными сложностями и проблемами.

В целом же командно-административная система недооценивала индивидуальную трудовую деятельность, а частную инициативу вообще исключала из практики. Для деятельного индивида очень узкой была сфера реализации его умений и знаний, а также финансовых средств.

По сути его поглощала гигантская общественная сфера, требовавшая регламентированной деятельности. В этой связи вокруг индивидуальных занятий существовал неблагоприятный социально-психологический климат, а общественная мысль, ориентировавшаяся на уравниловку, осуждала индивидуалов за их высокие прибыли. Их преследовали, организовывали всяческие кампании — борьбу с нетрудовыми доходами, разрушение домашних теплиц, запрет на выращивание в домашних хозяйствах меховых пород зверей и т. п.

Разумеется, настоящее множество субъектов хозяйственной деятельности возможно лишь на основе многоукладной экономики, которая нуждается в субъекте производства, способном успешно развиваться на рынке. Новая хозяйственная система, используя разнообразие форм собственности, предоставляет гражданам широкое пространство для экономического выбора, создает мощные личные и групповые мотивации, раскрепощает частную инициативу.

Тем не менее, проблема создания нового субъекта хозяйствования не может решаться только путем изменения форм собственности или даже реорганизации производства. Она должна рассматриваться в более широком социальном контексте, поскольку современные продуктивные силы вступают в такую стадию развития, когда преобладающее значение приобретают человеческие компоненты. “Снижается значение вещевых элементов продуктивных сил, а отсюда и то, кому они принадлежат, то есть значение форм собственности на средства производства — это с одной стороны, с другой — теряет свою традиционную специфику наемная работа. Как стимулы к труду все большую роль играют возможность творчества в работе, участие в управлении производством, желание взять на себя ответственность за результаты производственной деятельности. Отсюда собственник средств производства, чтобы обеспечить эффективность своего предприятия, должен допустить работника к распоряжению средствами производства, к участию в распределении прибыли, к планированию перспектив развития предприятия, другими словами, передать работнику часть своих реальных функций собственника” [40, 13–14].

Наконец, есть еще один аспект проблемы развития субъекта производства, связанный с вопросом совместимости западной рыночной модели, которая переносится на украинскую жизнь с ее реальной экономической инфраструктурой, сложившейся исторически, с национальным менталитетом, народной этикой труда, коллективизмом. Эти модели не воспринимаются автоматически имеющимся субъектом производственной деятельности и органически не вписываются в систему

производства. Целенаправленное же разрушение этой системы лишь ухудшает положение субъекта производства.

Приведем лишь один пример. За последние три–четыре года в Украине поспешной коммерциализацией и необдуманной приватизацией почти полностью разрушена служба быта. Рассыпалась система, которой руководило специальное министерство. Она объединяла и координировала работу 1200 предприятий, 2,5 тысячи домов быта, 8,3 тысячи комплексных приемных пунктов, 70 тысяч ателье и мастерских. После так называемых рыночных нововведений (ликвидации Министерства быта и всех управленческих подразделений, коммерциализации, приватизации, сдачи имущества и помещений в аренду) сеть бытового обслуживания охватил кризис. Резко уменьшилось количество производителей и сократилась номенклатура услуг. Например, в селах Винницкой области закрылись более полутора тысяч домов быта и ателье, количество предоставляемых услуг в области уменьшилось в два раза. В Херсоне закрыт каждый третий бытовой объект, в Николаевской области таких объектов уменьшилось вдвое. Во Львовской области из 559 комплексных приемных пунктов прекратили свою деятельность 33 %. Более чем на треть уменьшилось количество объектов быта в селах Ивано-Франковской, Луганской, Ровенской и Тернопольской областей [28].

К этому привело слепое введение “рынка”. Ставка псевдореформаторов на частника и коммерсанта, которые, по их мнению, должны бы лучше обслуживать население, не оправдалась. Теперь за восстановление сети бытового обслуживания населения постепенно берутся новоизбранные советы народных депутатов.

Итак, необходимо такое совмещение западной рыночной модели производства с отечественной, при которой органически вплетались бы в трудовой процесс, в организацию и технологию производства новации и сложившиеся формы труда, этнонациональные традиции, привычки, психологические и поведенческие стереотипы. Необходимо создать собственную рыночную модель экономики с соответствующим субъектом производства. Она может сохранять национальные черты.

С возникновением частного сектора экономика Украины стала двухсекторной. Соответственно разделились и субъекты производства. В государственном секторе, где сосредоточены основные трудовые ресурсы, главными производителями остаются трудовые коллективы. Подавляющее большинство их еще не стало собственниками, не приобрело хозяйственной самостоятельности и надлежащей экономической свободы. Непродуманная монетаристская политика государства сначала бросила их в “дикий” рынок: без государственных зака-

зов, дотаций, льготных кредитов. Потом государство, выкачав из них, как и из населения, “лишние” деньги, устранилось от управления ними. В результате государственный сектор разрушился окончательно. У предприятий не осталось оборотных средств, начали увеличиваться неплаты. Предприятия обратились к отгрузке продукции в долг, без предоплаты. Либерализация цен подтолкнула трудовые коллективы к еще одному маневру: уменьшить объемы производства продукции, а повысить цены на нее. Так и идут до сих пор параллельно эти процессы в государственном секторе экономики — уровень производства снижается, а цены повышаются.

Правительство Л. Кучмы, осознав, к чему приводит преждевременное исключение государства из сферы хозяйственной деятельности, попробовало возвратиться к государственному регулированию экономики, правда, не административными, а рыночными, экономическими методами. Однако ему не удалось не то чтобы стабилизировать производство, а хотя бы затормозить его снижение. Пагубно оказалась неправильно избранная концепция перехода к рынку, о которой Президент Украины Л. Кравчук сказал на сессии Верховной Рады республики 21 октября 1993 г.: “Принципиально ошибочными и противоречивыми оказались как сам курс, так и последовательность экономических реформ. Из двух известных альтернатив перехода от централизованно-плановой, директивной к рыночной экономике мы выбрали либерализационную модель, связанную с монетаристским подходом и ориентированную на жесткие средства финансовой стабилизации. Но такие наши подходы не оправдались. Либерализационная модель может уступить социально ориентированной модели рыночной экономики”. Президент Украины Л. Кучма также делает акцент на необходимости внедрения именно второй модели.

Одним из последствий реализации неудачной переходной модели явилось лишение трудовых коллективов стимулов к труду и наращиванию производства продукции. С одной стороны, государство осуществляет такую налоговую политику, чтобы как можно больше средств попадало в бюджет, а с другой — не предоставляет трудовым коллективам надлежащей экономической самостоятельности, вследствие чего они не могут заработать достаточно средств для собственного развития, в том числе для расширения производства. Все это делает невыгодной работу на государственном предприятии.

Выход из этой ситуации видится в изменении не только модели перехода к рынку, но и отношении к трудовым коллективам как собственникам-производителям и строительной “клетке” общества. Им

должны принадлежать все политические, экономические, социальные и юридические права и гарантии, необходимые для эффективной деятельности. Для этого следует разработать и принять специальный закон о трудовых коллективах. Чем быстрее государство-хозяин превратится в государство-слугу — институт, который обслуживает свободных производителей, тем быстрее трудовые коллективы будут наращивать национальное богатство.

Частный сектор — это экономика гражданского общества, которое постепенно зарождается. На Западе экономика характеризуется термином “цивилизованная”. Это означает, что основная часть занятых в секторе работодателей, трудящихся и предпринимателей придерживается законов, уважает договоры, платит налоги, ведет честную игру с партнерами и конкурентами [9]. Что касается украинской гражданской экономики, то характеризовать ее как “цивилизованную” преждевременно, поскольку наблюдаются нарушения законов, несоблюдение договоров, неуплата налогов (утаивание доходов), другие экономические нарушения и преступления. Необходимы решительные меры, чтобы сформировалась практическая этика предпринимательства, бизнеса, коммерции и появился собственник, для которого кодекс чести будет незыблемым моральным императивом.

Социальных типов производителей в частном секторе много — как индивидуальных, так и коллективных: индивидуалы-патентники, арендаторы, фермеры, фирмы, посреднические коммерческие структуры, сельскохозяйственные коллективные предприятия, крестьянские союзы, единоличные хозяйства, общие предприятия и т. п. Это преимущественно маленькие, в меньшей мере — средние производства с гибкой структурой, непосредственно ориентированные на рынок, на потребителя их продукции. Одни из них уже прошли период становления, другие еще проходят или завершают этот период.

Например, кооперативы, воскрешенные в 1988 г. после принятия закона о кооперации, преодолели период непризнания, отчужденного отношения к себе, так называемую устанавливающую порядок деятельность государства, несовершенство некоторых подзаконных актов, которые пришлось уточнять. На начальной стадии их существования в общественном сознании появилась целая “антикооперативная” волна. На страницах газет гневно критиковались кооперативные производители. Дело в том, что кооперативный сектор, как утверждала пропаганда, внедрялся в целях заполнения пробелов на потребительском рынке, которые не могла заполнить неповоротливая государственная экономика. Потребители возлагали на кооперативы большие надежды,

но они предложили высокие цены на свою невысококачественную продукцию, бросившись обеспечивать себе высокие доходы.

Причина такого экономического поведения кооперативов состояла прежде всего в отлучении их от оптовых рынков сырья, которое они вынуждены были покупать за наличные. Во многих случаях именно это и было фактором высоких кооперативных цен. Кроме того, ситуация острого дефицита товаров и услуг, отсутствие конкуренции и надлежашего государственного контроля также позволили предпринимателям повышать цены. Итак, кооперативы сразу же избрали тот же принцип хозяйствования, что и государственные предприятия, — поднимать свои доходы не за счет увеличения объемов выпуска продукции, а за счет повышения цен. Однако минусы внедрения и развития кооперации этим не исчерпались.

Во-первых, создание кооперативов в нерыночной среде и разрешение им превращать безналичные деньги в наличные послужили причиной спекуляции и коррупции. Сами же кооперативы и “теневики” скупали в государственной торговле товары и перепродавали их по спекулятивным ценам, выкачивая все подряд из прилавков государственных магазинов. Во-вторых, кооперативы стали удобным каналом для легализации (“отбеливания”) “теневых” капиталов. В-третьих, они обратились к наемному труду совместителей, за который не доплачивали и не доплачивают. В частности, совместителям платят больше, чем получают работники государственных предприятий, но значительно меньше, чем кооператоры.

Одним словом, кооперативы не могли быстро заполнить прилавки, но, арендуя на предприятиях цеха и участки по выпуску товаров массового потребления, они помогали им выполнять планы, государственные заказы на эту продукцию. Итак, хозяйственное поведение кооперативов подтвердило, что они как производители далеко еще не “цивилизованы”. Им предстояло пройти этап освоения правил честной “игры”. Ныне же для многих кооператоров процесс становления уже в прошлом. Они стали полноправными производителями и собственниками.

Определенные трудности были и в становлении аренды. Продолжительное время не принимался закон об аренде, поэтому арендаторы были юридически не защищены. Кроме того, аренда не изменяла форму собственности, поскольку арендодатели соглашались на выкуп у них имущества арендными коллективами. Надлежащим образом не содействовала развитию арендных отношений и власть, принимая административно-правовые акты, ограничивающие развертывание этой формы хозяйствования. Декрет Кабинета Министров Украины “О дополнительном регулировании арендных отношений” поставил аренду

в затруднительное положение. Конференция Союза арендаторов и предпринимателей Украины квалифицировала его так: “Правительство ведет последовательную и жесткую борьбу с арендой на уничтожение” [27]. Однако несмотря на это приватизация через аренду с выкупом распространялась. Сотни тысяч арендаторов Украины наращивают производство товаров и услуг. Они постепенно создают мощную прослойку работающих собственников.

Экономическая реформа значительно активизировала и семью как производителя. Миллионы городских жителей получили в пользование в пригородных зонах микроучастки земли (0,3–0,4 га), на которых начали выращивать сельскохозяйственную продукцию для собственного потребления. Расширилось движение садовников и овощеводов. В городах появились так называемые сельские дачники, которые покупают в сельской местности оставленные дома, усадьбы и занимаются огородничеством и садоводством. Этот натуральный, но сезонный хозяйственный уклад опирается на домашнее хозяйство, которое приобрело выразительную производственную ориентацию. Тем не менее, его развитие тормозят отсутствие малой техники, условий для сохранения продукции и транспортная дороговизна.

К работающим собственникам относится и фермер — новый тип крестьянина. В республике зарегистрировано более 32 тыс. фермерских хозяйств, на каждое из которых в среднем приходится 20 га земли. Кто они — нынешние фермеры? Подавляющее их большинство — крестьяне, которые и раньше работали в сельском хозяйстве, в частности в колхозах и совхозах. Однако каждый четвертый — из города. Три четверти фермеров — люди в возрасте 30–50 лет, 12 % — младше 30 лет, 18–50 % — старше. Основное ядро фермеров — люди со средним сельскохозяйственным образованием.

Хозяйственная стратегия фермерского производственного уклада — предпринимательство. В Законе Украины “О крестьянском (фермерском) хозяйстве” записано, что оно является “формой предпринимательства граждан Украины, которые изъявили желание преимущественно личным трудом... вырабатывать товарную сельскохозяйственную продукцию, заниматься ее переработкой и реализацией”.

Как отмечалось, фермер — это работающий собственник, т. е. жизненные блага он добывает личным трудом на земле. Это роднит его с крестьянином, который испокон веков именно так и жил. Другими же чертами хозяйственной стратегии фермер отличается от традиционного крестьянина как хозяина. В частности, свою предпринимательскую

хозяйственную стратегию он реализует путем создания прибыльного хозяйства, которое вырабатывает продукцию на рынок. Итак, у фермера хозяйство товарное, а у крестьянина — натуральное. Кроме того, фермер отличается от крестьянина как работодатель, так как имеет значительно больше возможностей использовать наемный труд, что роднит его с капиталистом. Крестьянин же, как правило, в своем натуральном приусадебном хозяйстве наемный труд не использует, привлекает к работе только семью. Фермер-производитель имеет более высокую квалификацию, нежели простой крестьянин. Он объединяет элементы многих профессий. Экономика сельскохозяйственного производства, учетно-бухгалтерское дело, техника, агрономия, зооветеринария, строительство — вот далеко не полный перечень сфер, с которыми фермер должен быть ознакомлен, чтобы эффективно вести хозяйство.

Фермерский сектор сельскохозяйственного производства находится на начальном этапе развития, поэтому остается экономически маломощным. Его доля в сельскохозяйственном производстве республики несколько превышает один процент. У большинства фермеров интенсивность производства ниже, чем у других категорий хозяйств.

Существует еще несколько причин, тормозящих развитие фермерства, преобразование его в высокопроизводительное товарное производство. В частности, у государства недостаточно средств и ресурсов для расширения фермеризации села. Дороговизна промышленной продукции, особенно техники и горючего, разоряет хозяина. Развитию фермерства препятствует также нестабильность гарантированного материально-технического снабжения.

Тяжелые экономические условия хозяйствования принуждают фермеров объединяться на основе общего, более рационального использования техники или имущества. Возникают фермерские кооперативы, союзы и прочие объединения. Во многих районах Украины на взаимовыгодных условиях осуществляют сотрудничество некоторые фермерские и коллективные хозяйства.

Таким образом, существующие ныне формы собственности способствуют возникновению новых типов производителей. Развиваются предпринимательство, бизнес, коммерция.

Охарактеризуем еще одну группу субъектов экономических отношений — потребителей. Эти специфические носители экономических отношений призваны одновременно и прекращать их, и воссоздавать. Отметим, что здесь рассматриваются субъекты, действующие в сфере внепроизводственного потребления.

Экономические отношения характерны также для сферы потребления, куда из производства через торговлю поступают материальные и культурно-духовные ценности и где удовлетворяются потребности людей. В этой сфере воссоздается “вечное” противоречие между сменной структурой потребностей и запросов населения и возможностями и способами их удовлетворения. Как правило, возможности, способы и средства удовлетворения потребностей и запросов отстают от их развития.

Сфера потребления является элементом социальной сферы общества. Через сферу потребления социальная сфера наиболее полно реализует свою репродуктивную функцию, состоящую в воспроизведении человека. Это воспроизведение опирается на исторически достигнутый потенциал социальной сферы, на эффективность ее функционирования.

Итак, чтобы понять, что же представляет собой потребитель как субъект экономических отношений, следует уяснить его как лицо, занятое удовлетворением своих потребностей. Деятельность потребления (или потребительская деятельность) в отличие от производственной имеет две формы: собственно потребление как процесс удовлетворения потребностей и потребительское поведение (подготовка к потреблению и обслуживание его). Заметим, что потребительскую деятельность и потребительское поведение различают по тем же критериям, что и социальную деятельность и поведение, о чем говорилось ранее.

И еще одно замечание. Необходимо уяснить различия экономической социологии и социологии потребления в подходах к изучению деятельности относительно удовлетворения потребностей. Социология потребления изучает эту деятельность в системе ее разнообразных связей с социальными институтами, взаимодействием потребителей и их групп, функционированием систем ценностей, типов культур. Она исследует социальные условия, типы и формы потребления, социально-экономические особенности функционирования домашнего хозяйства как базы потребления, сферу обслуживания, культуру потребления, социальный

механизм подключения индивидуального и группового потребителя к процессу потребления, систему отношений, которые реализуются в потреблении или опосредствуют его, очереди как особую социальную реальность и средство регулирования поведения покупателей, проявления равенства и неравенства, справедливости и несправедливости в потреблении. Эту дисциплину интересуют связи потребителя с обществом, его взаимодействие со средой (село, город), влияние культуры на потребление, пути преобразования его в потребительство, социальная политика, социальные качества вещей как средств удовлетворения потребностей, общественные объединения и движения потребителей, их социальная защита, потребительская направленность технического прогресса и др. [28].

В отличие от социологии потребления взгляд экономической социологии на процесс потребления, потребительскую деятельность и потребительское поведение значительно уже. Эта дисциплина также старается изучать социальное измерение потребления, изобразить его как социальный процесс удовлетворения потребностей, но непременно включенный в систему экономических отношений, экономическую деятельность потребителя, т. е. в сферу экономики семьи, домашнего хозяйства. Как показали подсчеты, внепроизводственное массовое потребление на 9/10 осуществляется именно в семье, которая ведет домашнее хозяйство. С помощью последнего семья не только непосредственно осуществляет процесс потребления, но и готовит и обслуживает его, вырабатывая или доводя до потребительской формы предметы удовлетворения потребностей, пользуясь орудиями потребления и другими его средствами и условиями, в том числе и субъективными, которые, кстати, сама и создает.

Подход экономической социологии к потреблению непосредственно вытекает из ее предмета. В частности, экономическая социология рассматривает экономическое поведение или как частный случай социального поведения вообще (Н. Смелзер) [41], или с позиции социального механизма экономики, т. е. как систему взаимодействий социально-экономических групп в сферах производства, распределения, обмена и потребления (Т. Парсонс [43]), или с позиции социальной структуры общества как регулятора экономики (Т. Заславская, Р. Рывкина [12]).

Относительно своего предмета экономическая социология изучает экономическую деятельность семьи, рассматривает ее как особого потребителя; ее интересует, так сказать, азбука домашней экономики [13] — от формирования и затрат семейного бюджета, функциониро-

вания личной собственности, состояния бухгалтерии семьи до экономии времени в домашнем хозяйстве. Кроме того, работа в семье, само- и взаимообслуживание, экономическое взаимодействие индивидуальных потребителей внутри семьи и взаимодействие семьи как коллективного потребителя с другими субъектами потребления, внешней средой, государством и обществом — это также предмет интереса экономической социологии. В этом плане она акцентирует внимание на проблемах рационализации быта, экономии потребления семьей ресурсов общества (тепла, электроэнергии, воды и др.), экономического воспитания в семье как особого социального процесса, планирования экономических основ жизнедеятельности семьи, одним словом, экономическая социология охватывает проблемы, составляющие экономическую основу потребления.

Итак, экономическая социология исследует потребительскую деятельность и потребительское поведение двух типов потребителя — индивидуального и коллективного (семью). Существует еще и третий тип потребителя — массовый. Субъектом массового потребления является население, которое осуществляет потребление во всем его многообразии. Этот потребитель является генератором наиболее общих, глубинных тенденций в потреблении, его модели, идеологии, ценностей. Он разномасштабный. Так, можно выделять, в частности, население региона, административно-территориальной единицы (области, города района, села и т. п.), страны, нескольких стран, всего земного шара.

Рассмотрим названные типы потребителей по порядку: индивид, семья (группа, коллектив), население.

Как потребитель индивид является покупателем, клиентом, пайщиком, читателем, пассажиром, квартиросъемщиком, абонентом, пациентом и т. п. Ясно, что привести все эти роли к общему знаменателю сложно. Эти роли и позиции потому и разные, что предусматривают включение индивида в разнотипные системы общественных отношений. Скажем, потребитель как покупатель товара действует в системе рыночных экономических отношений, где сопоставляет цену товара с возможностями собственного или семейного бюджета. Его экономическое поведение здесь непосредственно зависит от этих возможностей. Пациент попадает в систему отношений в сфере здравоохранения, читатель — в систему отношений в сфере культуры, пассажир — в отношения с собственником транспортного средства.

Покупатель взаимодействует с продавцом — у него одна позиция и линия поведения, пациент взаимодействует с врачом — у него другая

позиция и линия поведения, у пассажира — третья. Все это означает, что деятельность потребителя не простая, и если выделить в ней определенный общий признак, то им будет не что иное, как зависимость потребителя от того, кто производит для него и продает ему вещи, предметы, ценности, услуги. Чтобы охарактеризовать любую из этих социальных позиций потребителя и его поведение, следует рассмотреть его конкретное взаимодействие с указанными субъектами с учетом общности и расхождения их интересов, системы взаимозависимостей и социальной защиты потребителя. Однако такое рассмотрение не входит в рамки этого пособия.

Охарактеризуем индивидуального потребителя исходя из существенных его характеристик. Кто же такой потребитель? В толковых словарях, например В. Даля, С. Ожегова, потребитель определяется как лицо или организация, потребляющие продукты чьего-нибудь производства. Вместе с тем сам процесс потребления толкуется как использование чего-нибудь для удовлетворения потребностей, расходования на потребность. Для общего употребления эти определения достаточны, но в случае научного рассмотрения проблемы следует учитывать разные значения понятия “потребитель”. Например, юридически потребитель означает гражданина, который использует продукцию по собственным потребностям. Закон различает потребителя, покупателя и заказчика.

С позиции экономической социологии потребитель — это носитель потребительской силы, потребительского отношения, который воссоздает их через поддержание процесса собственной жизнедеятельности. Вполне возможно, что индивид будучи прежде всего потребителем истощает потребительскую силу на протяжении своей жизни так же, как и рабочую. В этом отношении потребителем может быть признан только индивид, которому присущ определенный набор характеристик: пол, возраст, структура потребностей, профессия, принадлежность к социальной группе, собственный (или семейный) бюджет, потребительская сила, потребительское отношение, потребительский потенциал, место потребления и др. Индивид действует в определенной потребительской ситуации (дефицит, благосостояние, роскошь), если существует конкретное соотношение спроса и предложения, а доступ к материальным и духовным благам регулируется соответствующими механизмами (рынком, административной командой, патерналистской системой распределения и др.).

Конечно, чтобы всесторонне охарактеризовать индивидуального потребителя, следует учитывать все его параметры: физические, физиологические, психологические, культурные, социальные и др. Однако

все они воплощаются в его потребительском потенциале, который вместе с потребительской силой и потребительским отношением является одной из наиболее существенных характеристик потребителя.

“Потребительский потенциал” — это новое понятие, появившееся в научном обороте вслед за такими понятиями, как “потенциал лица”, “трудовой потенциал лица”, которые стали общеупотребимыми в социологической и экономической литературе. Тем не менее, логика их взаимодействия такова, что они должны обобщаться более широким понятием — “социальный потенциал лица”.

Бесспорно, понятие “потребительский потенциал” характеризует потребителя-индивида как лицо относительно особого компонента его потенциала как субъекта деятельности. Потребительский потенциал раскрывается и реализуется через потребительскую деятельность и потребительское поведение, но является вместе с тем противоположностью трудового потенциала и дополнением к нему — одной из фундаментальных категорий социологии труда.

Что же представляет собой потребительский потенциал? Каковы его составляющие?

Потребительский потенциал — это совокупность возможностей и способностей индивида, который обеспечивает процесс потребления определенного качественного уровня с надлежащим социальным и индивидуальным эффектом. Речь идет прежде всего о внутренних возможностях индивида, которые определяются разнообразием его естества и влияют на его способность потреблять, осуществлять потребительскую деятельность. Это потребительское отношение и потребительская сила индивида.

Потребительское отношение — первичная форма активности потребителя. Это целевое, практическое отношение индивида к средствам и условиям удовлетворения собственных потребностей, которое предусматривает выбор им предметов, способов и меры их удовлетворения. Простейшая форма потребительского отношения отражает прямую связь “потребность — предмет (средство) удовлетворения”. Конечно, в обществе эта связь осложнена, поскольку потребность и предмет удовлетворения опосредуются многими промежуточными звеньями (социальные институты, возможности бюджета, предложение на рынке и др.).

В структуре потребительского потенциала определяющей является потребительская способность (сила), которая в конце концов предопределяет и потребительское отношение, и потребительскую деятельность, и потребительское поведение. Вместе с рабочей силой потребительскую силу относят к главным существенным характеристикам человека.

“Потребительская сила, — как подчеркивает, например, социолог Ю. Васильчук, — вызывает спонтанное напряжение и, в итоге, развитие соответствующих физических и умственных человеческих способностей к потребительской деятельности, которое приобретает в особенности творческий, активный характер в процессе потребления духовных благ (воспитание, обучение, самообразование и т. п.). Потребительская сила и потребительская деятельность являются одновременно двойниками и антиподами рабочей силы и трудовой деятельности” [6].

Наиболее концентрированно потребительскую силу индивида выражают его потребности, интересы, желания, установки и цели, которые реализуются через потребление. Тем не менее, исходным, первичным определителем потребительской силы и потребительского отношения являются потребности, поэтому и потребительское отношение, и потребительскую силу следует рассматривать как сменные характеристики системы потребностей, присущей индивиду. Здесь существует прямая зависимость: каковы потребности — таковы и потребительское отношение, и потребительская сила. Если потребности подавленные, как, например, у аскета, то таким же подавленным будет его потребительское отношение и вяло будет проявляться потребительская способность. И наоборот, если человек имеет преувеличенные, гипертрофированные потребности, то они обусловят чрезмерное потребительское отношение и чрезмерную потребительскую силу, вследствие чего этот человек превратится из субъекта (носителя) и контролера своих потребностей в их слепую функцию.

Говоря о потребительском отношении и потребительской способности, следует затронуть также потребительский интерес как форму их проявления. Потребительский интерес неразрывно связан с трудовым и распределительным интересами индивида, но предметом своим имеет обеспечение потребителю условий для беспрепятственного развертывания потребительского отношения и реализации потребительской силы, а также достижения потребителем желаемого места в сфере потребления, т. е. потребительского статуса, адекватного его позиции на шкале распределения. Речь идет о том, что каждый потребитель (индивид, семья) имеет в сфере потребления собственный статус, который определяется многими факторами, прежде всего экономическими (доход, собственность, владение каналами доступа к средствам удовлетворения потребностей). Интерес каждого потребителя состоит в том, чтобы достичь максимально высокого для себя статуса в потреблении и тем самым обеспечить не только наиболее полное удовлетворение своих потребностей, но и соответствующий комфорт, удобства для своего существования.

Наконец, следует подчеркнуть, что потребительский интерес как форма выражения потребительского отношения, потребительской силы в своем практическом применении идет дальше потребностей, являющихся основой этого отношения и этой силы. Кроме того, он значительно в большей степени, нежели потребность, поддается регулируемому влиянию со стороны как потребителя, так и общества. Его можно сопоставлять с интересом другого потребителя с целью их гармонизации. Что же касается потребностей, то их также можно сопоставлять, но не в целях гармонизации или выравнивания, что без насилия над потребностями принципиально невозможно. Поскольку потребности каждого потребителя индивидуализировано выражают его внутренние запросы, то сопоставлять их с потребностями другого потребителя можно лишь для выявления отличий между ними. Баланс потребностей этих двух потребителей едва ли возможен, хотя относительной уравниваемости их по определенным параметрам можно достичь.

Следующий компонент потребительского потенциала индивида — личностный уровень его характеристик, который обобщается термином “общая культура личности”. Среди этих качеств особо важными являются умение пользоваться вещами и ценностями, подготовленность к усвоению соответствующей информации, знаний, культурных ценностей, от чего зависит реальный доступ потребителя к материальным и духовным благам общества. Что нужно иметь, уметь и знать каждому для того, чтобы культурно и рационально потреблять современные вещи и ценности? Прежде всего следует разбираться в способах их практического использования, уметь владеть ими не только как собственностью, но и как средствами удовлетворения собственных потребностей, обеспечения комфорта, достижения целей, выгод. Еще К. Маркс подчеркивал важное значение общей культуры человека в связи с рассмотрением этих обстоятельств: “Для того чтобы пользоваться большим количеством вещей, человек должен быть способен к пользованию ими, то есть он должен быть в высокой степени культурным человеком” [23, 354]. Относительно потребителя это означает не что иное, как умение вести домашнее хозяйство, управлять бытовой техникой, транспортным средством, пользоваться современными индустриальными формами отдыха и досуга.

Поскольку предметы удовлетворения потребностей находятся вне потребителя, то он зависит прежде всего от собственных потребностей, но значительно в большей степени — от внешней среды, социально-экономической ситуации, которой определяются границы его сво-

боды как потребителя. Уровень этой свободы является одним из условий реализации потребительского потенциала. Взаимозависимость их такова, что, с одной стороны, индивид с более широкой потребительской свободой проявляет свой потребительский потенциал значительно полнее и сильнее, чем потребитель с ограниченной свободой. С другой стороны, мощность потребительского потенциала непосредственно не определяется границами потребительской свободы.

Еще одним элементом потребительского потенциала индивида является его покупательная способность (сила, потенциал), обуславливающая прежде всего масштаб денежного присвоения материальных благ, а этим масштабом — объем потребления. Речь идет о том, что в товарном обществе индивидуальное потребление опосредовано деньгами, денежным способом присвоения вещей как средств удовлетворения потребностей. Прежде чем что-то потребить, его следует купить. Вообще же покупательный потенциал определяется размером денежных доходов потребителя, затратной частью его собственного или семейного бюджета, уровнем действующих розничных цен. Взаимосвязь здесь обратно пропорциональна. Скажем, если действующие розничные цены повышаются, то при условии стабильности денежных доходов увеличивается затратная часть бюджета, но уменьшается покупательный потенциал, а вместе с ним ограничивается и потребительский потенциал. И наоборот, повышение денежных доходов при условии стабильности или снижения уровня розничных цен способствует повышению покупательного потенциала, а вместе с ним повышается и потребительский потенциал.

Наконец, следует вспомнить еще один элемент потребительского потенциала — домашнее хозяйство потребителя, которым в наибольшей степени и определяются его позиции в потреблении, потребительская деятельность и потребительское поведение, формы самообслуживания и, что самое главное, уровень потребления ресурсов общества. Речь идет о социально-экономическом типе домашнего хозяйства с определенной производственной мощностью, от которой непосредственно зависят потребительские возможности индивида, семьи.

Итак, потребительский потенциал — это сложное образование. Он предопределяет потребление индивида соответственно его внутренним и внешним условиям, в частности потребностям, интересам, целям, уровню общей культуры, а также мощности домашнего хозяйства и покупательной способности.

Потребительский потенциал характеризуется многими признаками, из которых выделим лишь один — мощь (силу, мощность), которая имеет

латентный характер, но может повышаться (как и снижаться) в процессе мобилизации. Способов мобилизации потребительского потенциала множество, но главный из них — возрастание и актуализация потребностей. Конечно, каждый из способов мобилизации активизирует потребительский потенциал по-разному, вследствие чего он неодинаково проявляет свою мощь, что и сказывается в итоге на потребительском эффекте, который может быть большим или меньшим, положительным или отрицательным.

Потребительский эффект — результат повышения и реализации потребительского потенциала, который в зависимости от мощности имеет определенное социальное значение. Последнее можно охарактеризовать относительно как потребителя, так и общества.

В первом случае потребительский эффект является выражением меры удовлетворения потребностей потребителя, степени реализации им собственного потребительского интереса, достижения цели потребления. Практически эта степень может быть полной, частичной, нулевой (отсутствие эффекта), а эффект желаемым или нежелаемым. От того, какой у индивида потребительский потенциал и как он реализуется, какой эффект при этом достигается, зависят аспекты поведения потребителя, особенно мотивация к труду, поддержание здоровья, социальный престиж.

Во втором случае потребительский эффект связан с последствиями реализации потребительского потенциала лица для общества, которое может воспользоваться ими по-разному: в целях регулирования поведения людей, осуществления социальной политики, постановки социальной цели перед производством, управления сферой обслуживания, торговлей и т. д.

Подведем итог: мы охарактеризовали индивидуального потребителя как носителя потребительского отношения, потребительской силы, потребительского потенциала. Подчеркнем только, что эти характеристики свойственны и другим типам потребителей в трансформированном или в совокупном виде.

Теперь же рассмотрим формы индивидуального потребления и потребительского поведения.

Потребление возможно как ассимиляция, апроприация (присоединение), отображение (рефлексия). Потребительское поведение бывает присвоительным, обслуживающим, сопроводительным, защитным. Так, ассимиляция (усвоение) означает полное уничтожение потребительских стоимостей или их потребительской формы. Она представляет собой способ удовлетворения тех потребностей человека, от которых зависит воспроизводство его непосредственной жизни (преимущественно пище-

вых). Апроприация — это внешнее (механическое, физическое) воссоединение людей и вещей, вследствие которого вещи служат потребителю как средства удовлетворения потребностей. Как правило, через апроприацию потребляются орудия бытового труда, музыкальные инструменты, одежда, обувь, спортивный инвентарь, транспортные средства, канцелярские предметы, мебель и т. д. При этом возможны различные варианты: уничтожение вещей или их потребительской формы; вещи не исчезают, а постепенно изнашиваются, деформируются; вещи ломаются, выходят из употребления. Определенную часть из них можно восстановить, удляняя тем самым срок их функционирования в системе “человек — вещевой мир”. Потребление вещей прекращается тогда, когда их функциональное состояние делает нерациональным использование.

Ассимиляция и апроприация представляют собой процесс материального потребления. Третий способ объединения людей и вещей — рефлексия — обуславливает духовное потребление, когда предмет потребляется путем отображения его формы и познания сущности. Рефлексируются знаковые системы. Но духовное потребление осуществляется благодаря не только отображению, но и ассимиляции (усвоению знаний, информации, духовных ценностей). Итак, ассимиляция в потреблении является материальной и духовной. Если первая предусматривает уничтожение предметов потребления или их потребительской формы, то вторая, наоборот, накопление их в душе человека (образы, понятия, мысли, эмоции).

Пока речь шла о потреблении вещей, предметов, ценностей. Однако потребляются также формы деятельности, с помощью которых удовлетворяются так называемые функциональные потребности человека, т. е. потребности в активности (в игре, труде, занятиях физкультурой и спортом, поддержании физиологической нормы здоровья и др.). Способ их удовлетворения — непосредственное участие потребителя в осуществлении соответственной формы активности (игры, труда и пр.).

Потребительская деятельность неотделима от потребительского поведения и наоборот. Сущность присвоенческого поведения состоит в обеспечении присвоения предмета потребления, т. е. превращения его в собственность или приобретение потребителя. Только при этом условии, как отмечалось, возможно, индивидуальное потребление. После осуществления акта присвоения предметом владеет потребитель, подчиняя его своей воле и объединяя с теми или иными потребностями. Такая роль присвоения в потреблении означает, что оно является для потребителя особенным каналом доступа к жизненным благам.

Присвоение происходит через осуществление покупки, поэтому чтобы стать собственником, потребитель должен прежде всего стать покупателем. Основные формы поведения покупателя направлены на обеспечение реализации его покупательского потенциала и выбор необходимых товаров для присвоения. Это поведение связано с рынком, поэтому его можно назвать рыночным поведением потребителя. Внешне оно выглядит как цепь поступков, действий, актов покупателя: посещение магазинов, выбор нужной вещи, оплата ее стоимости, транспортирование домой и т. д. Внутренне покупательское поведение составляет сложную конструкцию, у основания которой находятся потребности, а на вершине — платежеспособный спрос.

Исследования свидетельствуют о том, что этот тип поведения связан с определенной системой ценностей, ему свойственны стратегия и тактика, стиль, организация, механизм управления, варианты реализации, нормы и т. д. [38]. Он находится под постоянным влиянием ситуации на потребительском рынке, в сфере торговли и бытового обслуживания. Существует несколько социальных показателей, по которым оценивается покупательское поведение: время, за которое осуществляется одна покупка потребителя (в среднем); уровень удобств, созданных для потребителя торговлей, бизнесом, сферой обслуживания; удовлетворенность покупателя качеством товаров и услуг; степень свободы действий покупателя. При условиях благоприятной рыночной ситуации эти показатели определенным образом уравниваются. И если эту ситуацию нарушают дефициты, ажиотажный спрос, борьба покупателей за каналы доступа к прилавку, очереди, то равновесие между указанными показателями нарушается. Время на приобретение покупки увеличивается, мобильность покупателя усиливается. Теперь он должен больше двигаться, чтобы найти нужный товар, и дольше стоять в очередях. Разумеется, при этом снижается уровень удовлетворенности покупателя торговым обслуживанием. Покупательское поведение является чувствительным индикатором состояния бытовой морали в обществе, показателем реальной заботы о человеке.

Термин “обслуживающее поведение” говорит сам за себя: благодаря этому поведению потребление обеспечивается всем необходимым, без чего оно не состоится. Здесь и подготовка самого потребителя к потреблению (например, формирование у него определенных качеств, ознакомление с рекламой, изучение инструкций по эксплуатации бытовой техники), и ознакомление с предметами потребления, и организация потребления, и подготовка соответствующих условий, орудий и т. п.

Многие предметы потребления имеют сложную конструкцию, многофункциональны, и чтобы владеть ими, иногда необходимо пройти даже специальный курс обучения (например, курсы водителей автомобилей, обучение в музыкальной школе).

Сопроводительное поведение всегда так или иначе сопровождает процесс потребления, придавая ему определенные оттенки, подчиняя его нормам, традициям, обычаям. Форм сопроводительного поведения много, назовем лишь несколько: ритуальное, демонстративное, престижное, организационное, подражательное, защитное.

Коротко о защитном поведении. Это совокупность поступков, акций, действий, которые совершаются организованными и неорганизованными потребителями для защиты своих прав, интересов, жизни. Продолжительное время защитное поведение потребителей в Украине было незначительным и стихийным. Лишь в последние годы с появлением ассоциаций, клубов, комитетов и прочих самостоятельных организаций потребителей защитное поведение приобрело организованный вид. Верховная Рада Украины приняла специальный закон о защите прав потребителей. Общественные организации потребителей влияют на производителей и торговлю, контролируют очереди, распределение товаров, осуществляют экспертизу продукции, отстаивают интересы обиженных в судах. Созданы и действуют Украинская ассоциация обществ потребителей и Государственный комитет по делам защиты прав потребителей.

Теперь рассмотрим группового потребителя не как статистическую группу отдельных потребителей, рассматриваемых по определенному признаку, а как группу людей, из которых состоит коллективный потребитель. Такой потребитель появляется тогда, когда имеется общий способ удовлетворения потребностей, коллективное потребление. Например, школьный класс является коллективным потребителем деятельности учителя, знаний, которые он несет. Коллективному потребителю присуще прежде всего наличие идентичных потребностей у всех членов группы и общего способа их удовлетворения. Разумеется, при общем способе удовлетворения не обойтись без общения, взаимообслуживания, взаимопомощи, распределения ролей, обмена опытом. Среди коллективных потребителей множество временных групп (публика, аудитория, болельщики на стадионе и др.), которых превращают на определенное время в коллективного потребителя идентичные потребности, вкусы, увлечения.

Особым коллективным потребителем является семья, где удовлетворяются как общие для всех ее членов потребности, так и индивидуаль-

ные для каждого из них. Следует подчеркнуть, что семья — главный и долгосрочный потребитель, действующий в сфере внепроизводственного потребления. Ныне семья превратилась в гигантского “поглотителя” ресурсов общества, пропуская через себя потоки товаров повседневного спроса и продовольствия. Немало способов удовлетворения потребностей этот потребитель унифицирует относительно возможностей своего домашнего хозяйства, предоставляя своему потреблению определенный стиль, режим, стандарт, эталоны. Потребительский потенциал семьи состоит из соответствующих потенциалов ее членов, совокупности общих для них (семейных) потребностей, а также покупательного потенциала (бюджет) и потребительских возможностей домашнего хозяйства.

Современная семья как субъект потребления может иметь разные типы домашнего хозяйства (по критерию его производственной функции). Первый тип — *примитивное хозяйство семей*, где почти полностью отсутствует домашнее производство. Второй тип — *хозяйство преимущественно городских семей* с любительскими, незначительными по масштабу производственными мощностями и функциями (консервирование, приготовление варенья, компотов, пошив одежды, вышивание и т. п.). Третий тип — *дачное домашнее хозяйство*, где вырабатывается садово-огородная продукция преимущественно для собственного потребления. Четвертый тип — *хозяйство сельских семей*, в которых домашнее хозяйство дополняется личным подсобным (приусадебным), где вырабатывается продукция для потребностей семьи и на рынок. Пятый тип — *товарное хозяйство*, объединяемое с домашним. Такой тип хозяйства наблюдается в семьях фермеров, единоличников, арендаторов в селе. Очевидно, выделенные типы домашнего хозяйства семей приводят к разным их потребительским потенциалам.

Потребление в семье традиционно относят к ее экономическим функциям. Она отличается смыслом: участие в общественном производстве, ведение домашнего хозяйства, формирование, расходование семейного бюджета и т. д. Но потребление в семье имеет более широкий экономический смысл. В частности, такому потреблению свойственны также социальные характеристики, оно подчинено жизненным целям. Воспитание детей, комфорт, уют, здоровье, счастье, усвоение культурных ценностей, поддержание нормальных отношений с государством, обществом — все это так или иначе входит в содержание целей семьи, в том числе и потребительских. Потребление в семье — это также процесс ее социальной деятельности, с помощью которого семья обеспечивает воспроизводство всех своих социальных характеристик. Поэтому семью

как группового потребителя следует характеризовать комплексно, выделяя экономические, социальные, демографические, национальные, культурные и другие характеристики, которые влияют на различные параметры ее потребления.

Конечно, семья — потребитель неоднородный, и эта неоднородность определяется разными ее характеристиками: составом, средним доходом на члена семьи, количеством содержащих, проживанием в сельской или городской зоне, наличием приусадебного хозяйства, размером собственности, владением акциями, ценными бумагами, доступностью общественного сервиса и др. Принимая во внимание эти характеристики, можно выделить разные категории семей как коллективных потребителей.

Коротко о массовом потребителе. Он представляет собой агрегацию множества индивидов и объединяет многие характеристики индивидуальных и коллективных, организованных и неорганизованных потребителей. Ему свойственны стихийность и аморфность. Что касается потребительского потенциала массового потребителя, то он аккумулирует огромное количество потребностей, которые своей потребительской силой намного превышают возможности существующего производства.

Массовый потребитель отвечает массовому производству и функционирует в системе так называемого общества потребления, где стимулируется развитие даже искусственных потребностей. Именно “общество потребления” на Западе до недавнего времени развивалось путем безудержного возрастания потребностей, возможностей их удовлетворения даже за счет других обществ. Однако такая модель развития все более проявляет собственные границы — экологические, ресурсные, духовные, генетические. Например, она заостряет экологические проблемы, быстро исчерпывает ресурсы, толкает производство к нарушению равновесия между природными системами. Все это свидетельствует о необходимости разумного регулирования массового потребления, деятельности массового потребителя, системы экономических отношений, являющейся основанием “общества потребления”.

Таким образом, потребитель как субъект экономических отношений взаимодействует с другими субъектами экономических отношений — производителем и продавцом, а в домашнем хозяйстве решает, по сути, похожие проблемы: планирование (например, семейного бюджета), точный учет, экономия, рационализация. Домашнее хозяйство потому и называется хозяйством, что его нужно вести по законам экономики.

Что касается субъектов экономических отношений, то каждый из них конкретизирует и типизирует эти отношения, особым способом

реализует их через собственную деятельность. В этой деятельности субъект экономических отношений совпадает с субъектом социальных отношений, эти отношения взаимно переплетаются, оформляют друг друга. Экономическая деятельность, осуществляемая в рамках таких взаимоотношений, приобретает также определенные социальные черты (например, подчиняется социальным целям, аккумулирует неформальные социальные взаимоотношения). Это позволяет применять к ней и социальный подход, социологический взгляд, реализуемый экономической социологией.



Список использованной и рекомендуемой литературы

1. *Конституція* (Основний закон) Української Радянської Соціалістичної Республіки. — К., 1978.
2. Закон України “Про власність” від 07.02.91 № 697-ХІІ // ВВР України. — 1991. — № 20. — Ст. 249.
3. *Бистон Р.* Кибуцы явно стареют: Пер. с англ. // За рубежом. — 1993. — № 6. — С. 28–29.
4. *Богданов В. Л., Кондаков В. П.* Очердь: зло или неизбежность? — М.: Экономика, 1987.
5. *Бунич П. Г.* Хозмеханизм: идеи и реальности. — М.: Политиздат, 1989.
6. *Васильчук Ю. А.* Дialeктика производительных сил // Вопр. философии. — 1971. — № 9. — С. 42.
7. *Гегель Г.* Философия права. — М.: Мысль, 1990.
8. *Декларація* про державний суверенітет України // Голос України. — 1993. — 2 листоп.
9. *Дробчак Г.* Хто обслужить селянина? // Сільські вісті. — 1995. — 19 січ.
10. *Жнякин Б. А.* Азбука семейной экономики. — Донецк: Донбасс, 1988.
11. *Заболотный Н.* Как достичь критической массы, чтобы начался процесс // Бизнес. — 1994. — № 1.
12. *Заславская Т. И., Рывкина Р. В.* О предмете экономической социологии // Изв. СО АН СССР. Сер. Экономика и прикл. социол. — 1984. — № 1. — Вып. 1. — С. 9–20.
13. *Заславская Т. И., Рывкина Р. В.* Что такое экономическая социология // Наука и жизнь. — 1985. — № 9. — С. 18–21.
14. *Заславская Т. И., Рывкина Р. В.* Экономическая социология: исторические предпосылки и объект изучения // Экономическая социология и перестройка. — М., 1989. — С.19.
15. *Каневский Е. М., Краснянский Э. В., Лысов М. М.* Уроки экономии в быту. — М.: Экономика, 1985.

16. *Кармазина Т.* Проблемы формирования культуры потребления. — Минск: Наука и техника, 1986.
17. *Карнаї Я.* Шлях до вільної економіки. — К.: Наук. думка, 1991.
18. *Карпий В.* Хозяйство на паях // Сельские вести. — 1994. — 25 ноября.
19. *Конституція України* (проект) // Голос України. — 1993. — 26 жовт.
20. *Левин Б. М., Петрович М. В.* Экономическая функция семьи. — М.: Финансы и статистика, 1984.
21. *Литвин В.* “Середній клас”: бажане і реальне // Київські вісті. — 1992. — 14 жовт.
22. *Лунд М.* Собственность работников // Экономика и жизнь. — 1991. — № 48. — С. 6.
23. *Маркс К.* Економічні рукописи 1857–1861 років // К. Маркс, Ф. Енгельс. Твори. — Т. 46. — Ч.1.
24. *Маркс К., Енгельс Ф.* Твори. — Т. 12.
25. *Матеріали* Спілки орендаторів і підприємців України // Голос України. — 1993. — 6 квіт.
26. *Меньшиков С.* Советская экономика: катастрофа или катарсис. — М.: Мотер-версо, 1990.
27. *Молдаван Л. В.* Социальная направленность механизма хозяйствования в аграрном секторе. — К.: Урожай, 1991.
28. *Нечипуренко Н.* У разбитого корыта оказалась служба быта // Правда Украины. — 1994. — 14 окт.
29. *Образцова Л. Ю.* Твой дом, твоя семья. — 2-е изд. — Л.: Лениздат, 1986.
30. *Овсянников Л. А., Петтай И. И., Римашевская Н. М.* Типология потребительского поведения. — М.: Наука, 1988.
31. *Попов Г.* Перестройка управления экономикой: много не дано. — М.: Прогресс, 1998.
32. *Поттер К.* Открытое общество и его враги: В 2 т. — М., 1992. — Т. 1.
33. “Правда” против “вала”. Актуальные проблемы радикальной экономической реформы / Сост. В. И. Гончарова. — М.: Правда, 1989.
34. *Роуз Р.* Экономика посттоталитарного общества // Киев. новости. — 1993. — № 4. — С. 10.
35. *Рукавишников В. О.* Очередь // Социол. исслед. — 1989. — № 4. — С. 3–12.
36. *Салуцкий А.* Толстовская коммуна: поправка по существу // Правда. — 1993. — 12 янв.
37. *Салуцкий А.* Толстовцы // Сельская жизнь. — 1992. — 15–18 янв.
38. *Симмон Дж., Лоуг Дж.* 13 мифов: российская приватизация и собственников работников // Рабочая трибуна. — 1992. — 22 мая.
39. *Симон Ю. С.* Соціально-філософські проблеми розвитку суб'єкта виробництва в умовах українського державного творення: автореф. дис. ... канд. філос. наук. — 1994.
40. *Смелзер Н.* Экономическая наука и социология экономики // Американская социология: перспективы, проблемы, методы: Пер. с англ. — М., 1972. — С. 188–189.

41. *Собственность* работников: мифы и реальность // Экономика и жизнь. — 1992. — № 111. — С. 4–5.
42. *Социология* сегодня: проблемы и перспективы. — М.: Наука, 1965. — С. 23.
43. *Тарасенко В. И.* Социология потребления: методологические проблемы. — К.: Наук. думка, 1993. — С. 45.
44. *Теленчі О.* Новий полігон зі старими межами // Голос України. — 1993. — 29 груд.
45. *Чернышов С.* Новые вехи // Знамя. — 1990. — № 1. — С. 158.
46. *Черняк В.* Світовий досвід підказує // Уряд. кур'єр. — 1994. — 26 берез.
47. *Шмелев Г. И.* Личное подсобное хозяйство: возможности и перспективы. — М., 1983.
48. *Щелкин А. Г.* Отношение как субъективная реальность // Вопр. философии и социол.— 1973. — Вып. 5. — С. 38.



Контрольные вопросы

1. Субъекты экономических отношений.
2. Чем различаются экономические и социальные отношения?
3. Группы экономических отношений.
4. Основные формы собственности.
5. Кто такие собственники, сособственники и несобственники? Их отношения в системах производства с различными формами собственности.
6. Способы присвоения.
7. Чем характеризуются народные предприятия?
8. Что такое “средний класс”? Его особенности и функции.
9. Что такое “теневая” экономика и почему она возникает?
10. Что означает потребительский потенциал?



Тематика рефератов

1. Экономические отношения как особая форма общественных отношений.
2. Формы собственности в трансформирующемся обществе.
3. Типология субъектов экономических отношений.
4. Историческая эволюция частной собственности.
5. Коллективная собственность и коллективный производитель.
6. Потребитель как субъект экономических отношений.
7. Производитель, посредник, потребитель: способы взаимодействия и взаимосвязи.

ГЛАВА 4

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЛИЧНОСТИ И МЕХАНИЗМЫ ЕГО РЕГУЛЯЦИИ

4.1 **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА**

Социологическая наука изучает действительное поведение людей, являющихся предметным воплощением знаний, установок, ценностных ориентаций, потребностей и интересов, фиксируемых в реальном сознании; условия, в которых развивается и осуществляется человеческое поведение [23]. Исследование этой проблемы предполагает выяснение содержания связанных с ней понятий “деятельность” и “поведение”. “Деятельность — специфически человеческая форма активного отношения к окружающему миру, содержание которой составляет его целесообразное изменение и преобразование” [24, 151]. Деятельность направляется сознательно реализуемой целью, основание ее лежит в области человеческих идеалов и ценностей. Одной из форм деятельности является экономическая деятельность. Поведение — это субъективная сторона деятельности, а именно совокупность поступков и действий, отражающих внутреннее отношение работников к условиям, содержанию и результатам экономической деятельности. Термин “поведение” чаще всего означает фактическое, реальное действие. Его понимают как внешне наблюдаемую систему действий (поступков) работников, в которой реализуются их внутренние побуждения. Категория “поведение” по объему несколько уже категории “деятельность”, поскольку последняя носит как реально-преобразовательный, так и морально-преобразовательный характер, а потому не всегда доступна внешнему наблюдению [21, 67].

По мнению современных социологов, деятельность является выражением сущности человеческой активности и свойственна только человеку, а “поведение — лишь форма деятельности, ее внешняя сторона” [20, 10]. Следует отметить, что термин “поведение” используется и в ином смысле. Он является родовым понятием относительно деятельности. Например, в праксеологии деятельность характеризуется как “созна-

тельно направленное на достижение какой-либо цели поведение” [9, 96]. Другими словами, деятельность — это осознанное или произвольное поведение, при котором субъект осуществляет выбор. Аналогично определяет деятельность известный социолог Я. Щепаньский применительно к действию. Действие — это такие виды поведения, “которые являются намеренным, осмысленным комплексом поступков” [29, 85].

Вместе с тем термины “поведение” и “деятельность” употребляются в аналогичных смыслах, когда последний рассматривается как система поведения [18, 184–185]. Некоторые социологи считают, что “деятельность” и “поведение” — составляющие более широкой категории “социально-экономическая активность групп”. При этом эти понятия разветвляются на множество частных видов [6, 73]. Мы же придерживаемся наиболее распространенного подхода: поведение является формой деятельности, ее внешней стороной.

В условиях перехода к социальному рыночному хозяйству актуализируются социологические исследования социально-экономического поведения социально-профессиональных групп работников, занятых в различных сферах хозяйствования.

В научной литературе социально-экономическое поведение часто отождествляется только с производственным (производственной деятельностью). При этом упускаются из вида личностные особенности работников (социально- и индивидуально-психологические, психофизиологические), являющиеся существенным фактором их трудового потенциала. Следовательно, необходимо учитывать не только экономические, но и социально-поведенческие аспекты трудовой деятельности работника.

По мнению Т. Заславской, социально-экономическое поведение “представляет собой систему взаимосвязанных поступков и действий, которые люди совершают в социальной и экономической сферах под влиянием личных и групповых интересов ради удовлетворения своих потребностей. Отражая субъективную сторону экономической деятельности, индивидуальное и коллективное поведение людей существенно влияет на ее результаты и эффективность” [3].

Существует много разновидностей социально-экономического поведения. Например, демографическое поведение связано с сохранением и воспроизводством жизни. Миграционно-мобильное поведение проявляется в диктуемых личными интересами перемещениях работников между сферами занятости, отраслями, предприятиями, профессиями, регионами, населенными пунктами. Поведение людей в сфере образования выражается в выборе профессии, форм специального

обучения, тех или иных способов повышения квалификации, в качестве учебы, эффективности усвоения знаний. Это фактор формирования профессионально-квалификационной структуры и социального качества кадров. Профессионально-трудовое поведение работников непосредственно на рабочих местах характеризуется отношением к труду, дисциплиной, качеством работы, ответственностью, исполнительностью, творческой инициативой. Субъективный аспект деятельности населения в частном секторе экономики отражает лично-хозяйственное поведение. Важное значение для развития экономики имеет также потребительское поведение работников как в производственной, так и в семейной сфере.

Исследование поведения работников в семейной сфере в настоящее время приобретает важное значение в контексте развития фермерских хозяйств. При этом необходимо учитывать, что “прообразом” семейного фермерского хозяйства в определенной степени является личное подсобное хозяйство — одна из сфер экономической жизни общества, где поведенческий фактор (субъективный аспект деятельности работников) играет наиболее важную роль. Это связано с тем, что труд в личном подсобном хозяйстве не являлся гражданской обязанностью населения (как труд в общественном производстве) и потому административными органами власти не регламентировался, а регулировался косвенно посредством экономических стимулов.

Социально-экономическое поведение в сфере личного подсобного хозяйства можно определить “как совокупность действий и поступков, направленных на инициативное (добровольное, самостоятельное) производство продуктов питания и получение доходов за счет своего хозяйства, а также на создание необходимых условий его ведения, детерминируемого социально-экономическим положением семей и их интересами” [10].

Субъектом поведения в сфере личного подсобного хозяйства является семья. Различают три типа поведения в сфере личного подсобного хозяйства. Первый тип — активное поведение, для которого характерно наличие крупных подсобных хозяйств с высоким уровнем товарности и доходности. Второй тип — нейтральное поведение, характеризующееся умеренным отношением к личному хозяйству и ведению хозяйства в размерах, удовлетворяющих лишь потребности семьи. Третьему типу поведения свойственно негативное отношение к личному подсобному хозяйству. В этом случае ведение личного хозяйства носит лишь вынужденный характер, его размеры минимальны.

Таким образом, наиболее приспособлены для ведения фермерского хозяйства работники первого типа, в определенной степени — вто-

рого. При этом представляется важным также изучение социальных условий, детерминирующих социально-экономическое поведение в сфере личного подсобного хозяйства, а именно: принадлежность работников к тем или иным профессионально-должностным, производственным или территориальным группам, социально-демографический состав семей, уровень доходов и т. д. Другими словами, необходимо проанализировать социальный облик представителей различных типов социально-экономического поведения в сфере личного подсобного хозяйства.

В реальной жизни нет жестких границ между видами социально-экономического поведения, а существуют определенные их сочетания, комплексы [26, 20]. К относительно мало распространенным видам комплексного поведения относится “хозяйский”, характеризуемый не только практическим участием в управлении в процессе непосредственной трудовой деятельности, но и приобщением работников к распоряжению фондом рабочего времени и средствами производства, распределением материальных благ в производственных коллективах. Другой комплекс видов поведения реализуют работники, ориентированные преимущественно на достижение некоторой социальной нормы заработной платы (для них характерно стремление к дополнительной занятости, социально неоправданной мобильности). Специфическим комплексом поведения выделяется молодежь, ориентированная на социальную мобильность, продвижение. Вполне допустимо, что определенная категория работников осуществляет поведение, руководствуясь гигиеническими мотивами, стремлением сберечь здоровье.

В условиях перехода к социальному рыночному хозяйству актуализируется исследование предпринимательского, миграционного и инновационного поведения работников. Изучение миграционного поведения предполагает необходимость знания и понимания миграционных процессов, происходивших в “дорыночное” время. Речь идет о том, что подавляющее большинство переселений происходило внутри республик СССР, особенно обширных и многолюдных. В межреспубликанских же миграциях в последнее время произошла “перемена знака”, т. е. республики (ныне государства СНГ) чистого притока населения стали республиками его оттока, и наоборот. Если ранее основной республикой-“донором” была Россия, а Средняя Азия оттягивала население из всех республик, то в 80-е годы Россия имела наибольший миграционный приток, а Средняя Азия стала главным районом, отдающим население. Что же касается внешней миграции, то до недавнего времени она по известным причинам не имела значительных размеров.

В условиях перехода к рыночной экономике существенно изменился и характер мобильности трудоспособного населения. Она определяется комплексом взаимосвязанных факторов — внутренних (действующих внутри предприятия) и внешних (действующих вне предприятия). К первым относится степень тяжести труда, ко вторым — наличие и привлекательность рабочих мест за пределами предприятия. Следует отметить, что к середине 90-х годов XX в. у многих категорий работников сформировалось инструментальное отношение к труду. Это привело к тому, что, удовлетворив одну из основных потребностей (например, в жилье), работник начинал реализовывать следующую — максимализировать уровень своей заработной платы [22, 75–76]. Поскольку до недавнего времени в рамках отдельного предприятия ее повышение было тесно связано с должностным продвижением, единственно возможной альтернативой для многих было увольнение и переход в другие организации. На смену ушедшим работникам приходили новые, ориентированные преимущественно на быстрое удовлетворение потребности в жилье. В коллективах предприятий начали формироваться две группы работников: стабильное ядро (работники получившие жилье и имеющие оплату труда, превышающую средний уровень) и подвижная периферия.

В последние годы ситуация радикально изменилась. Во-первых, повышение цен на потребительские товары подхлестнул запросы работников относительно уровня заработной платы. Во-вторых, появилась возможность работать вне рамок государственного сектора. Более того, высокий уровень заработной платы в кооперативах, совместных и арендных предприятиях стал сам по себе фактором стимулирования текучести. В-третьих, среди работников усилились настроения “сейчас или никогда” — ценность отсроченных благ свелась к нулю — работники стали требовать от руководства немедленных изменений, влекущих повышение заработной платы и обеспеченность жильем.

В результате трудовые коллективы начали делиться на безусловно стабильные, условно стабильные и потенциально мобильные. При этом мобильные работники в целом гораздо пессимистичнее оценивают ситуацию в организации. Этот пессимизм распространяется и на оценку поведения других работников. Мобильные работники существенно выше оценивают долю потенциально мобильных в коллективе. Вдвое выше, чем стабильные, они оценивают долю собирающихся увольняться из организации руководителей, в полтора раза — специалистов и рядовых работников. Другими словами, вербальное поведение мобильных работников, как показывают социологические исследования, гораздо “критичнее”.

Инновационное поведение работников “представляет собой систему действий и поступков, совершаемых ими в процессе осуществления нововведений и выражающих их реакцию на условия инновационной деятельности, а также на ее различные составляющие” [14, 47]. Относительно влияния инновационного поведения на протекание инновационных процессов, можно выделить следующие формы его проявления. Во-первых, выбор по определенным критериям (зависящим от отношения к инновационной деятельности) тех или иных новшеств для их внедрения в производство или отказ от внедрения; во-вторых, выбор варианта реализации нововведения и его осуществления; в-третьих, демонстрация того или иного уровня инициативы при осуществлении нововведения; в-четвертых, совершение тех или иных действий из их цепочки, образующей “технологии внедрения”; в-пятых, активность либо пассивность в преодолении трудностей, возникающих в процессе внедрения.

На основе различных социологических исследований конца XX в. выделялись пять основных стратегий инновационного поведения, имеющих определенные особенности для различных социальных групп [11, 51–57].

Рассмотрим каждую из них.

1. Самостоятельная разработка новшеств и их активное внедрение. Эта стратегия представляет собой высшую форму инновационного поведения, ее реализуют менее 1 % работников, участвующих во внедрении. Их доля среди руководителей и главных специалистов составляет 6,3 %.

2. Самостоятельная активность при осуществлении нововведений. Такой линии инновационного поведения придерживаются около 20 % работников, из них руководителей и главных специалистов около половины, руководителей и специалистов среднего звена — четверть, рядовых работников — 10 %.

3. Участие в осуществлении нововведений без проявления самостоятельной активности заключается в реализации исполнительских функций при умеренной активности, которая может исчезнуть с появлением трудностей. Эту стратегию поведения реализует самая многочисленная группа работников из имеющих отношение к внедрению — 55 %, т. е. немногим более половины осуществляющих нововведения руководителей и главных специалистов, примерно 65 % — руководителей и специалистов среднего звена и более 80 % — рядовых работников.

4. Пассивное осуществление нововведений. Это такой тип поведения, когда работники избегают действовать и принимать решения самостоятельно, отказываются от ответственности, сопряженной с но-

вовведениями, хотя и не препятствуют внедрению. Доля пассивных работников составляет 21 %. Среди них преобладают рядовые работники и руководители среднего звена.

5. Активное сопротивление нововведению. Такая стратегия поведения может проявляться в различных формах: критике полезного для предприятия нововведения как ненужного, неэффективного и даже вредного; обвинении новаторов в авантюризме и корыстных соображениях; восхвалении привычного порядка как имеющего преимущество по сравнению с новшеством; принятии решений, затрудняющих внедрение или запрещающих его. Сопротивление внедрению новшества оказывают 4 % участвующих в нем работников. Среди них представители всех профессионально-должностных групп, но преобладают рядовые работники и руководители среднего звена.

Вместе с тем разнообразие наблюдающегося инновационного поведения иллюстрирует и более грубая типология, предполагающая выделение только трех групп, а именно: активных новаторов, работников со средней активностью и консерваторов.

Происходящие в хозяйственном механизме перемены, связанные с переходом к рыночным методам управления, заставляют по-новому подойти и к проблеме типологии экономического поведения. Как считает Т. Заславская, речь должна идти о двух типах работников. Первый из них представлен более образованной квалифицированной частью кадров, стремящейся к самореализации в труде и должностному продвижению. Большинство работников этого типа тяготеют к большей самостоятельности в принятии решений, проявлению инициативы. Именно они являются главной социальной силой совершенствования экономических отношений [5]. Второй тип работников составляют менее квалифицированные и инертные рабочие кадры. Они опасаются, что появление квалификационных требований, необходимость переучиваться, менять стиль работы ухудшат их положение. Поэтому такие работники не торопятся менять положение вещей.

Экономическое поведение работников влияет практически на все аспекты экономики, представляя собой один из важнейших источников стихийности ее развития (саморегуляции). При этом роль нерегулируемого поведенческого фактора в экономике неоднозначна. Одни типы поведения работников влекут за собой возникновение диспропорций, снижение общего темпа развития; другие свидетельствуют о проявлении творческой инициативы и трудовой активности работников, самостоятельного поиска резервов повышения эффективности производства. Поэтому регуляция экономического поведения является сложной

проблемой, в которой можно выделить две подпроблемы: определение рациональной с точки зрения общественных интересов области свободы поведения работников в каждой сфере социально-экономической деятельности; обоснование возможностей косвенного стимулирования таких способов поведения, которые отвечали бы общественным интересам [5, 11].

Первая подпроблема связана с тем, что граница между деятельностью как таковой и ее субъективным аспектом (поведением) очень подвижна и зависит от того, насколько тесно регламентируется деятельность. Ведь чем жестче регламентируется деятельность, тем уже область свободы личного поведения работников. Вместе с тем жесткий контроль производственной деятельности работников не всегда повышает ее результаты, что связано с целым рядом причин. Во-первых, административное регулирование экономической деятельности не всегда учитывает конкретные условия ее протекания. Во-вторых, всякое ужесточение административного управления социально-экономической деятельностью усиливает потребность в контроле и ведет к ухудшению ее результатов. Поэтому на практике многие нормы и правила не контролируются и соблюдаются приблизительно. Вследствие этого реальная область свободы индивидуального поведения не только не сокращается, а даже расширяется. В-третьих, пресекая негативные способы поведения, жесткая регламентация деятельности неизбежно ведет к ограничению ее творческих элементов и инициативы. Поэтому общество заинтересовано в регламентации лишь ключевых сторон социально-экономической деятельности работников при сохранении достаточно обширной области свободы личного поведения.

Исходя из упомянутого можно констатировать, что задача социологической науки состоит в развертывании исследований, направленных на поиск эффективных методов управления субъективным отношением (поведением) работников к социально-экономической деятельности, а также стимулов, отражающих реальные потребности людей. При этом очевидно, что задача управления поведением подразумевает не только правильную ориентацию интересов каждой социальной группы, но и согласование общественных, групповых и личных интересов “по вертикали”, равно как и интеграцию групп, взаимодействующих в “горизонтальной” плоскости.

Происходящие радикальные изменения в системе хозяйствования (связанные преимущественно с переходом экономики на рыночные рельсы) предъявляют новые, повышенные требования к поведению работников, демонстрируют неэффективность административных методов

управления поведением. Сложившись в дорыночный период, административные методы недостаточно действенно регулируют поведение социально развитых и экономически свободных работников, не обеспечивают ни эффективного использования их трудового потенциала, ни необходимого уровня дисциплины, ни требуемого качества работы.

Виды комплексного поведения осуществляются определенными социальными группами. Выявить особенности и закономерности взаимодействия последних помогает эмпирическое исследование. Чтобы регулировать поведение групп в соответствии с социально одобряемыми нормами, необходимо знать интересы этих групп, а также предпочитаемые ими способы достижения этих интересов. Интересы латентны и обнаруживаются лишь частично в ценностных суждениях, мотивации и, наконец, в поведении. Первые два элемента обозначенной триады выявляются лишь с помощью социологического опроса.

Социологическое исследование социально-экономического поведения работников предполагает учет специфических социальных потребностей различных социально-демографических групп работников; корректировку системы материального стимулирования с учетом особенностей групповой реакции на различные стимулы; приведение системы стимулирования в состояние, адекватное состоянию мотивационной сферы; изучение особенностей индивидуального и коллективного материального стимулирования с учетом новых социально-экономических реалий [26, 20].

Эффективные социологические исследования социально-экономического поведения работников непосредственно связаны с внедрением в научное и общественное сознание нового представления “о человеческом факторе развития экономики”. Можно согласиться с Т. Заславской и Р. Рывкиной, выделяющими три этапа в развитии представлений о роли человека в экономике [6, 34–36]. Для первого этапа характерно представление о людях как специфическом виде ресурсов, потребляемых общественным производством, выражающееся понятиями “трудо-вые ресурсы” и “рабочая сила”. Они отражают подход к человеку как пассивному объекту внешнего управления. Трудовые ресурсы не могут ставить собственных целей, иметь потребности, выражать определенные интересы, проявлять инициативу. Второй этап связан с представлением о человеке как субъекте общественного развития, что наиболее четко отражено в понятии “человеческий фактор”, подчеркивающим активную роль человека. Представляя значительный шаг вперед по сравнению с понятием “трудо-вые ресурсы”, понятие “человеческий фактор” в то же время ограничено: в его рамках человек рассматри-

вается не как главная общественная ценность, а как фактор внешних относительно него процессов развития. Представляется, что в качестве основного нужно использовать понятие “личность”. В этом случае человек предстает уже не как ресурс производства или фактор развития экономики, а как многогранный, многоролевой субъект.

Современные исследования проблематики экономического поведения должны базироваться на понимании того, что по мере перехода к цивилизованному (рыночному) хозяйствованию роль личности в производственном процессе будет возрастать. Время “автоматического прогресса” безвозвратно уходит в прошлое, человеческая история является сугубо человеческим предприятием. В наиболее яркой форме обращенность к человеку и гуманистическое звучание демонстрирует концепция общества “третьей волны” известного американского социолога О. Тоффлера. По его мнению, супериндустриальный труд “третьей волны” базируется на развитой технологии, умении и квалификации, в основе которых лежат систематическое обучение, умение манипулировать символами, что требуется в исследовательской деятельности, конституировании и программировании. Такой труд предполагает трехуровневое образование [31, 146]: профессиональное обучение; формальное обучение (колледж, школа); культурное образование, которое должно стать базовым и научить человека адекватно функционировать в социальном и культурном окружении.

В супериндустриальном обществе главными являются информация и творчество. И это изменяет все, в том числе и характер труда, требующий совершенно иного типа работников. Работник “третьей волны” более независим, изобретателен и не является придатком машины. Типичным является работник, имеющий специальность или профессиональные знания. Подобно ремесленнику доиндустриальной эпохи, обладавшему набором ручных инструментов, новые интеллектуальные рабочие обладают мастерством и информацией.

Проблема базовой демократии у О. Тоффлера — это не только проблема рабочего участия в принятии решений и демократизации управленческой структуры, связанной с адхократическим принципом, но и проблема общественного планирования, требующая переосмысления принципов корпоративного планирования, которое ранее было прерогативой администрации. Согласно О. Тоффлеру, “новая технология, ведет нас не по пути к роботизированному, стандартизированному, монотонному обществу, предсказанному Оруэллом, а к самым дифференцированным структурам, когда-либо наблюдавшимся в истории, каждая из которых продуцирует свою собственную подсистему

ценностей. Корпорации становятся частью этих небольших кратковременных субкультур, каждая из которых занята выражением, пропагандой и одержима желанием сделать свою систему ценностей социальной влиятельной. Перекрещиваясь, вступая в конфликт, а иногда и поддерживая друг друга, эти субкультуры создают предпосылки выбора для корпораций, оказывают большое давление на интеграцию личностной и корпорационной идентичности их ролей” [31, 101]. Таким образом, будущее общества связано не с расширением тоталитаризма и отчуждения, а с децентрализацией, регионализацией, укрупнением экономических и социальных структур, изменением характера труда в направлении его интеллектуализации и гуманизации, демократизации экономической и социальной жизни.

Для успешного исследования проблематики экономического поведения с осознанием черт будущего общества, которые все более подчеркиваются в социологической и прогностической литературе, необходимо также понимание прошлого, вычленение причин несовершенства отечественной экономической жизни. И в первую очередь речь должна идти о трудовой этике, т. е. об отношении людей к труду, запечатленном в комплексе моральных ценностей и норм, воплощенном в категориях и образцах культуры и выраженном в человеческом поведении, прежде всего в сфере трудовой деятельности. Исходным для традиционной отечественной трудовой этики стало отчуждение работника от результатов труда, что привело к утере им хозяйской мотивации и осознания самооценности труда. В обобщественном же хозяйстве стали доминировать внеэкономические мотивы трудовой активности, такие как энтузиазм и послушание, страх и прямое принуждение, а побудительный стимул труда переместился в сферу власти, бюрократии и теневого распределения, где обеспечивался доступ к благам.

Традиционные линии экономического поведения (зависимость от властей, начальства и т. д.) наблюдаются и в наше время. Подобные люмпенские черты социальной психологии стали все более выражаться в трудовой этике. При этом главная культурологическая проблема состоит в том, как такая этика соотносится с категорическим императивом перехода к рыночной экономике [12]. Что бы ни говорили о смешанном, плюралистическом ее характере, она основана на частной собственности и частной инициативе, конкуренции, свободном предпринимательстве и свободном труде. Нынешняя же отечественная трудовая этика, каковой она существует в массовом сознании и проявляется в экономическом поведении, плохо соотнобразуется с этими основами почти по всем обозначенным линиям.

Учитывая, что многие виды экономического поведения (поведение рабочих и ИТР, управленческое поведение руководителей всех уровней, инновационное поведение рабочих и ИТР, поведение в сфере распределительных отношений, мобильное поведение и т. д.) тесно связаны с экономической реформой, целесообразно хотя бы вкратце рассмотреть существующие подходы к ее определению и трактовке. В научной литературе последних лет существования СССР наметились несколько подходов к трактовке экономической реформы.

1. Экономическая реформа — это изменение типа экономических отношений, переход от полностью огосударственной экономики к многоукладному хозяйству, включающему наряду с государственным также частный, кооперативный, акционерный и другие секторы. Здесь предполагаются “рыночность” и комплексность — одновременное проведение реформы во всех областях общественной жизни.

2. Экономическая реформа — это совершенствование государственной системы управления экономикой, хозяйственного (экономического) механизма. Делать это предлагалось посредством перевода предприятий на полный хозрасчет, сокращения звеньев в аппарате управления. Здесь “рыночность” отсутствует, акцент делается на преодолении избыточной централизации, демократизации управления, общественном контроле за бюрократией, а также на повышении роли науки.

3. Сочетание “рыночности” и государственности, но радикально очищенной от административной природы государственной системы.

4. Подход к экономической реформе и ее внедрению, все более широкому распространению новых форм хозяйствования, таких как бригадный подряд, кооперативы и т. д. Новые формы хозяйствования рассматриваются в качестве дополнительных движущих сил действующего механизма, который попирает интересы трудовых коллективов, препятствовал их стремлению к нововведениям, сдерживал структурные сдвиги, что рано или поздно неизбежно приводило к отставанию по качеству выпускаемой продукции и эффективности всего производственного процесса. Поэтому главная сфера, где сейчас можно и нужно расширить и привести в действие дополнительные движущие силы для социально-экономического развития страны, — это трудовые коллективы предприятий и объединений [1, 6].

5. Взгляд на экономическую реформу как нормализацию экономической ситуации. Речь идет о стабилизации финансового положения, достижении требуемой динамики основных экономических показателей, упорядочении цен, нормализации потребительского рынка.

Как видим, последние четыре позиции возможны и без изменения типа экономических отношений. Ни один из описанных подходов к проведению экономической реформы не адекватен реалиям отечественной экономики. Нет завершенности в этом вопросе и в настоящее время. Но в принципе верным будет утверждение о том, что суть экономических преобразований состоит в дальнейшем развитии частной собственности. Поэтому на первый план выходит экономическое поведение работников, занятых в новых формах хозяйствования, основанных на приоритете частной собственности. И задача социологического исследования состоит в том, чтобы проследить, как “работают” классические регуляторы экономического поведения в новых условиях хозяйствования, какие они претерпевают изменения, что привносится специфического, особенного в социальный механизм регуляции субъективного отношения работников к трудовой деятельности.

4.2 Социальный механизм регуляции экономического поведения

Анализ социального механизма регуляции экономического поведения работников предполагает рассмотрение взаимоотношения понятий “экономическое” и “социальное”, “экономическая” и “социальная” сферы. Наиболее распространенной является трактовка социальной сферы как комплекса сфер общественной жизни, которые реализуют функцию расширенного воспроизводства человека как производительной силы и как личности (обычно к таким сферам относятся производство, семья, образование, воспитание, здравоохранение, культура). При этом социальные отношения рассматриваются в широком смысле как синоним общественных отношений. Но при таком понимании социальной сферы она, по существу, отождествляется с обществом в целом (на что неоднократно указывалось в социологической и философской литературе), в силу чего анализ взаимоотношений социальной сферы с экономикой становится невозможным.

По мнению Т. Заславской и Р. Рывкиной, анализ взаимоотношения экономического и социального при сохранении традиционного представления о наличии рядоположенных, относительно самостоятельных экономической и социальной сфер общественной жизни вообще невозможен. Выделение таких сфер отражает стремление изучить их общественные функции, провести структурно-функциональный

анализ общества. Но при этом игнорируются два обстоятельства. Во-первых, то, что внутри экономической сферы протекает много процессов, имеющих социальный характер (например, текучесть рабочей силы, производственная адаптация работников, распределение доходов и др.). Во-вторых, игнорируется то, что многие экономические процессы попадают внутрь социальной сферы (изменение системы оплаты труда, личного потребления, условий труда и пр.). “Базируясь на представлении о сильно пересекающихся сферах, анализировать взаимосвязь социального и экономического невозможно” [7, 16].

Экономическая сфера общества представляет собой его целостную подсистему, ответственную за производство, распределение, обмен и потребление материальных благ и услуг, обеспечивающих жизнедеятельность людей. Образуется экономическая сфера множеством частных относительно нее систем большой сложности. Речь идет о государственном, кооперативном, индивидуальном секторах производства, деятельности совместных, акционерных, фермерских, арендных предприятий, о различных территориально-производственных комплексах. Социальная же сфера не образует целостной подсистемы и потому не может рассматриваться “на равных” с экономической, политической и другими сферами. Ее отношение с этими сферами иное.

Социальные отношения (в узком смысле это отношения, определяемые положением людей и групп в социальной структуре общества) “присутствуют” во всех других видах отношений (экономических, политических, духовных и т. д.), но не исчерпывают и не лишают их определенных особенностей. В настоящее время понимание социальной сферы как отношений равенства-неравенства становится популярным в связи с актуализацией проблематики социальной справедливости. Примером “присутствия” социальных отношений в сфере экономической является формирование социальных целей политики в сфере труда. Современный социолог Н. Чернина выделяет две самостоятельные цели [25, 46]. Первая — развитие демократических преобразований в сфере труда с целью воспитать у работников навыки демократии в трудовой деятельности, так как для подавляющей части рабочего класса последняя является основным видом социальной активности. Социальная же политика должна всеми средствами формировать у рабочего чувство сохозяина производства и субъекта управления трудовой жизнью, или способствовать, говоря словами К. Маркса, “развитию индивидов в целостных индивидов”.

Другой целью социальной политики в экономической сфере является создание условий приложения труда для всех желающих работать.

Речь идет о создании двух систем рабочих мест в предвидении ускорения научно-технического прогресса и перехода к рыночным условиям хозяйствования: к первой применимы экономические критерии эффективности (производительность труда, полное использование оборудования), а другая оценивается в основном по критерию социальной эффективности труда.

В условиях функционирования рыночной экономики, когда происходит высвобождение работников и даже целых “слабых” групп, большое значение приобретает наличие возможности приложения ими труда определенного качества. Кстати, такой вариант защиты от рынка представляется более приемлемым и эффективным, нежели создание системы благотворительности, основанной на унижающих человеческое достоинство денежных “подачках”. Необходимо создать государственную финансовую и организационную поддержку “слабым” работникам и коллективам (группам) в смысле предоставления им возможности пополнить семейный бюджет за счет дополнительной подработки.

Таким образом, группы работников, занимающих разное социально-экономическое положение в обществе, различаются выполняемой ими ролью в общественной организации труда, отношением к средствам производства, источниками и размером получаемого дохода. Отношения между этими группами, а также между группами и отдельными работниками и составляют социальную сферу. Социальные отношения, с одной стороны, в большей мере зависят от отношений экономических, а с другой — сами влияют на функционирование и развитие экономической сферы, изменения в характере функционирования экономики под непосредственным влиянием активных, целенаправленных межгрупповых взаимодействий.

Деятельность и поведение социально-экономических групп регулируются их положением в системе производственных отношений, потребностями, интересами, а также внешними факторами, главным из которых является управление экономикой. С позиций социологии развитие экономики представляет собой результат взаимодействия общественных групп, имеющих специфические интересы, обусловленные их положением и характером деятельности. Изучать закономерности развития экономики с таких позиций означает исследовать социальный механизм этого процесса. Речь идет об анализе устойчивого взаимодействия общественно-экономических групп, которое, с одной стороны, регулируется исторически сложившимися социальными институтами (семья, образование, воспитание), а с другой — является объектом текущего управления государства.

Исследование проблем социальной регуляции экономического поведения работников и социально-профессиональных групп предполагает использование категории “социальный механизм”, ибо экономическое поведение представляет собой сложный процесс, на который влияет взаимодействие экономической сферы и человеческого фактора. А когда “предметом изучения являются системы с глубокой внутренней интеграцией (типа организма)..., акцент должен делаться на проблему целостности... Проблематика сосредоточивается тогда вокруг двух моментов: поиска специфических механизмов и... определения наиболее существенных форм взаимодействия целостного объекта со средой” [2, 41]. Использование категории “социальный механизм” не только ориентирует на изучение социальных регуляторов экономического поведения, но и предполагает совершенствование управления деятельностью групп и индивидов.

Социальные механизмы являются сложными социальными системами. С одной стороны, в их состав входят все основные элементы общества, его главные регуляторы. С другой стороны входящие в состав механизмов регуляторы внутри каждого из них “переструктурируются”, приобретая то или иное специфическое содержание. Разные механизмы работают на достижение специфической цели: регулировать определенный социальный процесс. В состав социальных механизмов входят двоякого рода субъекты: причастные к управлению социальным процессом; его участники. Включенность субъектов, управляющих действиями других людей, в регулируемые ими процессы сказывается на деятельности социальных механизмов, влияет на их развитие и совершенствование. В социальных механизмах сосуществуют явления двоякого рода: развивающиеся естественно-исторически и создаваемые для достижения определенных целей. Первые возникают в процессе эволюции общественной жизни, меняются медленно и не поддаются прямому управлению. Вторые возникают в процессе поисковых решений, прямых преобразований. Например, в состав социального развития экономики входят, с одной стороны, хозяйственный механизм, формируемый с определенной целью и носящий преимущественно плано-управленческий характер, а с другой — интересы и поведение работников, складывающиеся исторически и не поддающиеся прямому управлению.

Для социальных механизмов характерно двоякого рода управление: внутреннее (самоуправление) и внешнее. Это является следствием того, что в состав механизмов входят, с одной стороны, социальные институты, а с другой — группы людей, обладающих сознанием, социальной

рефлексией. Самоуправление также связано с наличием в составе механизмов элементов, олицетворяющих социальную память, — культуры, нравственности, идеологии, религии. Сердцевину социального механизма образуют четыре группы элементов: тот или иной набор социальных институтов общества; те или иные условия жизнедеятельности группы; те или иные стороны их сознания — целей, интересов, потребностей; те или иные формы активности (деятельности, поведения) групп. В рамках различных социальных механизмов, действующих в разных сферах социальной жизни, эти элементы конкретизируются, но их набор в разных механизмах остается стабильным. Внутри каждого отдельного механизма эти группы явлений взаимосвязаны и образуют систему, способную к функционированию — порождению социальных процессов и управлению ими.

Что касается определения социального механизма, то в настоящее время в научной литературе этот вопрос еще не решен. Чаще всего встречаются определения частных механизмов, ответственных за соответствующие социальные процессы. Так, рассматривая механизм ответственности и управления, исследователь И. Бачило включает в него следующие элементы [14, 47–48]: законодательные органы; субъекты управления; субъекты, оценивающие деятельность и поведение последних; субъекты с юридическими полномочиями; субъекты, которым предписано оценивать эффективность деятельности всех участников процесса и обеспечивать обратную связь с законодателями для соблюдения норм права, регулирующих поведение участников механизма ответственности и их отношения.

Социальный механизм развития экономики трактуется как система, увязывающая частные относительно нее механизмы двоякого рода: плановое управление экономикой — влияние хозяйственного механизма и государственного управления на экономическую деятельность работников; влияние на развитие экономики не поддающихся прямому плановому управлению факторов — интересов и экономического поведения людей [4]. Изучая механизм миграций, исследователь В. Переведенцев трактует его как совокупность экономических, демографических, этических, поселенческих и социально-психологических факторов, влияющих на интенсивность и направления перемещений населения [15, 119–131]. Существуют также “частные” социальные механизмы: социальный механизм совершенствования производственных отношений; механизм социального управления; механизм самоуправления демографической системы; социально-экономический механизм стимулирования

ния; механизм формирования миграционных ориентаций; механизм комплектования управленческих кадров и др.

Главными элементами “ядра” социального механизма являются деятельность и поведение социальных групп работников. Именно благодаря им функционируют и развиваются социальные институты, формируются условия жизнедеятельности. Поэтому важнейшее значение приобретает проблема исследования социального механизма экономического поведения работников и социально-профессиональных групп.

Социальный механизм регуляции экономического поведения — это система взаимодействия социально-профессиональных групп работников, на которые влияют потребности и интересы этих групп, а также условия их функционирования и результаты трудового процесса. Деятельность и поведение социальных групп являются главным двигателем как социального механизма развития экономики вообще, так (и тем более) и частного механизма регуляции экономического поведения. Социальный механизм регуляции экономического поведения включает несколько социальных групп, функционирующих на разных его уровнях. Условно можно выделить два вида групп: причастные к управлению экономическим поведением; рядовые участники социального процесса регуляции экономического поведения — работники различных социально-профессиональных групп. Таким образом, функционирование социального механизма регуляции экономического поведения есть система связей между входящими в его состав элементами, состоящая в следующем: социальные институты формируют условия жизнедеятельности социальных групп, определяют их характер и особенности социального положения; условия и положение групп детерминируют характер их целей и интересов; цели и интересы групп непосредственно влияют на их поведение; поведение групп формирует и характер соответствующих социальных процессов.

Социальный механизм опирается на систему социальных регуляторов (частных механизмов), действие которых зависит от нескольких факторов: системы планирования, финансирования, материально-технического снабжения, стимулирования и др. Центральное место в ней занимает экономическое поведение групп, предопределяемое их положением и интересами. Опосредствуя связь между экономической и социальной сферами общества, социальный механизм экономики “ответствен” за систематическое подтягивание производственных отношений к уровню производительных сил. Социальный механизм экономики сложен по строению. Он складывается при множестве хотя и взаимосвязанных, но самостоятельных элементарных механизмов социально-

экономического воспроизводства. Первичными же элементами частных механизмов воспроизводства и общего социального механизма экономики служат связи между такими парами социально-экономических явлений, как, например, положение и интересы социальных групп, их интересы и поведение, поведение и эффективность деятельности и т. д.

В составе социального механизма экономики выделяются также такие частные механизмы, как социально-демографический, распределительный, социально-инфраструктурный, предпринимательский, лично-хозяйственный, социально-управленческий. Каждый из них обеспечивает воспроизводство определенной “проекции” социальной и демографической структур населения, соответствующих сторон положения последнего, интересов и форм экономического поведения групп. Результаты действия социального механизма развития экономики носят как экономический, так и социальный характер. Собственно к социальным результатам механизма относятся сдвиги в социальной структуре общества, изменения системы социально-экономических отношений и доминирующего социального типа работника — субъекта экономической деятельности.

Одним из социальных механизмов развития экономики является социальный механизм управления производством, субъекты которого — это социальные группы, размещенные в иерархии управления. Для обозначения управленческих групп, образующих социальный механизм управления производством, в социологии используется категория “стратификация”. С одной стороны, в ней объективно заданы место каждой группы в объективно существующей иерархии управления обществом, ранг каждой группы, ее должностное положение, определяющее, что ей “нужно”, “можно” и “нельзя” делать. С другой стороны, внутри стратификации существует область свободы, позволяющая управленческим группам действовать в соответствии с определенными ценностными ориентациями, целями, потребностями, установками, интересами.

Итак, социальный механизм управления производством — это структура, построенная из управленческих групп, способных к саморегуляции, активности, не находящихся в объективно заданных условиях, ограничивающих их “субъективный потенциал”. Такая двойственная природа этого механизма — коренная черта, свойственная системе управления и порожденная устройством общества, а именно: наличием в нем двух “проекций” — формальной структуры производства (организационно-управленческой) и социальной структуры (совокупности социальных групп, различающихся социально-экономическим положе-

нием и пронизывающих все формальные структуры общества). В результате во всех социальных сферах общества (политике, праве, науке, образовании, культуре и т. д.) образуются социальные механизмы, выполняющие роль двигателей, рычагов развития соответствующих сфер.

Управленческая стратификация — это совокупность управленческих групп, занимающих соответствующие места в объективно заданной иерархии управления и различающихся управленческим статусом. Место той или иной управленческой группы в стратификации задано тем этажом иерархии управления, на котором эта группа расположена. Но важно помнить: материал, из которого построено здание и его этажи, — это разные социальные реалии [17, 160].

Социальный механизм управления производством представляет собой стратификацию управленческих групп. Речь идет о том, что каждая отдельная группа находится в системе, которая состоит из нескольких групп работников, занимающих разные места в иерархии управления. Стратификация управленческих групп основана на установленном в определенной политической системе распределении власти в сфере экономики; принятой политической линии в сфере экономики; технологии решения конкретных социально-экономических задач, возникающих на разных уровнях иерархии управления.

Управленческие взаимодействия базируются на стандартизированных схемах экономического поведения отдельных субъектов, т. е. функциях, которые они должны выполнять: организация производства, планирования, стимулирования, учет, контроль, работа с кадрами. Осуществляя эти функции, субъекты тем самым воплощают в жизнь получаемые команды. Названные черты управленческих взаимодействий соответствуют определению социальных механизмов. Описываемый механизм является социальным, так как связи между разными его уровнями обеспечиваются социальными группами, которые определяют функционирование и развитие всей системы, придают ей целостность и стабильность.

Действия, осуществляемые управленческими группами и имеющие личностный характер, влияют на характер выполняемой ими управленческой деятельности. Именно благодаря поведению последняя приобретает определенное социальное качество. На основе взаимодействия деятельности и управленческого поведения формируются соответствующие социальные типы работников управленческого труда, различающиеся способами достижения своих должностных целей.

Важным звеном системы межгрупповых взаимодействий являются платформы, на которых эти взаимодействия возникают. Я. Щепаньский

определяет взаимодействие как “взамоориентированное поведение групп на базе общей для них платформы” [29, 99–102]. “Платформа” — это комплекс явлений, сходство которых состоит лишь в одном: они порождают межгрупповые взаимодействия. Отсюда “платформами” взаимодействия можно считать аспекты производства, на которых пересекаются интересы многих управленческих групп. Так как в основе взаимодействий вертикальных групп лежит поведение, осуществляемое каждой группой в отдельности, то ключ к пониманию природы межгрупповых взаимодействий лежит в изучении деятельности и поведения отдельных групп, выявлении действий и поступков, в которых взаимная ориентированность ослаблена или отсутствует.

На деятельность и поведение различных социально-профессиональных групп влияют и политика, и культура, и идеология, и право, и сфера управления обществом. При этом важно учитывать, что в экономической сфере взаимодействуют личности многомерные, полноценно функционирующие и в других общественных подсистемах, выполняя адекватные этим сферам общественного организма социальные роли. Понимание же процесса развития экономики как социального основывается прежде всего на том, что экономическая сфера тесно взаимосвязана с другими общественными подсистемами посредством различных социально-профессиональных групп и индивидов, активно используя “человеческий фактор”.

Социальная регуляция поведения работников предполагает включение в работу социальной функции стимулирования труда (обычно учитывают только его экономическую функцию — достижение определенных социальных целей), выявление, в какой степени те или иные виды стимулирования способствуют решению проблемы формирования прогрессивных социальных отношений и всесторонне развитой личности. При этом стимулирование можно рассматривать как один из методов мотивации труда. Взаимосвязь управленческого и индивидуально-психологического содержания мотивации основана на том, что управление человеком и социальными системами, в отличие от управления техническими системами, содержит как необходимый элемент согласование целей объекта и субъекта управления. Такое согласование может осуществляться по-разному, однако в нем непременно участвуют обе стороны. Результатом его является определенное экономическое поведение объекта управления и в конечном итоге — результат трудовой деятельности.

Как правило, различают три вида мотивации: прямую, властную (принудительную) и опосредованную (стимулирование). Прямая моти-

вация представляет собой непосредственное воздействие на личность работника, систему его ценностей посредством убеждения, внушения, психологического “заражения”. Для достижения поставленных в управлении целей она формирует наиболее позитивные отношения между руководителем и подчиненным — доверие, деловую надежность, открытость, последовательность, самоконтроль, самостоятельность в принятии решений, высокую взаимную ответственность. Человек, убежденный в необходимости совершения тех или иных трудовых действий, включающих их в субъективную инстанцию “мое”, максимально самоуправляем, ответствен, не нуждается в жестком контроле и дополнительных стимулирующих санкциях. Прямая мотивация формирует личность заинтересованного и не отчужденного от своей деятельности гражданина.

Вместе с тем прямая мотивация требует индивидуальной работы, проникновения в мир субъективных ценностей, умения руководителя убеждать, замечать, вести за собой личным примером. В большинстве случаев реализация этого метода в практике производственной деятельности занимает много времени, чего не всегда хватает в оперативном управлении.

Властная (принудительная) мотивация характеризуется угрозой ухудшения удовлетворения определенных потребностей подчиненного при невыполнении им предъявляемых руководителем требований. Она реализуется в требовании, распоряжении, приказе, угрозе, предписании [19]. Чаще всего ее используют в иерархических системах власти, где работники связаны отношениями доминирования-подчинения. В условиях оперативного управления властная мотивация имеет несколько достоинств: не требует глубины проникновения в личность работника; для ее реализации достаточно использовать базовые, элементарные потребности человека; она максимально оперативна, не нуждается в использовании каких-либо реальных жизненных благ (в ее основе не лежит обещание награды за добросовестное выполнение задания, а скорее угроза потери имеющегося в случае невыполнения). Указанные обстоятельства способствовали широкому распространению принудительной мотивации в оперативном управлении.

Следует отметить, что властная мотивация имеет также существенные недостатки, требующие ограничения сферы ее действия. В основном эти недостатки носят социально-психологический характер. При властной мотивации отношения между руководителем и подчиненным характеризуются жесткой субординацией, разграничением целей и функций, безусловной подчиненностью работника, формальной дис-

циплиной. При этом не предъявляется высоких требований к личности работника, он искусственно “примитивизируется”, ограничиваются возможности его творческого самовыражения и реализации способностей. У руководителей властная мотивация развивает, как правило, уверенность в своей непогрешимости, ориентацию на личные цели, представления о работниках как “винтиках” в механизме управления.

Стимулирование как метод формирования мотивов предполагает право выбора работником или трудовым коллективом соответствующего поведения в зависимости от имеющихся предпочтений. При этом улучшение показателей деятельности способствует более полному удовлетворению каких-либо потребностей подчиненного (позитивное стимулирование); ухудшение показателей грозит снижением степени удовлетворения потребностей (негативное стимулирование). Любой выбор предполагает наличие альтернативы и оценку ее выбирающим на основе собственных предпочтений исходя из конкретных условий функционирования трудового коллектива.

Социолог В. Подмарков, применяя критерий потребностей к анализу трудовой мотивации, выделяет три группы мотивом [16]: обеспечение, призвание и престиж.

Мотивы обеспечения ученый связывает с оценкой определенной совокупности материальных средств, необходимых (с точки зрения работника) для удовлетворения жизненных потребностей. Выражением этой группы мотивов служат материальная заинтересованность работника, его ориентация на заработную плату.

Мотивы призвания представляют собой рационально осмысленное стремление личности реализовывать в труде свои физические и духовные потенции. Значимость этой группы мотивов состоит в том, что они имеют тенденцию к расширению, их роль перманентно возрастает.

Наконец, мотивы престижа выражаются в стремлении работника реализовать свою социальную роль, принять участие в общественно значимой деятельности.

В социальном механизме регуляции экономического поведения большое значение имеют личностные регуляторы. По мнению исследователя А. Здравомыслова, исходным пунктом мотивации трудовой деятельности работника являются материальная заинтересованность, работа, направленная на приобретение определенных жизненных благ [8, 204–214]. Вторая группа мотивов определяется интересом к содержанию трудовой деятельности. Третий уровень предполагает объектом мотивации межличностные (внутриколлективные) отношения, участие в управлении.

Наконец, четвертая группа мотивов основывается на осознании общественной значимости трудовой деятельности. А. Здравомыслов относит этой (четвертой) группе мотивов наиболее важную роль в регуляции поведения.

Несколько иную типологию трудовой мотивации предлагает социолог Н. Наумова. По ее мнению, для анализа социальной политики и мотивации труда целесообразно различать три типа мотивов [13].

Первый из них связан с ориентацией на внешние критерии оценки, достижение определенного социального успеха (материального, престижного, профессионального, связанного с продвижением по службе и т. д.). Отличительные черты трудовой деятельности человека, для которого эти мотивы являются ведущими, — производительность (как количественная характеристика) и инициативность.

Для второго типа мотивов характерно преобладание внутренних критериев оценки деятельности (долг, общественная польза, нравственные нормы, интерес к содержанию труда) и вытекающая из этого ориентация на качество работы, творческое отношение к деятельности. Обусловленная этой мотивацией удовлетворенность трудом отличается глубиной и устойчивостью.

Наконец, третий тип, именуемый обычно “гигиеническим”, объединяет мотивы, связанные с условиями труда (в широком значении). Работника, побуждаемого этими мотивами, характеризует прежде всего дисциплинированность. Но основной сферой его самореализации является не производство, а досуг, семья, потребление, а удовлетворенность работой имеет неглубокий, неустойчивый характер. Эмпирический анализ показывает, что эти типы мотивов не исключают друг друга и в то же время отличаются необходимой содержательной определенностью и самостоятельностью.

Согласно Я. Эйдельману, в наиболее общем виде структура трудовой мотивации складывается из факторов экономической и ценностной регуляции трудовой деятельности и достигается элементами принуждения [30]. Структуризация общества на основе “классической” триады не может служить достаточной основой для выявления структуры потребностей, а следовательно, и мотивов поведения. Согласно разработанной В. Ядовым концепции диспозиционной регуляции социальной активности, потребности человека классифицируются в зависимости от иерархически соподчиненных сфер социальной среды, в которую включен человек. Во-первых, это ближайшее семейное окружение; во-вторых — система значимых для личности малых групп, в том числе трудовых коллективов; в-третьих — среда профессиональ-

ной и досуговой деятельности; в-четвертых, — сфера формирования основных идеологических и культурных ценностей (принадлежность к определенному крупному социальному слою или группе, определяемым типом общества). Каждая сфера формирует определенную иерархию потребностей, не исключаяющих друг друга, а взаимодействующих.

Я. Эйдельман отмечает, что в последнее время (конец 80-х годов XX в. — *Авт.*) произошла существенная “перетряска” ценностно-ориентационной системы и относительно быстро пересмотрен статус отдельных социальных групп. В качестве структурообразующих оснований теперь нужно рассматривать формы собственности, ранее не имеющие значения вследствие почти полного огосударствления ее объектов; степень занятости, которая в большинстве регионов не существовала как реальная проблема; социокультурные характеристики, безусловно существовавшие всегда, но их действие носило латентный характер. Появился (или осознан) фактор люмпенизации определенной части общества, а с ним необходимость разработки шкалы и методики его измерения. Перечисленные факторы играют решающую роль в формировании мотивов экономического поведения. В условиях перехода к рыночным отношениям актуализируется косвенная мотивация экономического поведения, которая наиболее адекватна его социальным регуляторам в новых экономических условиях.

Важнейшим фактором совершенствования социального механизма регуляции экономической деятельности работников является производительная демократия. Демократизация жизнедеятельности производственных коллективов позволяет активизировать человеческий фактор экономики, резко повысить уровень трудовой отдачи работника и предприятия в целом. Процесс демократизации производства основывается на следующих принципах: информированности каждого “сознательно” работника обо всем, что делается на предприятии; активного участия трудового коллектива и его общественных организаций в выработке важнейших решений и контроле их исполнения; согласованной выборности руководителей с сохранением принципа единоначалия в конкретном управлении.

Участие коллективов в выработке важнейших решений и контроле за их исполнением требует демократических процедур разработки всех перспективных программ и планов, что инициирует участие в этом максимального количества работников, а не только специалистов, а также широкого использования экспресс-опросов общественного мнения, принципиального изменения отношения к предложениям работников, создания советов трудовых коллективов с широким объемом решающих прав.

Развитие производственной демократии во многом зависит от формирования на предприятии действенных структур самоуправления, создания управленческой системы, адекватной позиции трудового коллектива как хозяина собственности, уровня развития внутриколлективных отношений, качеств руководителя и т. д.

Социологический анализ процессов социальной регуляции экономического поведения предполагает его рассмотрение с позиций деятельности, интересов и взаимодействия определенных социально-профессиональных групп, находящихся в отношениях руководства-подчинения. Группы управленческих кадров целесообразно изучать с учетом их взаимодействий, принадлежности к разным уровням руководства-подчинения, уделяя особое внимание исследованию интересов различных социально-профессиональных групп. Специфика должностного поведения разных социально-профессиональных групп (прежде всего управленческих) и связанных с ними производственных условий, а также комплекса получаемых ими социальных благ определяет отношение работников этих групп к выполняемому ими труду.

Во-первых, отношение к труду проявляется в осознании того, делят или не делят работники свою работу, связывают ли с нею личные планы и интересы. Во-вторых, это отношение проявляется в действиях и поступках работников под влиянием их интересов. Совокупность таких действий и поступков составляет управленческое поведение [18]. Взаимодействие управленческих групп складывается на основе выполнения функций, предполагающих общность их действий. Прямые взаимодействия проявляются в форме контактов в системе отношений руководства-подчинения, косвенные — в том, что результаты деятельности одних групп отражаются на условиях и результатах труда других. Например, та или иная стратегия управления предприятием материально воплощается в состоянии его производственной и социальной инфраструктуры, специфике кадрового состава, социально-психологическом климате его коллектива. Эти особенности предприятия будучи в известной мере результатом труда его руководителей определяют условия труда всех остальных групп работников.

Исследование экономического поведения различных социально-профессиональных групп предполагает выявление множества их взаимосвязей и условно делится на два этапа: аналитический, на котором изучаются деятельность и поведение отдельных групп; синтезирующий, на котором выявляются межгрупповые взаимодействия. При этом важное значение приобретает оценка степени использования

трудового потенциала управленческих групп, качества руководства этими группами и активности работников этих групп.

Таким образом, важнейшими компонентами (элементами) социального механизма регуляции экономического поведения являются особенности социально-профессиональных групп работников и их взаимодействия, а также диалектическое развитие демократических преобразований в сфере труда, воспитание у производителей навыков демократической жизни в сфере трудовой деятельности.

Эффективный социальный механизм регуляции экономического поведения должен опираться на адекватные современным требованиям к экономике стратегии социальной политики в сфере труда. В новых условиях хозяйствования необходимы не только качественные изменения традиционно выполняемых функций социальной политики в сфере труда, но и формирование и реализация новой стратегии, а именно компенсационной стратегии, ориентированной на смягчение и ликвидацию последствий стратегии эффективности и качества труда [25, 48]. Ее объектом являются высвобождающиеся работники, подлежащие перераспределению и переподготовке. Эта стратегия должна отвечать:

- требованиям социальной защищенности трудящихся;
- активной политике преобразований в сфере приложения труда, обеспечивающей направленность НТП на ликвидацию социально неэффективных видов труда;
- стимулирующей политике, предполагающей создание и реализацию социального механизма, который обеспечивал бы ответственное, заинтересованное отношение к труду различных социально-профессиональных групп работников и, следовательно, максимально учитывал разнообразие их установок и трудового поведения;
- социальной адаптации, обеспечивающей плюрализм образов трудовой жизни.

Появляющиеся сейчас специфические субъекты управления в различных хозяйственных формах должны быть представлены в органах управления разного уровня. Реализацию указанных стратегий социальной политики в сфере труда следует регулировать определенным соотношением между государственной, региональной политикой, а также между отдельными предприятиями и организациями.

Актуализация обновления социальной политики, прежде всего стратегий управления людьми в условиях становления нового хозяйственного механизма, объясняется также новыми требованиями, предъявляемыми как к участникам трудового процесса, так и к трудящимся. Эти требования являются отражением возрастающей ценности самостоя-

тельности и инициативности экономического поведения работников, острой потребности общества в активизации деятельности работников относительно подготовки внедрения достижений НТР, гарантии социальной защищенности людей, реализации принципа социальной справедливости в оплате труда.

Создание в Украине эффективного социального механизма регуляции экономического поведения невозможно без вступления экономики страны на путь рыночного развития. И здесь существенные проблемы возникают в сфере общественной психологии, проявляется неподготовленность общественного сознания к такому нововведению. Аналогичная ситуация возникла в 1948 г. в послевоенной Германии при переходе ее к концепции социального рыночного хозяйства [27]. С помощью этой концепции планировалось оживить экономику, создать рабочие места, гарантировать определенный жизненный уровень населения, решить жилищную проблему. История свидетельствует, что сторонники социального рыночного хозяйства оказались правы: плановая экономика решить указанные проблемы была не в состоянии, хотя в то время многие специалисты считали немыслимой свободу спроса и предложения. Германская экономика, предупреждали они, угодив под лавину свободных цен, уподобится смертельно больному, которого швырнули в ледяную воду.

Преодоление предвзятого отношения к рынку во многом должно основываться на понимании и внедрении в сознание работника простой истины: никакой другой экономической порядок не в состоянии рациональнее, эффективнее и бережливее распорядиться природными ресурсами, создать высокий уровень благосостояния и социальной защищенности работника, в максимальной степени реализовать на практике принцип социальной справедливости, воспитать у него ответственное и активное отношение к труду, создать эффективный механизм его трудовой карьеры.



Список использованной и рекомендуемой литературы

1. *Белоусов Р. А.* Коренная перестройка управления экономикой в СССР. — М., 1989.
2. *Блауберг И. В., Юдин Э. Г.* Становление и сущность системного подхода. — М., 1973.

3. *Заславская Т. И.* О социальном механизме развития экономики // Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики. — Новосибирск, 1985. — С. 9.
4. *Заславская Т. И.* Социальный механизм в экономике // Знание — сила. — 1985. — № 10. — С. 5.
5. *Заславская Т. И.* Экономика сквозь призму социологии // Экономика и организация пром. пр-ва. — 1985. — № 7. — С. 21.
6. *Заславская Т. И., Рывкина Р. В.* Социология экономической жизни. Очерки теории. — Новосибирск, 1991.
7. *Заславская Т. И., Рывкина Р. В.* Экономическая социология: исторические предпосылки и объект изучения // Экономическая социология и перестройка. — М., 1989. — С. 16.
8. *Здравомыслов А. Г.* Потребности. Интересы. Ценности. — М., 1986.
9. *Зеленевский Я.* Организация трудовых коллективов. Введение в теорию организации и управления. — М., 1971.
10. *Калузина З. И.* Поведение населения в сфере личного подсобного хозяйства // Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики. — Новосибирск, 1985. — С. 116.
11. *Косалс Л. Я.* Социальный механизм инновационных процессов. — Новосибирск, 1989.
12. *Майминас Е. З.* Этика труда и отечественная культура // Вопр. философии. — 1992. — № 1. — С. 5.
13. *Наумова Н. Ф.* Мотивация труда, “социальное сравнение” и социальная политика // Пути совершенствования социального механизма развития советской экономики. — Новосибирск, 1985. — С. 74.
14. *Ответственность в управлении.* — М., 1985.
15. *Переведенцев В. И.* Методы изучения миграции населения. — М., 1975.
16. *Подмарков В. Г.* Методологические аспекты стимулирования и мотивации труда // Вопр. филос. — 1979. — № 5. — С. 67–68.
17. *Пригожин А. И.* Организация: система и люди. — М., 1983.
18. *Проблемы социальной психологии.* — Тбилиси, 1976.
19. *Прошкин Б. Г.* Место стимулирования среди методов формирования мотивов трудового поведения // Изв. Сибирск. отд. АН СССР. Сер. Экономика и прикл. социол. — 1986. — Вып. 2. — № 7. — С. 29.
20. *Рывкина Р. В.* Управленческие группы: деятельность, поведение и взаимодействие // Изв. Сибирск. отд. АН СССР. Сер. Экономика и прикл. социол. — 1985. — Вып. 3. — № 12. — С. 26.
21. *Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности.* — Л., 1979.
22. *Социальная психология.* — М., 1975.
23. *Социальный механизм экономической реформы: методология и опыт экономико-социологического исследования.* — Новосибирск, 1990.

24. *Тощенко Ж. Т.* Возможна ли новая парадигма социологического знания // Социол. исслед. — 1991. — № 7. — С. 24.
25. *Философский* энциклопедический словарь. — М., 1983.
26. *Чернина Н. В.* Социальная политика в сфере труда в новых условиях хозяйствования и демократизации общества // Изв. Сибирск. отд. АН СССР. Сер. Экономика и прикл. социол. — 1984. — Вып. 2.
27. *Чернина Н. В.* Социальные проблемы научно-технического прогресса и направления социологических исследований в сфере труда. — Новосибирск, 1987.
28. *Штраус Ф. И.* У истоков экономического чуда // За рубежом. — 1991. — № 8.
29. *Щепаньский Я.* Элементарные понятия социологии. — М., 1969.
30. *Эйдельман Я.* Методологические проблемы изучения трудовой мотивации // Вопр. экономики — 1991. — № 1. — С. 76–77.
31. *Toffler А.* The adaptive corporation. — L., 1985. — P. 146.



Контрольные вопросы

1. Как соотносятся понятия “деятельность” и “поведение”? Что означает понятие “социально-экономическое поведение”?
2. Разновидности социально-экономического поведения.
3. Что представляет собой социологическое исследование социально-экономического поведения?
4. Что такое “человеческий фактор развития экономики”?
5. Что представляет собой социальный механизм развития экономики? Его основные составляющие.
6. Виды мотивации.
7. Стратегии социальной политики в сфере труда.
8. Что означает “социальное рыночное хозяйство”?



Тематика рефератов

1. Виды социально-экономического поведения работников.
2. Типология социально-экономического поведения.
3. Социологическое исследование социально-экономического поведения: роль, функции, проблемы.
4. Социальные регуляторы поведения работников.
5. Социальный механизм управления производством.
6. Мотивация социально-экономического поведения личности.
7. Рыночные регуляторы социально-экономического поведения.

ГЛАВА 5

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОРИЕНТАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ

Понимание людьми экономических закономерностей жизни общества, уровень их экономического сознания в значительной степени определяют политический выбор людей и, следовательно, социально-экономическое положение страны в целом. Как свидетельствуют результаты всеукраинского мониторинга “Тенденции развития украинского общества”, который проводился Институтом социологии НАН Украины на протяжении 1994–2000 гг., население Украины оценивает экономическую ситуацию в стране как очень плохую (табл. 5.1). Так, в течение 1994–1998 гг. количество респондентов, которые оценили экономическую ситуацию в Украине как очень плохую, увеличилась с 38,4 % в 1994 г. до 44,6 % в 1998 г. Вместе с тем начиная с 1999 г. наблюдалась тенденция к уменьшению этого показателя (что свидетельствует о более высокой оценке населения экономической ситуации), который в 2000 г. составил 33,3 %. Лишь очень небольшой процент опрошенных (от 1,9 % в 1994 г. до 0,1 % в 2000 г.) оценивают экономическую ситуацию в украинском обществе как очень хорошую.

При этом отметим, что наиболее негативно оценивают экономическую ситуацию в стране неработающие пенсионеры, домохозяйки, колхозники, квалифицированные рабочие и люди, не имеющие постоянной работы. В результате исследований была выявлена также определенная зависимость между уровнем образования респондентов и их оценкой социально-экономической ситуации общества. Так, в 1994 г. наиболее негативно оценивали экономическую ситуацию люди со средним и незаконченным высшим образованием. Лояльно относились к экономической ситуации в Украине респонденты, имеющие начальное, неполное, среднее и высшее образование (по данным исследования 1994 г.). Если оценивать экономическую ситуацию в динамике, то в 2000 г. среди респондентов, которые оценивают ситуацию в экономике как очень плохую, наибольшее количество граждан с начальным и неполным средним образованием.

Среди возрастных групп населения наиболее жестко оценивают экономическую ситуацию респонденты среднего возраста и пенсионеры, лояльнее — молодежь до 30 лет. Вместе с тем отметим, что в 2000 г. рес-

Таблица 5.1

Оценка населением Украины экономической ситуации в стране, %

Оценка экономической ситуации	Год исследования						
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
0 (очень плохая)	38,4	38,1	41,6	43,3	44,6	40,6	33,3
1	16,0	15,7	17,3	14,3	15,9	15,9	15,6
2	17,5	17,2	16,9	17,0	17,2	17,6	19,3
3	17,3	16,6	14,2	15,3	14,6	16,8	19,6
4	4,5	6,0	4,9	5,4	3,6	4,8	6,3
5	3,8	4,9	3,8	3,8	3,4	2,9	4,3
6	0,4	0,5	0,6	0,5	0,3	0,6	1,0
7	0,4	0,3	0,6	0,1	0,2	0,3	0,4
8	0,1	0,1	0,0	0,2	0,2	0,1	0,2
9	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	—	0,1
10 (очень хорошая)	1,9	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1

понденты всех возрастных групп “смягчили” свою оценку. Так, если в 1994 г. экономическую ситуацию в государстве как очень плохую оценивали 33,5 % молодежи, 42,7 % граждан 38–54 лет и 38,8 % людей старшего (пенсионного) возраста, то в 2000 г. этот показатель составил соответственно 26,5; 33,5 и 37,7 %.

Ныне население Украины стоит перед необходимостью выбора между рыночным и государственным (плановым) регулированием экономики. Как свидетельствуют результаты исследований, проведенных в 1994–2000 гг. (табл. 5.2), большинство граждан не смогли определить-ся относительно варианта регулирования экономики. Среди граждан

Динамика экономических ориентаций населения Украины, %

Желаемая экономическая ситуация	Ориентация населения						
	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Низкие цены при дефиците товаров	26,7	31,0	34,6	32,3	32,4	37,9	36,6
Высокие цены без дефицита товаров	29,2	27,8	24,9	24,9	24,3	20,4	21,0
Не могут определиться	42,3	39,8	40,6	42,6	43,4	41,6	42,4

многие ориентируются на ситуацию с низкими ценами при дефиците товаров. Постепенно уменьшается количество приверженцев “рыночной” ситуации, для которой характерны высокие цены без дефицита товаров. Наибольший процент приверженцев “рыночной” ситуации среди предпринимателей, мелких бизнесменов, учеников. Хотя и среди этих социально-профессиональных групп наблюдается тенденция к снижению “симпатий” к рыночным реалиям. Более детально сравнительную картину экономических ориентаций различных социально-профессиональных групп населения Украины в 1994 и 2000 г. дает табл. 5.3.

“Рыночную” ситуацию несколько позитивнее воспринимают мужчины. Так, в 1994 г. приверженцев “рыночных” реалий среди мужчин было 35,2 %, среди женщин — 25,3 %, в 1998 г. — соответственно 27,1 и 22 %, в 2000 г. — соответственно 22,7 и 19,6 %. В возрастном срезе лояльнее к ситуации с высокими ценами без товарного дефицита относятся молодые люди, сдержаннее — респонденты среднего возраста, крайне негативно — люди пенсионного возраста. Но если среди молодежи приверженцев “рыночной” ситуации в 1994 г. было 41 %, а противников — 19,5 %, то в 1998 г. их стало соответственно 32,1 и 20,2 %, а в 2000 г. — соответственно 26,2 и 25,7 %. Следовательно, и среди молодых людей наблюдается четкая тенденция к более негативному восприятию “рыночных” реалий украинского общества. И, конечно, наиболее ярко выражена эта тенденция среди представителей старшего возраста. В 2000 г. приверженцев “рыночной” ситуации среди этой возрастной группы было 15,3 %, а противников — 48 %.

Таблица 5.3

Экономические ориентации различных социально-профессиональных групп населения, %

Социально-профессиональный статус	Желаемая экономическая ситуация			
	1994 г.		2000 г.	
	Низкие цены при дефиците товаров	Высокие цены без дефицита товаров	Низкие цены при дефиците товаров	Высокие цены без дефицита товаров
Политик	100,0	0,0	—	—
Руководитель	12,5	25,0	28,6	14,3
Государственный служащий	25,9	33,3	14,3	57,1
Специалист технического профиля	20,8	38,5	20,3	43,0
Гуманитарий	29,0	29,8	25,9	32,9
Служащий правоохранительных органов	27,8	38,9	20,0	33,3
Предприниматель	11,1	77,8	17,6	41,2
Мелкий бизнесмен	13,0	60,9	23,2	30,4
Служащий	27,4	26,5	32,6	24,2
Квалифицированный рабочий	28,8	32,8	35,8	17,9
Разнорабочий	25,3	24,1	41,6	16,8
Колхозник	24,5	18,1	41,5	9,8
Фермер	0,0	33,3	100,0	0,0
Ученик	21,9	54,7	32,8	29,5
Неработающий пенсионер	33,5	16,4	46,9	13,7
Домохозяйка	24,3	31,8	30,7	20,8
Не имеющий постоянной работы	13,2	49,1	31,7	20,7
Безработный	23,5	35,3	35,1	22,3
Другой статус	36,9	20,8	44,2	17,3

За годы независимости Украины уменьшилось количество приверженцев “рыночной” ситуации и среди респондентов разного образовательного уровня. Лишь среди граждан с высшим образованием за период 1994–2000 гг. больше тех, кто предпочитает высокие цены без товарного дефицита. Представители же всех других образовательных категорий склоняются к “нерыночным” реалиям. Так, в 2000 г. ситуацию с низкими ценами и наличием дефицита товаров поддерживали 43,3 % респондентов с начальным и общим средним образованием, 35,5 % — со средним образованием, 30,8 % — со средним специальным образованием, 45,5 % — с незаконченным высшим образованием. Среди этих образовательных категорий населения приверженцев “рыночной” ситуации соответственно 15; 21,2; 24,2 и 22,7 %.

Широкий спектр мнений и относительно экономических перемен в Украине (табл. 5.4). Приблизительно четвертая часть населения считает, что необходим полный переход к рынку. Несколько меньше приверженцев отдельных изменений в экономической ситуации. Но более всего приверженцев возвращения экономики к перестроечному состоянию. Отметим, что в 2000 г. количество приверженцев полного перехода к социальному рыночному хозяйству несколько увеличилось. В определенной степени это объясняется улучшением в 2000 г. ситуации

Таблица 5.4

Отношение населения Украины к экономическим переменам, %

Вариант экономических перемен	Отношение населения						
	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Необходим полный переход к рынку	29,6	27,8	23,9	20,3	20,0	20,8	22,6
Необходимы отдельные перемены	21,4	19,0	23,6	24,1	23,8	23,1	28,5
Необходимо вернуть экономику к перестроечному состоянию	30,9	34,8	33,6	38,0	39,0	38,6	30,6
Другие варианты	2,5	2,5	2,4	2,7	3,0	2,8	2,8
Не определились	15,1	15,9	16,5	14,9	13,6	14,6	15,6

в народном хозяйстве Украины, а также увеличением объемов отечественного производства.

Наибольшее количество приверженцев перехода к рынку среди предпринимателей, фермеров, учеников, специалистов технического и гуманитарного профиля. Мужчины настроены более “рыночно”, нежели женщины. Так, если среди мужчин приверженцев полного перехода к рынку в 1997 г. насчитывалось 34,9 %, в 1998 г. — 23,3 %, а в 2000 г. — 27,8 %, то среди женщин — соответственно 25,6; 17,4 и 18,5 % (табл. 5.5). Положительнее относятся к рыночному варианту экономических перемен люди с неоконченным высшим и высшим образованием. Респонденты же с начальным и неполным средним образованием критичнее оценивают возможности рыночного хозяйства. Среди этой образовательной категории в 1994 г. приверженцев полного перехода к рынку насчитывалось 17 %, в 1998 г. — 11,5 %, в 2000 г. — 13,8 %. Этот же показатель среди граждан с высшим образованием составлял соответственно 44,3; 35,6 и 42,2 %. Наиболее привержены к рыночному варианту экономических перемен в украинском обществе молодые люди. Хотя среди приверженцев полного перехода к рынку наблюдается тенденция к снижению. Среди людей старшего возраста практически нет приверженцев рыночного варианта экономических перемен (табл. 5.6).

Таблица 5.5

**Отношение респондентов к экономическим переменам
в зависимости от пола, %**

Вариант экономических перемен	Отношение респондентов					
	1994 г.		1998 г.		2000 г.	
	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Необходим полный переход к рынку	34,9	25,6	23,3	17,4	27,8	18,5
Необходимы отдельные перемены	22,4	20,8	24,8	22,9	26,5	30,8
Необходимо вернуть экономику к перестроечному состоянию	26,7	34,5	34,6	42,2	30,1	30,9
Другие варианты	3,9	1,4	4,8	2,8	4,1	1,7

Отношение граждан Украины к экономическим переменам, %

Возрастная группа, лет	Отношение к экономическим переменам											
	1994 г.				1998 г.				2000 г.			
	За полный переход к рынку	За отдельные изменения	За возвращение к первоначальному состоянию	Другие варианты	За полный переход к рынку	За отдельные изменения	За возвращение к первоначальному состоянию	Другие варианты	За полный переход к рынку	За отдельные изменения	За возвращение к первоначальному состоянию	Другие варианты
До 30	44,1	22,7	16,6	2,8	28,2	32,2	21,3	4,1	27,2	34,8	19,3	3,8
30–54	32,4	23,7	28,5	3,2	22,2	25,4	36,7	3,8	25,8	30,5	28,9	3,2
55 и старше	15,7	17,3	45,2	1,3	11,1	15,5	54,5	3,2	14,8	21,0	40,9	1,4

Важную роль в проведении экономических перемен в обществе играет институт частной собственности и предпринимательства. Как свидетельствуют результаты мониторинга, годы экономических преобразований характеризуются в основном позитивным отношением населения Украины к развитию частного предпринимательства. Среди граждан Украины в 1994 г. полностью одобряли развитие этого института 22,2 %, в 1995 г. — 20,4, в 1996 г. — 23,7, в 1997 г. — 20,9, в 1998 г. — 24,2, в 1999 г. — 23,3, а в 2000 г. — 26,5 %.

Наиболее положительно к частному предпринимательству относятся предприниматели, фермеры и руководители предприятий. Менее лояльны к развитию этого института государственные служащие, служащие правоохранительных органов, разнорабочие, колхозники и пенсионеры (табл. 5.7). Мужчины более толерантны к развитию этого института. Если среди мужчин в 1994 г. развитие предпринимательства полностью одобряли 28,4 %, то в 1998 г. их насчитывалось 30,2 %, а в 2000 г. — 33,5 %, среди женщин — соответственно 17,5; 19,3 и 21,8 %. Таким образом, наблюдается тенденция к увеличению количества приверженцев предпринимательства среди украинских женщин.

Таблица 5.7

Отношение населения Украины к развитию частного предпринимательства, %

Социально- профессиональ- ный статус	Отношение к развитию предпринимательства							
	1994 г.				2000 г.			
	Пол- но- стью одоб- ряют	Ско- рее одоб- ряют	Пол- но- стью одоб- ряют	Ско- рее одоб- ряют	Пол- но- стью одоб- ряют	Ско- рее одоб- ряют	Пол- но- стью одоб- ряют	Ско- рее одоб- ряют
	Мужчины		Женщины		Мужчины		Женщины	
Политик	100,0	0,0	0,0	0,0	—	—	—	—
Руководитель	50,0	12,5	12,5	0,0	57,1	35,7	0,0	0,0
Государствен- ный служащий	25,0	3,6	21,4	10,7	42,9	28,6	7,1	7,1
Специалист технического профиля	33,6	27,6	14,2	10,4	34,1	42,7	6,1	6,9
Гуманитарий	27,1	28,6	9,8	9,8	27,0	46,1	5,6	2,2
Служащий правоохрани- тельных органов	22,4	38,9	0,0	16,7	40,0	20,0	13,3	6,7
Предприниматель	66,7	22,2	0,0	0,0	70,6	23,5	0,0	0,0
Мелкий бизнесмен	60,9	15,2	2,2	2,2	52,2	18,8	1,4	2,9
Служащий	14,2	31,9	15,0	14,2	25,0	34,4	10,4	5,2
Квалифицирован- ный рабочий	21,3	21,8	13,5	14,9	27,0	30,6	12,5	6,5
Разнорабочий	17,4	23,3	17,4	15,1	19,3	27,2	35,1	7,9
Колхозник	11,7	28,7	16,0	18,1	19,0	21,4	28,6	16,7
Фермер	66,7	33,3	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
Ученик	40,6	39,1	3,1	1,6	63,3	23,3	1,7	1,7
Неработающий пенсионер	10,4	11,4	25,9	24,0	12,0	17,0	22,2	17,2
Домохозяйка	27,8	19,4	12,0	15,7	28,5	26,0	10,6	7,7
Не имеющий по- стоянной работы	39,6	24,5	7,5	3,8	43,8	20,0	7,5	7,5
Безработный	29,0	20,3	17,4	8,7	27,8	25,0	12,3	10,4

По-разному относятся к частному предпринимательству и представители разных образовательных групп. Так, респонденты с высшим образованием более расположены к развитию предпринимательства, нежели те, кто имеет начальное и неполное среднее образование. Среди

последних в 1994 г. полностью одобряли развитие этого института 13,6 %, в 1998 г. — 12,9 %, в 2000 г. — 14,2 %. Для респондентов с высшим образованием этот показатель составлял, соответственно 31,7; 34,0 и 38,9 %.

Отношение населения к предпринимательству во многом определяется возрастом респондентов. Полностью поддерживают его развитие молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет. Крайне негативно относятся к нему люди предпенсионного и пенсионного возраста. Наряду с этим нужно подчеркнуть, что на практике новоявленное предпринимательство сталкивается с определенным сопротивлением населения. Дело в том, что многие люди с типом мышления, сформированным за годы господствования административно-командной системы, не хотят “мириться” с чужим богатством. Особенно это присуще представителям старшего возраста.

Хотя подавляющее большинство граждан Украины положительно относятся к институту предпринимательства, но вместе с тем не преисполнены желанием работать на частного предпринимателя (табл. 5.8). Наиболее склонна к работе у частного предпринимателя молодежь до 30 лет. В 1994 г. среди этой возрастной категории таких насчитывалось 56,8 %, в 1998 г. — 53,9 %, в 2000 г. — 57,3 %, среди граждан в возрасте 30–54 лет — соответственно 41,8; 40,3 и 42,5 %. Наиболее отрицательно относятся к работе на частного предпринимателя граждане в возрасте 55 лет и старше.

Таблица 5.8

Отношение граждан Украины к работе на частного предпринимателя, %

Степень готовности работать на частного предпринимателя	Динамика отношения						
	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Не согласны	26,7	26,6	26,6	21,9	21,6	23,8	21,6
Скорее не согласны	4,8	7,5	8,4	8,1	10,6	10,0	9,6
Не определились	15,3	14,8	14,5	14,8	13,9	14,4	13,2
Скорее согласны	14,7	14,5	16,2	16,7	17,0	18,1	16,6
Согласны	38,2	36,6	34,4	38,4	36,9	33,6	39,0

Важным условием эффективной реализации рыночных реформ в обществе являются приватизационные процессы. Отметим, что в 1996–1999 гг. количество противников приватизации земли увеличилось (табл. 5.9). Особенно увеличилось количество противников приватизации земли среди колхозников и государственных служащих. Лояльнее в этом отношении фермеры (100 % респондентов этой социально-профессиональной группы поддерживают этот процесс), ученики, предприниматели, квалифицированные работники и люди, не имеющие постоянной работы (табл. 5.10). В “возрастном” разрезе наиболее позитивное отношение к приватизации земли демонстрируют молодые люди. Так, в 1994 г. 67,9 % респондентов рассматриваемой возрастной группы одобряли этот процесс, в 2000 г. — 53,1 %. Представители же старшего возраста более “консервативны” в этом отношении. Среди разных образовательных групп респондентов не наблюдается существенных различий относительно приватизации земли. Но прослеживается тенденция к снижению количества приверженцев этого процесса.

Таблица 5.9

Отношение населения Украины к приватизации земли, %

Вариант отношения к приватизации земли	Динамика отношения						
	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Скорее отрицательное	26,6	30,2	27,4	29,7	36,9	39,0	37,5
Не определились	19,1	20,7	22,7	24,2	22,9	23,4	22,9
Скорее положительное	52,6	48,7	49,8	46,1	40,2	37,6	39,7

Если большинство граждан Украины положительно относятся к приватизации земли, то относительно ее купли-продажи общественное мнение более жесткое. Если в 1994 г. 38,5 % граждан одобряли куплю-продажу земли, то в 1995 г. таких было 36,2 %, в 1996 г. — 39,2, в 1997 г. — 38,2, в 1998 г. — 33,6, в 1999 г. — 32,6, в 2000 г. — 32,4 %. Соответственно наблюдается тенденция к увеличению количества противников разрешения на куплю-продажу земли, особенно среди колхозников, неработающих пенсионеров, квалифицированных рабочих и разнорабочих. Наиболее лояльно относятся к купле-продаже земли предприниматели, фермеры и люди, не имеющие постоянной работы.

Таблица 5.10

**Отношение социально-профессиональных групп населения Украины
к приватизации земли, %**

Социально-профессиональный статус	Отношение к приватизации земли					
	1994 г.		1998 г.		2000 г.	
	Скорее положительное	Скорее отрицательное	Скорее положительное	Скорее отрицательное	Скорее положительное	Скорее отрицательное
Политик	0,0	100,0	0,0	50,8	—	—
Руководитель	12,5	87,5	50,8	33,3	21,4	71,4
Государственный служащий	42,9	46,4	40,0	46,7	14,3	57,1
Специалист технического профиля	26,1	57,5	35,8	42,5	29,3	41,5
Гуманитарий	20,8	60,8	31,3	46,5	36,0	44,9
Служащий правоохранительных органов	33,3	61,1	32,0	44,0	40,0	40,0
Предприниматель	11,1	88,9	0,0	100,0	17,6	58,8
Мелкий бизнесмен	21,7	67,4	23,4	56,3	23,2	53,6
Служащий	28,8	46,8	34,9	46,8	28,1	49,0
Квалифицированный рабочий	24,5	56,9	32,5	40,5	38,0	41,2
Разнорабочий	25,6	54,7	43,2	32,4	32,5	43,0
Колхозник	48,9	39,1	57,4	25,5	41,5	36,6
Фермер	0,0	100,0	0,0	100,0	0,0	100,0
Ученик	9,5	74,6	19,2	53,8	23,0	62,3
Неработающий пенсионер	34,1	40,9	51,1	26,2	51,0	25,8
Домохозяйка	24,3	61,7	23,0	48,0	27,6	40,0
Не имеющий постоянной работы	11,1	79,6	22,1	55,8	37,8	47,6
Безработный	17,4	50,7	27,5	50,3	33,6	41,6

Среди представителей разных образовательных групп населения наиболее негативно к купле-продаже земли относятся люди с начальным и неполным средним образованием. В 1994 г. среди респондентов этой категории негативную позицию по этому вопросу занимали 53,5 %, в 1998 г. — 61,5 %, в 2000 г. — 61,7 %. Для сравнения отметим, что респонденты с высшим образованием составляли соответственно 36,9; 44,4 и 34,7 %. Более четкой является “возрастная” картина отношения населения к приватизационным процессам в сельском хозяйстве (табл. 5.11).

Таблица 5.11

Отношение возрастных групп населения Украины к купле-продаже земли, %

Возрастная группа, лет	Отношение к купле-продаже земли					
	1994 г.		1998 г.		2000 г.	
	Одобрят	Не одобряют	Одобрят	Не одобряют	Одобрят	Не одобряют
До 30	54,5	27,8	51,8	28,4	48,5	29,5
30–54	40,3	43,7	35,5	47,9	34,6	45,7
55 и старше	25,0	57,8	18,1	66,1	17,8	64,1

Эффективность и результативность рыночной трансформации украинского общества в значительной степени детерминирована эффективностью проведения приватизации государственных предприятий. Вместе с тем эффективность приватизационных процессов зависит от того, как они воспринимаются массовым сознанием. Результаты исследования свидетельствуют, что большинство граждан Украины отрицательно относятся к приватизации крупных предприятий. Так, в 1994 г. отрицательно относились к приватизации крупных предприятий 38,4 % респондентов, в 1995 г. — 45,8, в 1996 г. — 45,5, в 1997 г. — 49, в 1998 г. — 54,2, в 1999 г. — 52,9, в 2000 г. — 51,8 %. И хотя в 1999–2000 гг. наметилась тенденция к уменьшению количества противников приватизации крупных предприятий, это не свидетельствует о существенных сдвигах в общественном мнении по этому вопросу. За 1999–2000 гг. уменьшилось также количество приверженцев “большой” приватизации.

Радикально иная картина вырисовывается в восприятии населением приватизации малых предприятий. Приверженцев приватизации малых предприятий явно больше, чем противников (табл. 5.12).

Таблица 5.12

Отношение населения к приватизации предприятий, %

Предприятия	Год исследования	Отношение населения к приватизации предприятий		
		Скорее отрицательное	Неопределенное	Скорее положительное
Крупные	1994	38,4	34,2	24,2
	1995	45,8	31,9	21,7
	1996	45,5	31,7	22,8
	1997	49,0	32,2	18,7
	1998	54,2	28,2	17,6
	1999	52,9	29,3	17,9
	2000	51,8	30,4	17,8
Малые	1994	18,3	24,4	54,8
	1995	19,0	25,1	55,4
	1996	19,3	27,2	53,4
	1997	22,0	27,5	50,4
	1998	21,0	25,0	53,9
	1999	23,0	27,4	49,5
	2000	18,8	28,8	52,4

Проанализировав отношение к приватизационным процессам на предприятиях респондентов различного социально-профессионального статуса, приходим к выводу, что наиболее положительно к приватизации крупных предприятий относятся предприниматели, мелкие бизнесмены и ученики. Отношение же представителей других социально-профессиональных групп резко негативное. Малую же приватизацию активно поддерживают не только предприниматели, но и руководители предприятий, государственные служащие, служащие правоохранительных органов, домохозяйки, пенсионеры, колхозники и фермеры. Негативное отношение к приватизации

крупных предприятий (и положительное — к малой приватизации) характерно для различных образовательных и возрастных групп населения. Для респондентов старшего возраста характерно резко отрицательное отношение к приватизации крупных предприятий и не очень “позитивное” к малой приватизации. Так, в 1999 г. среди граждан в возрасте 55 лет и старше 26,2 % относились к приватизации малых предприятий отрицательно и 38,5 % положительно. В 1998 г. этот показатель составлял соответственно 34,7 и 33,7 %, в 2000 г. — соответственно 28,8 и 37,9 %.

Для государственных предприятий также характерны деградиционные процессы. Новые дисбалансы, дефицит необходимых ресурсов, трудности со сбытом, налоговый пресс — все это толкает государственные предприятия на экономическую борьбу против государства, к таким формам хозяйствования, которые, хотя и облегчают выживание, но порождают конфронтацию с местной властью, интересами государства и даже общества. Таким образом, дефекты модели и политики реформ отражаются на участниках последней, на положении и социальных качествах “старых” и “новых” классов, деформируют их трудовое поведение. Это, в свою очередь, обесценивает отношение людей к новым экономическим структурам, ослабляет их интерес к бизнесу, снижает темпы и результативность процесса экономических преобразований.

Таким образом, приходим к выводу, что в сознании населения прослеживается тенденция к отрицательному оцениванию сложившейся в Украине экономической ситуации, увеличению количества граждан, которые считают необходимым возвращение экономики Украины к дореформенному состоянию. Большинство населения Украины отрицательно относится к приватизации крупных предприятий и земли. Вместе с тем очевидно, что без реальной приватизации государственной собственности, без создания четкой законодательной базы (которая бы регулировала процесс приватизации) риск возрождения антирыночных настроений и ностальгия по социалистическим порядкам будут возрастать.

Необходимо осознать, что психологическая подготовка нации является неперенным условием эффективного проведения радикальных экономических реформ. Во-первых, люди бизнеса заинтересованы в толерантности общественного мнения, которое именно в “новых капиталистах” усматривает источник имеющихся бед. Во-вторых, увеличение количества открывающих собственное дело крайне важно как условие необратимости рыночной общественной трансформации.

Отметим также, что в отношении населения к экономическим преобразованиям в украинском обществе большое значение имеют возрастные особенности. Можно выделить три возрастные группы, различающиеся отношением к реформам. Наиболее радикально настроена самая молодая генерация (18–29 лет), взвешенно “прорыночно” сориентировано среднее поколение (30–54 лет). Большинство представителей старшего поколения (55 лет и старше) отстаивает возвращение к централизованной, плановой государственной экономике.

Под экономическими реформами большинство граждан понимают повышение уровня жизни. В общественном мнении превалируют уже привычные лозунги “поднять уровень жизни”, “навести порядок”, “установить социальную справедливость”. А мероприятия сугубо рыночных преобразований — приватизация, создание инфраструктуры и подобные — не попадают к первоочередным. Вместе с тем осуществление действительно радикальных рыночных преобразований может оттолкнуть от поддержки реформ даже те социальные группы, которые сегодня поддерживают их. В общем же усиление негативного отношения населения Украины к рыночным реформам детерминируется именно негативными последствиями последних.

Именно недостаточно взвешенная политика государства относительно рыночного реформирования экономики может активизировать процесс возвращения к ценностям коммунистического тоталитарного общества. Хотя большинство граждан Украины отбрасывают коммунистическую систему ценностей, но патерналистские установки и убеждения еще очень распространены. А главная характеристика патернализма состоит в отсутствии у человека личной ответственности как за собственную судьбу, так и за судьбу общества в целом.

Поэтому эффективность рыночных преобразований в значительной степени зависит от взвешенности государственной политики в сфере социальной защиты населения в условиях новых экономических реалий. Политика государства по обеспечению социальной защищенности работников может и должна строиться на основе взаимной ответственности, взаимных обязательств обеих сторон. При этом главной в социальной политике должна быть обязанность государства гарантировать гражданам законодательно, социально и экономически нормальные условия для самостоятельной жизни, свободу выбора жизненного пути, сферы деятельности, свободу нести полную ответственность за свои действия, “платить” за них уровнем личного благосостояния и положением в обществе.

В условиях перехода украинского общества к социальному рыночному хозяйству большое значение приобретает наличие продуманной и эффективной системы профессиональной ориентации, подготовки и переподготовки работников, адекватной реалиям современной экономической жизни. Такая система позволит более полно и целенаправленно реализовать способности представителей разных социально-профессиональных, образовательных и возрастных групп населения с учетом рыночной конъюнктуры.



Контрольные вопросы

1. Что означает понятие “экономические ориентации”?
2. Как население оценивает экономическую ситуацию в Украине?
3. Динамика отношения населения к экономическим преобразованиям.
4. Отношение социальных групп населения к частному предпринимательству.
5. Отношение социальных групп населения к приватизации и купле-продаже даже земли.
6. Как население Украины относится к приватизации больших и малых предприятий?



Тематика рефератов

1. Поведение населения на этапе рыночных преобразований.
2. Динамика отношения населения к рыночным реформам.
3. Предпринимательство в контексте рыночного реформирования экономики.
4. Экономическая культура как фактор социально-экономических преобразований в украинском обществе.
5. Стереотипы экономического сознания населения Украины.

ГЛАВА 6

МОТИВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ

6.1 Формы хозяйствования и мотивация деятельности

В социальном познании утвердилась мысль о том, что любая попытка выделить в истории этапы всегда ведет, с одной стороны, к схематизации и грубым упрощениям толкования общественного развития, которое не может точно выразить сущность происходящего исторического процесса. С другой стороны, предлагаемая периодизация с необходимостью оказывается средством социального познания, играя в этом качестве значительную положительную роль.

В истории философской и социологической мысли предпринималось множество попыток структурирования развития человечества, периодизации его истории. До недавнего времени в отечественной литературе наиболее распространенной была так называемая пятичленка — теоретическая конструкция, согласно которой общество в своем развитии проходит пять этапов, пять общественно-экономических формаций: первобытнообщинную, рабовладельческую, феодальную, капиталистическую и коммунистическую (в которой социализм — первая фаза), различающихся типом производственных отношений. Эта конструкция представляла собой крайне упрощенную форму одного из теоретических направлений в марксизме. Но даже в рамках последнего такой подход не был единственным: предполагалось делить историю по типам исторического развития — как движение от доклассового общества к классовому, а от него — к бесклассовому; на “предысторию” и “подлинную историю”, “первичную” (“архаическую”) и “вторичную” формации. Кроме того, предпринимались многочисленные попытки углубить или трансформировать содержание пятичленки, в частности связью способа производства с хозяйственно-культурными типами, определенными особенностями хозяйства и культуры, исторически складывающихся у разных народов, близких по социально-экономическому развитию и обитающих в сходных условиях. Так, известные отечественные ученые Б. Андрианов и Г. Марков утверж-

дают, что “ХКТ является органической составной частью именно способа производства, практически конкретным материальным его воплощением, фундаментом” [1, 7]. Как считают эти ученые, К. Маркс неоднократно упоминал о существовании “кочевого”, или патриархального, командного способа производства [1, 9]. Они высказывают также мысли, нехарактерные для традиционной интерпретации пятичленки, т. е., по мнению этих ученых, в науке существовала тенденция преодоления присущего ей упрощения и схематизма, попытки выхода за ее рамки.

Следует также отметить, что взгляды К. Маркса на структурирование процесса развития человечества несли в себе отпечаток недостаточного уровня имеющегося знания о социально-экономической истории громадного большинства ранее существовавших обществ, что обусловило незавершенность и действительно вариативность его теории. Кроме того, она создавалась на базе идей о стадиях общественной эволюции, предложенных К. Сен-Симоном, во многом по форме преемственна им, и поэтому марксизм не только имеет общие корни, но и очень близок позитивизму.

В немарксистских теориях основанием периодизации истории (критерием качественного различия обществ) являются различные социальные феномены: формы государственного устройства, события библейской хроники, стадии развития человеческого разума, технократические составляющие прогресса, способы и средства человеческой деятельности. Они могут быть как материальными (техника и технология), так и идеальными (сознание, культура). Выбор этого основания во многом зависит от целей и задач, которые ставит перед собой исследователь, от разновидности научного знания, в рамках которого он творит (философия, социология, политическая экономика и т. д.), от его мировоззренческо-идеологических установок.

В экономической социологии, например, периодизацию можно осуществить, используя в качестве критерия мотивы, средства и формы деятельности, обусловленные определяющей ролью того или иного фактора производства (например, дефицитного ресурса). Несмотря на схематичность любой периодизации, она может служить методологическим основанием для классификации экономических организаций, их структуры, принципов и методов управления. Вместе с тем необходимо принять во внимание ряд обстоятельств.

Во-первых, следует подчеркнуть, что создаваемая теоретическая конструкция является средством познания и не может в полной мере

отражать все характеристики и свойства конкретного общества или конкретной экономической организации в конкретных условиях.

Во-вторых, взаимодействие одновременно сосуществующих обществ, находящихся на разных этапах исторического развития (в условиях его неравномерности), не может не приводить к их взаимному и как результат — к их трансформации и возникновению различных модификаций. А это отражается на качественных характеристиках экономических организаций, методах и средствах управления ими.

В-третьих, предлагаемая классификация не является единственно возможной, имеет недостатки и не претендует на решение всех возникающих вопросов уже в силу того, что не охватывает всей истории человечества.

В-четвертых, она в определенной мере связана с другими точками зрения на периодизацию истории, пользуется вместе с ними во многом одинаковой терминологией, находясь по отношению к ним в состоянии не противоположности, а взаимодополняемости, часто имея общие источники происхождения.

В-пятых, общества рассматриваются вне развития, без учета имеющихся в них противоположных тенденций, игнорируются их различные варианты и модификации, присутствующие в истории. Так, отождествляются различные “азиатские”, или “восточные”, и “античные” общества. Как отмечает Дж. Гэлбрейт [3], мотивы деятельности и ожидания общества, организации, личности взаимосвязаны и отражают друг друга, находясь в соотношениях согласованности и координированности.

Наиболее распространенной в настоящее время периодизацией истории (в различных формах или модификациях) является позитивистская, или технократическая, концепция. В свое время О. Конт, говоря о трех сменяющих друг друга состояний общества, утверждал, что каждое из них имеет определенный образующий принцип социальной организации, который пронизывает все стороны общественной жизни. В последующем эта идея получила развитие, и сегодня социология утверждает о существовании определенных исторически обусловленных принципов организации и функционирования общества и его институтов (мотивы деятельности по Дж. Гэлбрейту). Количество качественно различающихся социальных систем или организаций (обществ), их историческая последовательность определяются по-разному, но наиболее общая схема сводится к тому, что первоначально общество структурировалось по принципу силы, принуждения, насилия, а современное общество — по принципу заинтересованности, согласования (консенсуса), компромисса. Многие исследователи считают, что современное обще-

ство постепенно заменяется обществом, основанном на принципе убеждения, знания, информации. На основании чего говорится о трех этапах исторического развития, трех типах социально-экономической организации общества. Однако следует еще раз указать, что эта периодизация не охватывает всей истории человечества, оставляя за рамками исследования первобытнообщинное общество, и является не более чем схемой.

Цивилизации, или общества, Первой волны. Близким по смыслу является обозначение “гидравлическое”, или “восточное”, общество по К. Витфогелю; “азиатский”, “античный”, “феодалный” способы производства по К. Марксу; “хищническая”, или “квазимировая”, фазы развития человечества по Т. Веблену [2]. Это земледельческие (аграрные) общества, для обозначения которых часто используют также термины “сельскохозяйственная цивилизация”, “аграрное” или “традиционное” общество. Земля у этих обществ основным и даже всеобщим средством производства, дефицитным ресурсом, которого всем постоянно не хватало и за который они постоянно боролись. Сам процесс производства основывался на использовании голых мускульной силы человека и животного, реже — сил природы: воды, ветра. Это были естественные, природные силы, мощностъ которых была ограничена, имела временный и непостоянный характер.

Земледелие являлось основным видом труда, первичной формой производства, которое определяло место, значение и функции всех остальных видов деятельности (ремесла, торговли). Оно представляло собой обработку земли примитивными ручными орудиями труда, сбор урожая, строительство отдельных ирригационных сооружений или целых систем для регулирования течения воды. Роль орудий труда была второстепенной и большого значения не имела.

Отношение к земле, как и к другим естественным производительным силам, всегда было связано с приобретением, завоеванием насильственным путем с дальнейшим удерживанием в своем распоряжении силой. Принципом организации и функционирования общества такого типа были сила и насилие. Дефицитный ресурс — земля, как и другие средства производства, находилась в “готовом” для производственного применения виде, оставалось лишь овладеть ею, используя силу. Вместе с тем землю, животных, продукты труда можно было отобрать без значительного ущерба для дальнейшего их использования. Человека или животного можно было принудить трудиться, используя палку или плетку. В литературе высказывается даже мысль, что война в таком обществе — лишь “отрасль производства”. Она часто превращалась

в охоту за людьми, отголоски которой проявились в новое и новейшее время в период освоения европейцами Африки и Америки.

Согласно американскому экономисту и социологу Т. Веблену, захваченная добыча, военные трофеи были доказательством доблести, свидетельством силы, вызывали уважение и определяли социальный статус его владельца [2, 85]. П. Сорокин, в свою очередь, утверждал, что на этом этапе развития человечества войны играли значимую роль в жизни общества. Они способствовали возникновению целого социального сословия (служивого — феодальная знать и дворянство) и благодаря им в обществе реализовывался принцип распределения: “каждому — по мере его участия в обороне страны от врага, по мере его ратной службы и участия в ее управлении” [3, 76].

Принуждение к труду посредством прямого физического насилия уменьшало роль работника в глазах людей. Само “выполнение работы стало свидетельством уступающей силы” и поэтому труд “стал рассматриваться как низкий по самой сути” [2, 85], — утверждает Т. Веблен. Труд ассоциировался со слабостью и подчинением, унижением достоинства личности, что порождало презрение к труду: “для греков, римлян и евреев труд был проклятием. Ранние христиане, унаследовав еврейскую традицию, труд понимали как наказание за первородный грех человека” [4, 119].

К. Витфогель считал, что “восточные” общества основывались не на отношениях собственности на средства производства, а на существовании внеклассового деспотического государства. Вероятно, он все же преувеличивал роль политики относительно экономики, которые в действительности сливались, представляя собой некое неразрывное целое, единство, тождество собственности власти. Власть как должность или социальный статус с определенным объемом властных полномочий, собственность как имущество являлись главными объектами владения, распоряжения, пользования и наследования, передавались от одного лица к другому по признаку крови. Величина силы и власти, являясь первичной, определяла величину собственности. Верховная власть, государство, община или их глава и глава семьи являлись высшим, если не всеобщим и единственным собственником, а земля — главным объектом его владения. Даже в античной Греции верховным собственником земли считался полис и именно его органы принимали окончательное решение по аграрным проблемам. Это проявилось во введении земельного максимума, принятии законов, направленных на ограничение развития ремесла и торговли, что препятствовало накоп-

лению богатств у лиц, не причастных к власти. Частная собственность, если и возникала, то на движимое имущество, но никак не на землю.

Поэтому большое значение имела политическая власть, основанная на силе и принуждении. Происходила все увеличивающаяся концентрация власти и собственности, огромные и неограниченные размеры которых сосредоточивались у лиц, стоящих во главе государства — царей, королей, деспотов. Это приводило к созданию иерархических пирамидальных систем со строго вертикальными связями подчинения и зависимости, в которых создавались различные препятствия для накопления собственности у частных лиц, не имеющих отношения к государственной власти. Это проявлялось, как уже указывалось, в ограничениях занятием торговлей, ремеслом, подавлением личных усилий и инициативы в этих сферах деятельности. А достижение в них успеха (накопление богатства, личного имущества) было чревато расправой и конфискацией нажитого в пользу государства. Отсутствовала безопасность частного владельца и его собственности, что было одним из главных препятствий для развития предпринимательства. Оно хоть и существовало, но, как отмечает М. Вебер, тоже было ориентировано на войну и насилие.

Государство было организатором производства как в отдельных его отраслях, так и во всем хозяйстве. Даже в обществах античного типа, которые избрали особый путь развития, отличный от путей развития азиатских обществ, присутствие “политики” ощущалось как господствующее в самых глубоких экономических структурах, например в торговых операциях, системе кредита, денежном обращении. Организационно-производственная роль государства была вызвана необходимостью координации и управления больших по объему землевладельческих работ, связанных с созданием ирригационных сооружений, что требовало огромных человеческих усилий. Это и порождало жесткую централизованную социальную систему (общество и государство) иерархически-пирамидального характера со значительным количеством уровней управления.

Господство сельскохозяйственного производства требовало регулярного повторения одних и тех же производственно-технологических операций, строго определенных по временам года, месяцам и даже дням. Необходимо было четкое соблюдение установленного естественной средой графика работ, их последовательности, что не могло не породить стремление к устойчивой производственной деятельности, ее жесткой регламентации, абсолютного и неуклонного выполнения требований власти, всеохватывающего регулирования государством не

только хозяйственной, но и всей жизнедеятельности общества. Незначительная эффективность экономики вследствие низкого уровня развития производительных сил, огромной доли ручного труда вызывала использование методов и средств внеэкономического принуждения, насилия. В свою очередь, это также способствовало и перераспределению огромную централизацию и иерархизацию общества. Главной целью его существования и функционирования было поддержание устойчивости и стабильности всего общественного бытия, тотальная регламентация начиная с сельскохозяйственной деятельности, политики до частной жизни.

Огромная роль политической власти, использование ею насилия порождали всеобщую зависимость индивидов от государства, тотальные отношения господства и подчинения. Все индивиды считались подданными, несущими определенные повинности, имеющими значительный объем обязанностей, включая передачу части результатов своего труда, “дани” (прибавочного продукта) царю, деспоту, государству. Они не считались и не были лично свободными, а являлись политически и экономически зависимыми от власти. Их социальный статус мало отличался от положения раба вплоть до отсутствия права на жизнь. В. Струве утверждает, что в древнеегипетском обществе не было определенного термина для обозначения раба, а все близкие к нему слова определяли различные степени подчинения — зависимости людей, которые могли быть и были “свободными”. Такая ситуация характеризуется как “поголовное рабство” [10, 10]. Даже представители господствующего класса находились в зависимости, так как их собственность, прежде всего земля, социальное положение с определенной долей властных полномочий и привилегиями были им “дарованы”, предоставлены в пользование верховной властью и могли быть “отняты” по какой-либо прихоти последней. Это означало их подчиненность, вассальную зависимость, строгую регламентацию, иерархичность и вертикальность взаимоотношений.

Всеобщая зависимость, а также простота и устойчивость в разделении труда приводили к возникновению четко зафиксированной малоизменчивой социальной структуры при наличии жестких перегородок между ее элементами, к наследованию социального статуса (собственности, власти), включая профессиональные занятия.

К непосредственному производителю никаких качественных требований, кроме обладания им как можно большей физической силы, особо не предъявлялось. Его роль в производстве часто не отличалась от роли животного, а он сам легко мог быть заменен последним, что

служило основанием для их “уравнивания”, рассмотрения человека в качестве рабочего “скота”, как одного из орудий или средств производства. Работа и жизнь были для него неразделимым целым.

Неудивительно, что в обществах этого типа происходило умаление личности до роли и величины “букашки”. Это порождало ее стремление к обретению защиты, обеспечению надежности и устойчивости своего существования, что она и находила в лице государства, общества, всецело подчиняясь их воле, полностью признавая их верховенство над собою. Личность растворялась в социуме, она, по существу, не существовала.

Цивилизации, или общества, Второй волны. Часто для их обозначения используют введенный К. Сен-Симоном термин “индустриальное общество”. Решающим видом производства в этом обществе является индустрия, промышленность, т. е. вторичная, третичная и последующая обработка в больших размерах предметов труда с помощью произведенных, а не естественных и ручных средств труда. Это происходит после превращения орудия, непосредственно воздействующего на предмет труда, ранее в основном ручного, в рабочую часть машины, которая одновременно может оперировать множеством орудий труда, приводясь в действие постоянной, непрерывной, произведенной двигательной силой, имеющей самостоятельную форму, совершенно свободную от ограничений, свойственных человеческой силе, или необработанных сил природы. Количество и качество произведенного продукта, эффективность всей производственной деятельности в большей мере зависят в этих обществах от развития машин, а не от объема примененного живого физического труда непосредственного производителя. Использование машин приводит к их объединению в целостную машинную систему, созданию конвейерного поточного массового производства.

Средства производства, представляющие собой накопленный прошлый труд, произведенные и созданные человеком, а не природой, играют решающую роль. Собственность на них (капитал), а не на землю приобретает решающее значение, позволяя тем, кто владеет ею, занимать ведущие позиции в экономической и политической жизни общества. Капитал в любой форме (деньги, средства производства и т. д.) становится дефицитным, т. е. основным, ресурсом.

Использовать насилие и принуждение в качестве мотива деятельности и определяющего принципа функционирования общества, его структурирования уже невозможно. С одной стороны, уже нельзя захватить, присвоить силой и продолжать использовать без нанесения огромного ущерба индустриальные средства производства, “богатства”

индустриального общества, как это было ранее с сельскохозяйственными угодьями. Кроме того, их завоевание не равно их освоению, полноценному использованию. Легко, например, принять политико-правовое решение о национализации или экспроприации собственности. Но как использовать ее и управлять ею, как организовать производство, поддерживать многочисленные экономические связи? Методами насилия этих вопросов не решить. Эти методы не только бесполезны, но и вредны. Известны случаи, когда в процессе революции, а позже — коллективизации в Советском Союзе отобранная у “кулаков” сельскохозяйственная техника разбиралась по частям и распределялась по разным хозяйствам. Но способствовало ли это повышению производительности труда и являлось ли адекватным использованием имеющихся производительных сил? Прекращение функционирования энергетической системы, водоснабжения, канализации, бытового обслуживания, транспорта, торговли может с неизбежностью вызвать в крупных индустриальных центрах массовый голод, холод, эпидемии, стихийные бунты, приводящие к “вымиранию городов”, “бегству” населения в сельскохозяйственные районы или к его гибели, разрушению предприятий, жилого фонда, уничтожению культурно-интеллектуального потенциала общества, его “отбрасыванию” назад, к эпохе “аграрных” цивилизаций или порождению неизвестных ранее модификаций общества, неких социальных “гибридов”, или “мутантов”, замороженных в своем развитии.

С другой стороны, принуждать работника силой трудиться на средствах производства индустриального общества — вредить самому себе, как показало движение луддитов. А заставлять работать из-под палки или под угрозой смерти на АЭС вообще бессмыслица, если не смертельная угроза. Даже использование “угрозы голода” на такой работе экономически неэффективно и социально опасно. Индустриальное производство требует качественного работника, обладающего определенной совокупностью знаний, необходимым уровнем культуры, что позволило бы ему полностью сосредоточиться на производственной деятельности, максимально использовать имеющийся потенциал техники, развивать наивысшую производительность труда.

Простая работа на токарном станке требует в известной мере интеллигентности, понимания чертежей, умения производить элементарные математические вычисления, а также определенной заинтересованности в труде. Возникает объективная необходимость не заставлять работника трудиться, а достигать с ним консенсуса и компромисса, заключать договор на работу, который устраивал бы как нанимателя, так и

работника. Но заинтересованность достигается не только повышением заработной платы, но и путем передачи части ответственности (доли власти, контроля и управления) как непосредственно в экономической, так и в социально-политической сфере жизни общества, что также представляет собой компромисс, согласование интересов, целей и ценностей всех слоев населения, всех социальных групп общества. У. Дайзарт, в частности, отмечал: “Нынешние демократические режимы благоденствуют лишь тогда, когда между их гражданами существует более или менее прочный консенсус, когда их сближают общие взгляды, установки, информация” [4, 349].

Вместе с тем в индустриальном обществе из непосредственного работника создается некий “винтик” (по К. Ясперсу, “функциональная деталь машины”), не размышляющий и теряющий свою индивидуальность. Автоматизация труда вынуждает человека постоянно повторять одни и те же операции на движущемся конвейере, утомительность и бессодержательность труда на котором вызывает только усталость и является тягостным бременем. Однако человек превращается в придаток машины и в силу зависимости его как от индустриальной организации труда вообще, так и от индустриализации образа жизни. Технизация распространяется не только на сферу производства, но и на свободное время, досуг, отдых, развлечения и даже на игры. Человек оказывается полностью зависим от заорганизованности жизни, ее тотальной регламентации, что проявляется в формировании тонко развитого чувства времени, скрупулезно расписанного плана на день, неделю, месяц, год, в постоянном напряжении, спешке, систематическом дефиците времени, отрывочном общении с родственниками, друзьями, знакомыми. Но источником этой тотальной регламентированности является уже не власть и традиции, а экономика, производство.

Уменьшается роль политической власти, так как отпадает необходимость в насилии для организации производства вообще и в государственном насилии в частности. Власть уже не сводится к принуждению, а политические отношения вместо господства и подчинения начинают базироваться на консенсусе и принимают конвенциональный характер. Возникают общественно-политические течения, заряженные духом либерализма и стремящиеся вытеснить государство из сферы экономики, низведя его к роли “ночного сторожа”. Они исходят из идей разделения властей и возникновения “правового государства”, стремящегося функционировать только на основе строго соблюдения законов, что является проявлением разделения политики и экономики, отделения власти от собственности.

В результате изменяется социальная структура, повышается мобильность социальных групп, между которыми разрушаются жесткие перегородки. Власть, должностное положение, социальный статус и связанные с ними привилегии перестают передаваться по наследству. Благодаря юридическому равенству, личной свободе, расширившейся возможности в получении образования многие представители одной социальной группы переходят в другую.

Возникшее различие между собственностью и властью создает предпосылки для углубления противоречия между собственниками и обществом, все увеличивающуюся часть интересов которого начинает представлять государство, вынужденное искать с большей частью населения соглашения, консенсуса, достижения компромисса. Появляется значительная социальная группа, выражающая эти интересы (общественные, общегосударственные) и занимающая определенные посты в органах государственного управления. Она имеет в руках рычаги власти и использует их не всегда и не обязательно для защиты интересов собственников.

Такая же прослойка возникает в экономической сфере, в крупных “частных” корпорациях, фирмах. Она выполняет функцию организации и управления производством, но не является собственником находящегося в ее распоряжении капитала. Дж. Гэлбрейт для ее обозначения использует термин “техноструктура”.

Эти две части управленцев — одна в сфере политики (государства), а другая в сфере экономики (собственность) — ориентированы не на интересы частного собственника, заключающиеся в получении максимальной прибыли, а на собственные интересы управленцев, менеджеров. Их материальное положение зависит прежде всего от успешного (адаптивного) и эффективного (что не всегда тождественно получению максимальной прибыли) функционирования управляемых ими институтов (государства и его органов, фирм и ее филиалов, отделений, общества в целом). Эти чиновники получают свою должность и продвижение по службе (а значит, повышение заработной платы и доходов) не по принципам силы, доблести, наследования или богатства, а по деловым, профессиональным качествам. Разделяются не только власть и собственность, но и функция капитала, находящиеся ранее в одних руках, точнее, функции собственности. При этом дробится экономическая власть. Техническую и технологическую функции обслуживания средств производства начинает выполнять инженер, а функции управления и руководства персоналом — менеджер, что усиливает необходимость достижения консенсуса, компромисса.

Общества Третьей волны. Их часто называют также пост-индустриальными, или информационными, обществами. Но можно говорить лишь о некоторых тенденциях преобразования индустриального общества в информационное или об определенном этапе перехода от одного к другому. Поэтому теоретические конструкции, описывающие и пытающиеся раскрыть сущность еще становящегося информационного общества, различны и противоречивы.

Одним из основоположников теории постсовременного общества является американский социолог Д. Белл, большую роль в разработке которого концепции сыграли американский экономист и политический деятель Дж. Гэлбрейт, американский футуролог О. Тоффлер, французские социологи Р. Арон, А. Турен, Ж. Эллюль, Ж. Фурастье и др.

Д. Белл, характеризуя общества этого типа, выделяет пять главных признаков-измерений: во-первых, переход от экономики производства товаров к экономике услуг; во-вторых, преобладание класса специалистов и техников; в-третьих, первенство теоретического знания; в-четвертых, планирование технологического развития; в-пятых, создание “интеллектуальных технологий”.

Индустрия в обществе этого типа перестает быть основным или всеобщим средством производства, уступая место накоплению и производству информации и знаний. Передовые позиции в мире начинают занимать государства, способные выдвигать и реализовывать новые научные и технические идеи, служащие основой создания качественно новой и более современной продукции, позволяющие избегать больших затрат энергии, труда и капитала. Не они, а информация и знания становятся критическими ресурсами.

Вместе с тем высказывается и иная точка зрения: критическим фактором производства является не информация и знания, а человеческие, не трудовые, а именно человеческие ресурсы. Не просто способность рабочей силы к труду, а способность усваивать, а главное — производить новую, активно использовать и творчески применять необходимые и значимые для производства информацию и знания. Объем последних значителен и все время увеличивается. При этом степень современности и актуальности информации быстро снижается (она стареет), доступ к ней в современных условиях при наличии умения может получить почти любой, а количество обладающих той или иной конкретной информацией постоянно увеличивается.

Собственность на капитал перестает быть основным и главным источником получения прибыли. Это дало повод Д. Беллу заявить, что сегодня собственность является просто юридической фикцией. Однако многие исследователи считают, что основной формой собственности становится информация. Но она не может быть объектом частного присвоения, частной собственностью, а является объектом как индивидуального, так и коллективного пользования, т. е. собственностью индивидуально-коллективной, или общей.

Роль экономической власти все уменьшается, дробится, теряет индивидуально-частный характер. Все происходящее с ней изменения во многом аналогичны процессам, происходящим с политической властью при переходе к индустриальному обществу. Наблюдается процесс деперсонализации капитала, т. е. переход к различным коллективным или государственным формам.

Одновременно осуществляются децентрализация и регионализация производства совместно с деурбанизацией: возникают новые формы труда, которые могут осуществляться при использовании компьютерных коммуникаций непосредственно на дому, включая пригород и даже сельскую местность.

Причиной и следствием этих процессов является возрастающая дискретность производства и капитала. Тенденция к централизации и концентрации, существовавшая в индустриальном обществе, сменяется тенденцией к их делимости и дробления. Во многих отраслях производства мелкие предприятия, основанные на передовой технологии, занимают все более важные позиции в общественном разделении труда. Мелкий бизнес проявляет высокую производственную и коммерческую активность, крупный бизнес вытесняется из многих сфер экономики. Торжествует лозунг “маленькое — прекрасно”, так как средне- и маломасштабное производство быстрее и эффективнее приспосабливается к хозяйственным изменениям, способно полнее учитывать индивидуальные свойства и качества конкретного производства конкретного товара в конкретных условиях, чем крупномасштабное, ориентированное на стандартизированный конвейерный выпуск продукции. Кроме того, крупномасштабное производство имеет “ограниченный ресурс управления”: увеличение масштабов предприятия вызывает возрастание объема управляющих воздействий, что приводит на определенном этапе к “пробке” в каналах управления — их переполнению руководящими указаниями.

Массовое конвейерное производство устаревает. Передовые предприятия уже не выпускают значительного количества одинаковой

продукции. Непрерывно меняя процесс производства, они переходят к изготовлению товара небольшими партиями или вообще ориентируются на изготовление индивидуальных заказов. Повсеместно внедряемая автоматизация производства и управления позволяет объединить в единый поток любые разрозненные ранее процессы, что, по существу, создает орудие труда нового типа, позволяющее в значительной степени экономить время, труд, энергию, сырье и другие ресурсы производства. Более того, изменяется участие человека в производстве: его главной и основной функцией становится не непосредственная обработка предметов труда с помощью тех или иных орудий, а контроль за их “самостоятельными”, но запрограммированными им действиями.

Дробление производства, капитала, собственности, экономической власти способствует тому, что управление как в сфере экономики — капиталом, а в сфере политики — государством, так и вообще жизнедеятельностью — обществом все более превращается в коллективную функцию специалистов.

Изменяется непосредственно характер труда, что вызывает потребность в совершенно ином типе работника — рабочем нового стиля: независимом, изобретательном, мастере-творце, переставшем быть придатком машины, работающем без контроля, имеющем право на слово и меру ответственности, привыкшем к изменениям и умеющим перестраивать свою работу, способным к самообразованию. Этот рабочий должен иметь высокий уровень общей и специальной культуры, быть грамотным, свободным от материальных забот сегодняшнего и завтрашнего дня. Бытовые неурядицы не должны отвлекать его от работы, творчества, что создает условия для максимального выражения им своих способностей. Другими словами, в значительной степени возрастают требования к конкретному работнику. Если в индустриальном обществе от него требовалось в среднем лишь одно–пятигодичное профессиональное обучение (подготовка), то в информационном обществе необходимо непрерывное и постоянное профессиональное обучение на основе фундаментального общего образования, высокой культуры и способности к самообразованию. Работник должен обладать высокой гибкостью, мобильностью, универсализацией, способностью мгновенно, без особой подготовки менять виды одного или близких типов трудовой деятельности, а также иметь возможность и обладать способностью осваивать технику нового поколения (за жизнь одного индивида в информационном обществе может смениться несколько поколений техники). Именно для этого нужны высокий уровень культуры, фундаментальное образование, а также умение избавляться от старых навы-

ков, привычек, опыта, устаревших стереотипов мышления. Работник нового типа должен иметь отменное здоровье, быть способен выносить не только физические, но главное — нервные и психологические перегрузки, быть коммуникабельным, уметь находить контакт с людьми.

Большая часть работников, особенно служащие, привлекаются к участию в управлении предприятием, планированию его деятельности, к осуществлению которого подключаются представители разных социальных групп общества — от потребителей, поставщиков и общественных организаций до этнических, половозрастных и профессиональных групп. Возникает социальный феномен, названный О. Тоффлером “предвосхищающей демократией”: децентрализованное вплоть до отдельной личности раздробленное и постоянно согласующееся со всеми заинтересованными социальными группами управление. Рабочие и служащие, по существу, становятся частью техноструктуры, ее своеобразным “продолжением”. Правда, тот же О. Тоффлер отмечает, что еще только предстоит изобрести методы и институты действительно предвосхищающей демократии.

Предполагается, что изменится не только содержание, но и сущность труда. О. Тоффлер утверждает [11], что исчезнет труд как работа по найму за определенное вознаграждение. Основной формой будет не оплачиваемый труд, а деятельность, которую он называет “потреблением”, направленную на удовлетворение собственных, личностных потребностей и осуществляемую по собственной инициативе.

Дж. Гэлбрейт, в свою очередь, утверждает о наличии у работников развитых стран Запада “парадокса денежного мотива”, проявляющегося в том, что чем выше уровень оплаты их труда, тем меньше ее значение относительно других мотивов. С увеличением доходов уменьшается зависимость от конкретного места работы, конкретного вида труда и т. д. Денежное вознаграждение перестает быть главным мотивом деятельности, особенно для техноструктуры, которая не нуждается в максимализации прибыли и не стремится к ней [3].

В этой связи огромное значение приобретают система образования, подготовка высококвалифицированных специалистов. Количество последних ранее было незначительным, а структура общества на основе образования как критерия различия между его членами представляла собой пирамиду. В информационном же обществе его структура должна представлять собой урну. Человек в таком обществе — наибольшая ценность и мера богатства, в связи с чем основные материальные средства вкладываются именно в него, в сферы, занимающиеся его прямым обслуживанием и прежде всего в образование. Поэтому эти вложения

перестают восприниматься как издержки производства, а приобретают форму долгосрочных вложений.

Если система образования не справляется со своими задачами, то возникает проблема безработицы (конечно, это лишь одна из ее причин). Не имеющие работы — это, как правило, лица, не получившие должного образования, профессионально непригодные к новым видам труда. Необходимо помочь им войти в новую культуру и новую экономику, иначе может создаться опасная ситуация политической нестабильности, которая может разрушить общество. Другим вариантом решения рассматриваемой проблемы является введение в какой-либо форме гарантированного минимального дохода для всех. Он должен предоставляться децентрализованным способом через семью, школу, бизнес, местные органы управления и по другим каналам так, чтобы уменьшилась роль централизованной бюрократии и сосредоточения власти.

Чтобы охарактеризовать информационное общество в целом, необходимо переосмыслить многие использовавшиеся ранее понятия, такие как “занятость”, “рабочее место”, а многие другие должны постепенно исчезнуть.

6.2

Теории управления

Несмотря на указанные недостатки, изложенная периодизация истории, описание свойств существовавших и существующих обществ могут служить методологической основой для классификации экономических организаций, разработки теорий управления ими в зависимости от того или иного их типа, установления мотивов и характеристик экономической деятельности личности.

Так, для описания пирамидальной экономической организации можно использовать положения, раскрывающие сущность и свойства традиционного общества, своеобразным слепком которого эта организация является. На этой основе можно разработать теорию управления такой организацией с использованием идеи профессора школы промышленного менеджмента при Массачусетском технологическом институте (США) Д. Макгрегора — так называемую теорию “Х”. Эта теория исходит из того, что люди не хотят работать, лишены честолюбия и их нужно принуждать к труду. Они предпочитают, чтобы ими руководили, стремятся к защищенности во всех сферах, включая политическую, что создает отношения зависимости и подчинения. “Среднестатистический человек ленив по природе — он работает так мало, как

только возможно. У него нет амбиций, он не любит ответственности, предпочитает быть управляемым. Он очень эгоцентричен, равнодушен к интересам организации” [5, 147], — так раскрывает сущность этой теории Д. Макгрегор.

Для организаций подобного типа характерны многоуровневые структуры с незначительным объемом управления в каждом звене и малой степенью ответственности (“инициатива наказуема”), концентрация власти на вершине пирамиды, представленной, как правило, единственным лицом, которое является основателем, “хозяином”, владельцем организации, сосредоточившим в своих руках коммерческую (предприниматель), управленческую (менеджер) и обслуживающую (инженер) деятельность, объединившим все виды власти: исполнительную, законодательную и судебную. Собственность и власть в организации едины и нераздельны, как правило, передаются по наследству. Общение и взаимоотношения работников осуществляются только по вертикали почти при отсутствии обратной связи. Управление осуществляется сверху вниз односторонним потоком приказов, инструкций вне их правового, юридического оформления, которые обязательны для исполнения всеми (“приказ — закон для подчиненного”), что обеспечивается угрозой применения или применением насилия к лицам, не подчиняющимся им.

Организация основана на патернализме с некоторыми элементами бюрократизма. Свобода инициативы, творчества и вообще поведения отсутствует, как и ответственность. “Провинившихся” и “несправившихся” со своими обязанностями назначают на другую близкую по социальному статусу должность, в другое место, что определяется не профессиональной пригодностью и компетентностью, а личной преданностью первому лицу, главе организации. В противном случае им грозит внесудебная расправа.

Большое значение имеют размеры организации, ибо от них зависит роль в обществе как ее самой, так и ее владельца. Большие размеры означают большую власть, влияние, прибыль или доходы. И внутри организации социальный статус того или иного лица зависит от должности, занимаемой им в иерархической лестнице. Социальный статус значительно формализован, и достижение какого-либо поста означает приобретение четко обусловленных атрибутов власти и привилегий (кабинет, секретарь, машина, дача и т. д.), являющихся, кроме всего прочего, своеобразным знаком должностного положения.

Экономическая эффективность таких организаций незначительна. Они инертны, “неповоротливы”, слабо и с опозданием реагируют на

сигналы окружающей среды, как социальной, так и природной, можно сказать, что они постепенно теряют даже чувство “самосохранения”. До “верхов” доходит в основном только та информация, которую они хотят слышать и которая отражает их собственное представление о реальности, часто далекое от нее и существенно искажающее ее. Большое значение в этих условиях приобретает роль первого лица, его способность адекватно отражать действительность и принимать соответствующее решения.

Такие организации, имея политико-экономический характер (слияние власти и собственности), в своем развитии стремятся ко все увеличивающимся размерам, всеобъемлющему охвату общества, проникновению во все его сферы и социальные группы с целью их подчинения себе и навязывания им своих интересов. Функционируя на основе вертикальных связей, они стремятся перенести (и во многом переносят) эти отношения на все общество, создавая его по своему образу и подобию с помощью насилия, подчинения низов верхам, как единую пирамиду.

Теория “У”, также разработанная Д. Макгрегором, раскрывает сущность и описывает экономические организации, в которых, как считается, при соответствующих условиях люди будут стремиться к труду, но их нужно заинтересовать материальным вознаграждением, часть из них обладает творческим потенциалом.

Это трапециевидные иерархические организации с меньшим количеством уровней управления по сравнению с пирамидальными, но с большим его объемом и наличием двустороннего потока информации. Другими словами, здесь имеется обратная связь, учитывается мнение “низов”, управление которыми осуществляется не столько в форме приказа-принуждения, сколько в соответствии с инструкциями, юридическими нормами (законами) и другими письменно оформленными документами, ограничивающими субъективизм руководства, делающими упор на материальную заинтересованность.

Для таких организаций также свойствен патернализм, но уже уступивший первенство бюрократизму — типу управления, для которого характерны специализированное распределение и разделение труда, управленческая иерархия, правила и стандарты, четкие показатели оценки работы, принципы найма, основывающиеся на компетенции работника.

Власть в организации принадлежит, скорее, не династии, а бюрократии, собственность же продолжает оставаться в руках “семьи” — происходит разделение власти и собственности. Первоначально от “хозяина” отделяется технико-обслуживающая функция инженера, а

затем в значительной степени управленческая функция менеджера. Но общее стратегическое руководство в организации этого типа продолжает оставаться в семье, как и коммерческая деятельность.

Теория “Z”, которую разработал профессор Высшей школы управления при Калифорнийском университете (Лос-Анджелес, США) У. Оучи, описывает экономические организации, имеющие адаптивную организационную структуру, позволяющую гибко реагировать на изменения окружающей среды. Часто они имеют матричную форму с плоской прямоугольной структурой, т. е. малым количеством уровней управления и его значительным объемом в каждом звене. Персонал подчиняется, как правило, не одному, а нескольким начальникам. Существуют как вертикальные, так и горизонтальные связи. Последние имеют в основном неформальный характер, но их развитие не встречает никаких препятствий и иногда они оказываются более развитыми, нежели формально вертикальные. У. Оучи замечает, что если в организации “отношения между людьми, как правило, неформальные и построены так, что все общаются со всеми” [8, 89] и если организация прямо заставляет всех своих сотрудников взаимодействовать на “человеческой”, неформальной основе, создает условия, где невозможно обезличенность — в такой организации создается атмосфера искренности, доверия и преданности [8, 90], горизонтальные связи осуществляются через широкие личные контакты работников всех уровней, периодическую смену места работы, позволяющую расширить знакомства, индивидуальные связи, различные “вечеринки-коктейли”, коллективные выезды за город и т. д. Управление организации в этом случае исходит из наличия в ней сильных, объединяющих общих корпоративных интересов.

Считается, что рабочие в большинстве своем трудолюбивы и ответственные, поэтому их нужно поощрять, а главное поддерживать. Менеджер ответствен за построение отношений доверия со своими работниками. Завоевание этого доверия — необходимое условие для достижения компанией успеха. Поэтому очень важна защита прав и достоинств работающего, обеспечение ему гарантий личной защищенности, поощрение его достижений и личного вклада в развитие фирмы, создание условий для его творческого роста, оказание содействия в умении найти себя при изменении обстановки, формирование ситуации в компании, когда голос каждого работника должен быть услышан. Однако это не альтруизм организации, а трезвый экономический расчет, так как, с одной стороны, развитие чувства партнерства, основанного на взаимодоверии, привлекательная работа являются условия-

ми для полной самореализации личности, максимального развития его инициативы, реализации таланта, профессиональных качеств и навыков, творческого потенциала, а с другой стороны, это способствует гибкости в управлении и выборе средств трудовой мотивации.

Все сказанное достигается осуществлением и реализацией в деятельности организации (компании, фирмы) ряда принципов. Рассмотрим подробнее основные из них, приводимые У. Оучи.

1. Формирование у всех работников фирмы глубоких убеждений о наличии в ней совместных этических ценностей, общности целей, единства убеждений, существования некоего “духовного” корпоративизма, своеобразной культуры, которая пронизывает всю деятельность компании и которая может служить своеобразной основой деятельности работника при отсутствии инструкций. Необходимо, «чтобы управляющие достаточно хорошо знали принципы и подходы, лежащие в основе деятельности корпорации, с тем чтобы применять эту “философию” для достижения согласия, а не для вступления в конфликт» [8, 84]. Своеобразным цементом фирмы являются этика и культура. Однако сильную культуру нельзя импортировать, скопировать, она должна быть естественной для фирмы, “выращенной” внутри нее.

2. Политика “полной занятости”, или “пожизненного найма”. В результате проведения такой политики на основе заключения договора с работником снимается угроза безработицы и опасения за будущее. Вместе с тем это не означает невозможности перемещения работника на другое место работы внутри компании, включая понижение по должности, снижение заработной платы и в целом социального статуса. “Необходимость таких долгосрочных отношений часто продиктована сложностью производства, где умение приходит лишь с опытом” [8, 81], — считает У. Оучи.

3. Повышение разнообразия работы, или принцип “обогащения работ”. Это означает периодическое перемещение работника с одного рабочего места (или должности) на другое, включая перевод из одного подразделения в другое, связанное даже с переменой места жительства (назначение на какую-либо должность в филиал фирмы, находящийся в другом городе). Возможность перемещения совмещается с предоставлением работнику права выбирать вид профессиональной деятельности, конкретную работу, которая представляется ему более посильной и интересной.

4. Развитие “неспециализированной” карьеры. На фирме создается сильная собственная образовательная система, позволяющая ра-

ботникам приобрести несколько различных специальностей, что открывает возможности для карьеры в рамках широкой специализации, перемены места работы как своеобразного “увольнения”.

5. Личные стимулы к труду. Считается, что материальная заинтересованность играет важную роль, но более важна культура работника, его внутренние побуждения к труду, исходящие из убежденности в общности интересов и целей работающих в корпорации, чувства принадлежности к ней как некоей общности. Правда, следует отметить, что центральным звеном в культуре должны являться и являются личные стимулы, личный интерес работника, но проявляющиеся опосредованно, через культуру.

6. Широкое использование не прямого, явного контроля, а косвенного, “скрытого”. Считается, “что каждый человек способен действовать по своему усмотрению и работать автономно, без контроля, потому что пользуется доверием” [8, 91], — утверждает У. Оучи. Сущность этого принципа заключается в отказе от тщательного нормативного планирования производственной деятельности, основанного на жестких количественных показателях, контрольных цифрах, тесно связанных с финансовыми инструментами контроля (зарботной платой, штрафами и т. д.). Главное внимание уделяется стратегическому планированию, “конечным” результатам деятельности фирмы, контролю посредством убеждения, “выращиванию” культуры организации. Вместе с тем, указывает У. Оучи, организации типа “Z” все же используют иерархические формы контроля, тем самым допуская, что полного совпадения индивидуальных и общественных целей может и не быть [8, 92], однако они не носят тотального характера, являясь, скорее, исключением.

7. Консенсуальное принятие решений. “В организациях типа “Z” принятие решений происходит, как правило, коллегиально” [8, 88]. Другими словами, работник лично участвует в процессе принятия решения (правда, на определенном уровне), для чего в организации четко очерчен круг имеющих отношение к тому или иному вопросу. Но достигнутый консенсус носит неформальный, т. е. необязательный, характер, не приобретая силу закона или приказа. Реализация этого принципа способствует развитию межличностного общения, установлению межличностных связей, является своеобразным обучением корпоративной культуре, способствует ее прививанию, а также способствует приобретению навыков управления, общения, обучает передовому опыту, вырабатывает чувство ответственности.

8. Холистическое отношение между нанимателем и нанимаемым, отрицающее патернализм и вмешательство в личную жизнь работника при обеспечении удовлетворения всех его потребностей.

9. Власть и собственность в организации почти полностью разделены. Не только управленческие, но и коммерческие функции выполняют менеджеры, а интересы акционеров среди приоритетов компании иногда значат меньше, чем интересы ее работников. Значение собственности как владения (обладания) определенным количеством акций постоянно уменьшается, стремясь в перспективе к нулю. Должностное положение в фирме занимается уже не по факту принадлежности к семье, владения определенным количеством акций, а только в соответствии с профессиональной пригодностью личности. Более того, назначение или снятие с должности становится уже не правом (волеизъявлением) одного лица, хотя и наивысшего в фирме, а коллективным решением определенного круга работников, строго регламентированным и формализованным письменными документами процессом согласования относительно той или иной кандидатуры, с необходимостью отвечающей предъявляемым ей требованиям. Экономические организации этого типа перестают быть “вотчиной” ее собственников, роль которых ограничивается лишь получением прибыли на имеющиеся у них акции.

10. Размеры фирмы значительно утрачивают свое значение. Более важным является способность компании учитывать изменения внешней среды, гибко и своевременно приспосабливаться к ней, изменяя свою структуру, функции отдельных ее компонентов.

Деятельность таких организаций в обществе (социальной системе) во многом определяется рыночными отношениями, когда каждая организация и каждый конкретный индивид рассматриваются как самостоятельный автономный и независимый субъект, а их совокупность — как некое “хаотичное” поле экономической деятельности, где между субъектами нет отношений подчинения, нет “верхов” и “низов”, нет выше- и нижестоящих и где все имеют одинаковые исходные условия, равные права и обязанности, а каждый субъект “свободен”. Все складывающиеся отношения и связи носят горизонтальный характер, возникая не по принципу подчинения, силы, а по принципу заинтересованности субъектов друг в друге, на основе столкновения интересов с последующим их согласованием и достижением компромисса. Но отношения между субъектами в условиях рынка не хаотичны, иное представление значительно упрощает понимание рынка, при котором действуют некие силы, упорядочивающие движение субъектов, как полюса магнитного поля. Для экономических организаций одним из таких

“полюсов” является прибыль. Субъекты в экономической сфере действуют не просто по своему желанию, а так, чтобы их деятельность была экономически рациональна, “предельно полезна”. “Хаотичное” поле их деятельности приобретает направленность, но она определяется не начальником, не приказом, а вытекает непосредственно из сущности экономического субъекта, преследующего цель получить прибыль. Однако следует отметить, что этот “полюс” постепенно трансформируется или заменяется другим, так как важнейшей целью организации становится не только прибыль, чистая экономическая эффективность, но и определенная стабильность и устойчивость деятельности фирмы (что не всегда тождественно получению максимально возможной прибыли), максимально адекватная приспособленность к изменениям окружающей среды, способность к выживанию, социальная эффективность.

Другим “полюсом” деятельности экономических организаций может быть культура и этика организации, политика государственного регулирования, куда входит и законодотворчество. Однако государство может внести в горизонтальные отношения между субъектами элементы подчинения, т. е. восстанавливать вертикальные связи. Оно может выступить в роли главенствующего экономического субъекта, попытаться навязать свою волю своим партнерам, используя силу и возможности государственной власти. В противовес этому экономическая деятельность может быть взята под контроль закона, разрабатываемого и принимаемого под контролем гражданского общества, т. е. и закон может стать одним из “полюсов” экономической системы.

11. Принципы “Г” — теоретическое обобщение практики управления транснациональной корпорацией “IBM”, сделанное одним из ее администраторов (менеджеров) Д. Мерсером [7]. Эти принципы «основаны на теории “Z”, предназначенной для управления компанией, но “идут дальше”, охватывая индивидуалистические, анархические и клеточные структуры, которые, вероятнее всего, станут основой общества в следующем веке» [7, 369]. Как утверждает Д. Мерсер, само название принципы “Г” выбрано постольку, поскольку их ключевым элементом являются убеждения [7, 332].

Теория описывает и раскрывает механизм управления экономической организацией, имеющей “клеточно-органическую” структуру (“клеточная органика”), в основе которой лежит “контролируемая анархия” — предоставление работникам максимальной свободы с максимальным уровнем полномочий и упором на “индивидуализм”, направленных против проявлений патернализма и бюрократизма в

организации, которая состоит из самостоятельных, полностью свободных, имеющих собственное индивидуальное лицо “клеток” — рабочих групп, состоящих из двух и более человек, но в основном небольших по численности. “Клетки” в любой момент могут изменять свои размеры (увеличиваться, сливаться, делиться, отмирать), функции и связи с другими “клетками”. Главное их свойство, как и организации в целом, — постоянное изменение с целью более адекватного и быстрого приспособления к постоянно изменяющейся окружающей среде. Другое их важнейшее свойство — индивидуальность, только ей присущая специфика деятельности, выполнение конкретных производственных задач, для решения которых они часто и создаются. Эта индивидуальность определяется самой “клеткой” в силу присущей ей самостоятельности и наличия у нее собственной культуры.

Основная функция “клетки” — добывать, обрабатывать, распространять и использовать информацию. Деятельность этой “клетки” определяется не приказами “сверху”, не заранее разработанными инструкциями, полученными извне, а содержащейся в ней ее собственной “культурой”, которая определяет и прогнозирует ее поведение в режиме экономической и социальной оптимизации. Поэтому клетка может самостоятельно, без указаний и рекомендаций адекватно реагировать на изменения внешней среды. «Важнейшие инструкции, которые контролируют функционирование клетки, которые программируют ее деятельность, обычно не получают извне. Они содержатся в эквиваленте ДНК живой клетки. В клеточно-органической структуре поведение клеток прежде всего определяется “культурой” (возникшей из убеждений и принципов)» [7, 368].

Клеточно-органические структуры возникают в эпоху информационно-технологической революции, формируются вокруг малой группы работников, свободно взаимосвязанных в общей структуре. Они имеют право выбора производственной деятельности, полностью реализуют свой творческий и профессиональный потенциал, обладают свободой поведения и возможностью управлять своей судьбой, избавлены от повседневных бытовых забот и не опасаются будущего. В противном случае эффективное управление экономической организацией такого типа невозможно. Оно достигается реализацией в деятельности организации ряда принципов, дополняющих ранее изложенные в теории “Z”.

Во-первых, в компании официально провозглашается сильная вера в индивидуализм: “уважение к человеку” — он прежде всего. Именно этот постулат является основой корпоративной культуры, которая ста-

новится фактором, цементирующим фирму в условиях быстро меняющегося мира. Эта культура универсальна и индивидуальна, представляет собой движущую силу организации, а в основное ее содержание входят также положения “стремление к совершенству” и “обслуживание потребителя” (т. е. не посредника и не перекупщика).

Во-вторых, в компании осуществляется специфическая кадровая политика, позволяющая реализовать исповедуемые в ней убеждения индивидуализма. Эта политика основывается на формировании отношений доверия между рабочими и управляющими, что делает забастовки практически невозможными (они — позор фирмы). Культивируется гордость за собственную работу и принадлежность к организации. Все работники фирмы должны твердо усвоить принцип: “зарплату платит клиент”. В таких компаниях существует возможность подачи анонимных жалоб их руководству. Регулярно (дважды в год) проводятся опросы общественного мнения среди подчиненных о их руководителях, на основе которых делаются заключения о профессиональной пригодности менеджеров и о состоянии морально-психологического климата в коллективе. Здесь осуществляется также политика “открытых дверей” — возможность посещения в определенное время работником организации любого ее руководителя без каких-либо предварительных условий. Устанавливается единый статус для всех работников корпорации. Они постоянно находятся в одинаковых условиях и не имеют привилегий вследствие должностного положения. Социальный статус работника не очевиден и не связан с его местом в иерархии организации, а основан на авторитете, профессиональной пригодности и не имеет каких-либо формализованных атрибутов. В фирму на работу привлекаются специалисты высшей квалификации, в связи с чем детально прорабатываются все вопросы найма новой рабочей силы. Так как необходим высокий уровень подготовки отдельных руководящих работников, осуществляется специальное расширенное обучение управляющих высшего звена по специальной программе. Организация обучает и переобучает и других своих сотрудников, для чего в рамках компании создаются школы повышения квалификации, а затраты средств на обучение рассматриваются как наиболее важное и прибыльное вложение капитала. Д. Мерсер утверждает, что современные передовые организации выделяют на обучение сотрудников от пяти до двадцати процентов суммы, расходуемой на содержание рабочей силы.

В таких организациях проводится также политика максимального делегирования полномочий работникам всех звеньев, в соответствии

с которой менеджер должен как можно больший объем возлагаемой на него ответственности передать подчиненным, всячески поддерживая их инициативу и действия: поддержка и защита сделанного подчиненными — главная функция руководителя. Этим самым намеренно создаются затруднения для деятельности линейных руководителей: сама передача полномочий является формой фактического принижения их роли и значения, ставит под сомнение целесообразность их существования. Каждому работнику предоставлена возможность высказывать свое мнение, что реализуется посредством периодически проводимых опросов общественного мнения, подачи анонимных жалоб, посещения руководителей в дни “открытых дверей” и т. д.

В клеточно-органической структуре вертикальные связи почти разрушены, они заменяются широко развитой сетью горизонтальных связей, степень сложности и утонченности которых позволяет получать адекватную информацию, обеспечивать координацию работ и гибкое приспособление к изменениям окружающей среды, что обеспечивается неограниченным доступом к любой информации и возможностью установления контакта почти с любым сотрудником (включая руководство). В такой организации происходят непрерывные изменения ее структуры с целью не позволить сложиться и утвердиться элементам бюрократизма.

Следует отметить, что принципы “Г” (как и другие рассмотренные теории) не являются жесткими математическими правилами обязательного характера, скорее, это идеальные типы в веберовском смысле, являющиеся орудием познания, а не самим знанием. Конкретные экономические организации могут строиться и функционировать точно в соответствии с этими правилами или их модифицированными формами либо соблюдать лишь часть из них и даже игнорировать, что обусловлено степенью развития организации, готовностью к восприятию положений рассматриваемой теории. Ее главным связующим звеном является убеждение, основным содержанием — индивидуализм, направленный против бюрократизма и патернализма посредством замены вертикальных связей широкой сетью горизонтальных, условием чего является информационная технология, компьютерные сети, коммуникативные связи. Это открывает широкие возможности и перспективы для развития малых структур, делающих упор не на свои размеры, а на качество производимой продукции, личную свободу и ответственность.



Список использованной и рекомендуемой литературы

1. Андрианов Б. В., Марков Г. Е. Хозяйственно-культурные типы и способы производства // *Вопр. истории.*— 1990. — № 8. — С. 3–15.
2. Веблен Т. Теория праздного класса.— М.: Прогресс, 1984.
3. Гэлбрейт Дж.К. Новое индустриальное общество. — М.: Прогресс, 1967.
4. Дайзард У. Наступление информационного века // *Новая технократическая волна на Западе.*— М.: Прогресс, 1986. — С. 343–355.
5. Макгрегор Д. Человеческий фактор и производство // *Социс.*— 1995.— № 1. — С. 146–151.
6. Маркович Д. Социология труда.— М.: Прогресс, 1988.
7. Мерсер Д. IBM: управление в самой преуспевающей корпорации мира. — М.: Прогресс, 1991.
8. Оучи У. Методы организации производства: японский и американский подходы. — М.: Экономика, 1984.
9. Сорокин П. Проблема социального равенства и социализм // *Коммунист.*— 1990. — № 12. — С. 73–80.
10. Струве В. В. Проблема зарождения, развития и разложения рабовладельческих обществ Дальнего Востока // *История Древнего Востока: Материалы по историографии.*— М.: Изд-во МГУ, 1991. — С. 10–16.
11. Тоффлер О. Будущее труда // *Новая технократическая волна на Западе.* — М.: Прогресс, 1986. — С. 250–275.



Контрольные вопросы

1. Критерии периодизации истории.
2. Основные мотивы производственной деятельности.
3. Соотношение политики и экономики, собственности и власти в традиционном обществе.
4. Основной мотив экономической деятельности в индустриальном обществе.
5. Характеристики работника обществ Второй волны.
6. Основной мотив экономической деятельности в информационном обществе.
7. Характеристика работника информационного общества.
8. Основные положения теории “Х”.
9. Структура организаций, управляемых в соответствии с теорией “Х”.
10. Основные положения теории “У”.
11. Структура организаций, управляемых в соответствии с теорией “У”.

12. Структура организаций, управляемых в соответствии с теорией “Z”.
13. Значение культуры и этики в управлении в соответствии с теорией “Z”.
14. Принципы управления, сформулированные в теории “Z”.
15. Структура организаций, управляемых в соответствии с принципами “Г”.



Тематика рефератов

1. Характерные черты и признаки традиционного общества.
2. Эволюция и изменение свойств индустриального общества.
3. Переход индустриального общества к информационному.
4. Сравнительная характеристика теорий “X” и “Y” Д. Макгрегора.
5. Принципы управления экономическими организациями в соответствии с теорией “Z” У. Оучи.
6. Сходство и различие управления экономическими организациями в соответствии с теорией “Z” и принципами “Г”.

ГЛАВА 7

СОЦИАЛЬНЫЕ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

7.1 ГЕНЕЗИС И СОЦИАЛЬНАЯ СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА

Маркетингу как социальному явлению свойственны сложность, изменчивость разнообразие форм существования и сфер использования. В настоящее время можно констатировать наличие политического маркетинга, общественного маркетинга (маркетинга идей), эго-маркетинга, или самомаркетинга. Вместе с тем генетически маркетинг связан и с экономической сферой, и с коммерческой, и с производственной деятельностью, о чем свидетельствует этимологический анализ термина “маркетинг”.

Термин “маркетинг” появился в литературе США на рубеже XIX–XX вв. Он происходит от английского слова *market*, которое имеет много значений и в качестве существительного может переводиться как “рынок”, “базар”, “рынок сбыта”, “продажа”, “сбыт”, “спрос”, “торговля”, “рыночная цена”, а в качестве глагола означает “привезти на рынок”, “продавать”, “сбывать”, “находить рынок сбыта”, “торговать”, “купить или продать на рынке” [3, 967]. Согласно одной из версий структурно понятие “маркетинг” образуют глагол *market* (“продавать”, “сбывать”) и суффикс *-ing* отглагольного существительного [19, 5]. Соответственно термин “маркетинг” означает “продажа”, “сбыт”.

Согласно другой версии понятие “маркетинг” возникло в США в 30-х годах XX в., когда речь шла о овладении рынком сбыта продукции местных фермеров — *market getting* [4, 6]. Английское слово *getting* можно перевести как “приобретение”, “овладение” [3, 676]. Позже в результате контаминации слов *market* и *getting* возникло одно — *marketing*, которое этимологически означает “захват, овладение рынком сбыта”. Однако маркетинг как система экономической деятельности охватывает намного больше аспектов, является более широким понятием. Об этом свидетельствует анализ экономических и социальных предпосылок возникновения и развития концепций маркетинга, а также проблемы реального воплощения их основных принципов.

Теория маркетинга возникла и начала развиваться в США как реакция на обострение проблемы сбыта (кризисов перепроизводства), товарную перенасыщенность рынков более 100 лет тому назад, намного опередив практику [30]. Лишь в начале 50-х годов XX в. в сфере американского бизнеса начался пересмотр существующих концепций предпринимательской деятельности и широкое использование основных принципов и элементов теории маркетинга в деятельности американских промышленных, торговых и других фирм.

В целом общая тенденция развития теории маркетинга в течение XX в. предусматривала смещение главных акцентов деятельности субъектов бизнеса с совершенствования производства, повышения качества товара, коммерческих и сервисных мероприятий на удовлетворенность потребителя, учет экономических, социальных, культурных и экономических макрофакторов среды хозяйствования, а также на реализацию принципов социальной этичности [24, 25]. Появление и развитие маркетинга в мировой теории и практике хозяйствования, его распространение в постсоциалистических странах вследствие их рыночной трансформации обусловлены рядом причин. Остановимся на основных.

Во-первых, это развитие товарного ассортимента и увеличение объемов реализуемой продукции в результате повышения жизненного уровня населения и усиления индивидуализации потребительских ориентаций. Последнее, в свою очередь, — результат перехода от индустриального (массового) общества к супериндустриальному (информационному). Идея этих двух типов общества (а также их анализ и сравнение) принадлежит создателю концепции общества Третьей волны А. Тоффлеру. Он считает, что индустриальному обществу свойственны следующие основные черты [32, 51–216]:

- большинство людей не отличаются разнообразием потребностей, и главные стимулы их поведения носят экономический характер;
- главные факторы производства — труд, сырье и капитал (а не земля);
- производство стандартизированных товаров и услуг более эффективно, нежели поштучное;
- наиболее эффективная организация — бюрократия, в рамках которой каждая ее часть играет неизменную, четко определенную роль в иерархии;
- технологическое движение направлено на стандартизацию производства и благоприятствует “прогрессу”.

Супериндустриальному обществу присущи следующие черты [32, 219–574]:

- основные базовые потребности людей удовлетворены, поэтому удовлетворение только экономических и других базовых потребностей уже недостаточно для мотивации их поведения;

- информация так же (а возможно, и в большей мере) важна, как земля, труд, капитал и сырье;

- смена массового стандартизированного производства новой системой индустриального “ремесленного” производства, в основе которого лежит не ручной труд, а умственный с использованием информации и супертехнологий;

- наиболее эффективный способ организации — не бюрократия, а адхократия (временная, ситуативная организация, ориентирующая на решение конкретных задач), где каждый компонент — свободный модуль, взаимодействующий с другими компонентами по вертикали и горизонтали;

- развитие технологии не обязательно свидетельствует о прогрессе (если это развитие не находится под контролем общества, оно может разрушить уже достигнутое).

Важное значение имеет распространение консьюмеризма — общественного движения, борющегося за качественные товары и внимание к потребителю. Начало движению было положено в 1962 г., когда президент США Дж. Кеннеди провозгласил четыре основных права потребителей, количество которых с тех пор увеличилось до шести [37, 675]:

- право на безопасность;
- право на информацию;
- право на выбор;
- право на возмещение;
- право жить в чистой и здоровой окружающей среде;
- право малоимущих и других меньшинств на защиту их интересов.

Вместе с обществом эволюционировала и культура: на смену культуре модернизма пришла культура постмодернизма. Отличительные черты последней — эклектизм, равноправие разных стилей жизни, плюрализм эстетических стандартов, толерантность в сфере вкусов, отрицание разделения на “высокую” и “низкую” культуру, разворачивание нового мира желаний и ценностей, появление новых форм социальной организации и поведения и прежде всего в сфере потребления, досуга, личной жизни [29].

Таким образом, главные характерные черты супериндустриального общества — информатизация всех аспектов экономической и социальной жизни, высокий уровень инновативности, изменения в системе жизненных ценностей людей, демассификация, стандартизация и ин-

дивидуализация потребностей и запросов — обусловили появление массового потребителя с более развитым представлением о критериях качества жизни. Если в конце XIX в. несколько тысяч наименований товаров удовлетворяли почти все потребности среднего жителя страны, находящейся на стадии индустриализации, то сегодня лишь электронная промышленность в экономически развитых странах предлагает 200 тысяч различных товаров [22, 5].

Во-вторых, глобализация рынка (расширение его территориально-го радиуса в результате интеграции национальных, региональных и континентальных рынков в международный, мировой рынок) привела к обострению конкуренции вследствие стандартизации и унификации условий и норм хозяйственной деятельности товаропроизводителей на всех субрынках. В свою очередь, это обострило проблему сбыта, ибо расширение конкуренции, возможностей массового производства и интернационализация рынков предопределили переход от “рынка продавца” с диктатом производителей к “рынку покупателя”, где свою волю начинают диктовать потребители и торговля, которая перестает играть пассивную роль распределителя товаров. Особенно актуальна эта проблема для Украины, поскольку переход от “закрытой” командно-административной экономики к открытой рыночной предполагает также переход от слабой конкуренции (или ее отсутствия) к полной конкуренции с мировыми лидерами различных товарных рынков. Поэтому проблема интеграции Украины в мировое сообщество — это не просто поиск своих “ниш” на мировом рынке, а прежде всего проблема удержания собственного, национального рынка после его “открытия”.

В-третьих, изменилось соотношение факторов, влияющих на предприятие. Их можно разделить на внутренние и внешние. Внутренние факторы — все отделы и подструктуры предприятия, мощности, кадры, целевая и рабочая программа, комплекс маркетинга (товар, цена, методы распространения и стимулирования сбыта) — контролируются в основном товаропроизводителями. Внешние факторы не однородны по степени влияния на них товаропроизводителя. Среди них — факторы микроокружающей среды (на которые товаропроизводитель может влиять, но не может их контролировать) и макроокружающей среды (на которые товаропроизводитель не в состоянии ни влиять, ни контролировать их) [5].

К факторам микроокружающей среды относятся поставщики, маркетинговые посредники, клиенты (потребители), конкуренты, контактные аудитории, к факторам макроокружающей среды — демографическая, социальная, экономическая, природная, научно-техническая,

политическая и культурная среда деятельности субъекта хозяйствования. Долгое время влияющим на субъект хозяйствования внешним факторам была свойственна определенная стабильность. В XX в. они стали изменчивыми и это отразилось на характере стабильности внутренних факторов. Если до XX в. субъект хозяйствования акцентировал внимание на внутренних факторах (при определенной константности внешних), то позже возникла потребность отслеживать изменение в характере внешних факторов и постоянно приспосабливать к ним характер внутренних факторов. Например, в некоторых отраслях технологический прогресс осуществляется быстрее, чем длится производственный цикл. Это обуславливает необходимость перехода от “краткосрочного” мышления при принятии решений к “долгосрочному”, что, в свою очередь, требует большого количества информации о внешних факторах хозяйствования и их прогнозирования.

Несмотря на интенсивное использование средств маркетинга в мировой практике хозяйствования сегодня не существует более или менее общепризнанного и всеохватывающего определения этого понятия. Об этом свидетельствует наличие более 2000 дефиниций маркетинга, разных направлений в его толковании. Такое эклектическое представление о маркетинге объясняется тем, что он постоянно прогрессирует под влиянием различных факторов, а также как вид практической деятельности по характеру является своеобразным искусством, содержание которого невозможно ограничить рамками одного или нескольких определений.

Институциональный подход к изучению маркетинга состоит в его анализе относительно реализации процесса рыночного обмена, а также в рассмотрении его как элемента механизма товародвижения, регулирующего взаимодействие субъектов рынка — производителей, посредников и потребителей. Необходимость маркетинга (как и торговли, рынка) предопределяется условиями общественного разделения труда, согласно которому производство отделено от потребления в пространстве и во времени. В рамках этого подхода маркетинг определяется так:

- социальный процесс, в результате которого отдельные индивиды и группы получают то, в чем ощущают потребность и чего желают на основе создания и обмена одних товаров и стоимостей на другие (Ф. Котлер) [2, 19];
- процесс, направленный на установление (в рамках наложенных обществом ограничений) удовлетворительных отношений при обмене между людьми и организациями, имеющими разные потребности, и

людьми и организациями, стремящимися удовлетворить эти потребности (Д. Джолсон) [2, 20];

- предпринимательская деятельность, руководящая продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю (Р. Александер (Шерман)) [36, 16];
- организационный коммерческий обмен товарами и услугами с выгодой для всех его участников (Д. Хьюс) [33, 14];
- вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей через обмен (Ф. Котлер) [14, 47];
- человеческая деятельность, направленная на удовлетворение как осознаваемого, так и латентного (скрытого, неосознаваемого) спроса на товары и услуги (Р. Гист) [2, 19];
- процесс согласования возможностей компании и запросов потребителя, результатом которого есть предоставление потребителям благ, удовлетворяющих их потребности, и получение компанией прибыли, необходимой для ее существования и лучшего удовлетворения запросов потребителей в будущем (Е. Голубков) [8, 17].

Из приведенных определений маркетинга видно, что центральным понятием в них является обмен. По мнению Ф. Котлера, процесс обмена является ключевым в маркетинговой деятельности и может быть определен как акт получения желаемого объекта с предложением чего-то взамен. Обмен не обязательно бывает товарно-денежным. К контексту институционального подхода к маркетингу понятие “товар” обозначает все, что способно удовлетворить потребность: изделия, услуги, личности, места, организации, виды деятельности, идеи. Товаром может быть и то, что не относится непосредственно к экономической сфере.

Маркетинг все более проникает в нетрадиционные для него сферы — политику, науку, образование, религию. Перечень сфер, в которых маркетинг институционализируется как вид деятельности, остается открытым, ибо с появлением новых видов объектов, имеющих ценность и другие признаки товара, потребность во взаимодействии с целью обмена постоянно предопределяет необходимость использования этой универсальной социальной технологии. Там, где процессы обмена выражены более конкретно и явно, например в экономической сфере, маркетинг имел больше возможностей оформиться как конкретная деятельность и поэтому получил большее развитие, нежели в сферах, где объектами обмена являются нематериальные ценности, тяжело поддающиеся учету и формализации [9]. В экономической сфере эта степень наивысшая, и поэтому возникновение маркетинга как вида

деятельности и самого понятия “маркетинг” генетически связано прежде всего с коммерческой деятельностью на рынке.

Современное понимание маркетинга как процесса удовлетворения потребностей путем взаимовыгодного свободного обмена обуславливает целесообразность обращения при анализе его (маркетинга) социальной сущности к некоторым положениям теории социального обмена Дж. Хоманса и П. Блау. Поскольку обмен — это базовый социальный процесс, ведущий к формированию социальной структуры общества и присутствующий во всех ситуациях взаимодействия социальных субъектов, правомерно рассмотреть маркетинг как деятельность, направленную на оптимизацию этого процесса в плане взаимовыгодности. Институционализированный как самостоятельный, особый вид деятельности маркетинг может быть определен как социальная деятельность, обслуживающая в обществе процессы обмена.

Наличествуют множество признаков институционализированности маркетинга. Во-первых, это распространение этого понятия и как способа действия (специальный вид деятельности), и как способа мышления (концепция, философия бизнеса). Эти формы тесно взаимосвязаны, что проявляется во взаиморазвитии теории и практики маркетинга. Новые концепции маркетинга предопределены проблемами, возникшими в практической маркетинговой деятельности. В свою очередь, практика маркетинга испытывает осязаемое влияние его новых концепций.

Во-вторых, это наличие организационных форм, адекватных требованиям маркетинга как особого вида деятельности. В структуру многих субъектов хозяйствования (предприятий, организаций, учреждений и фирм) входит специализированная служба маркетинга, существенно влияющая на выработку стратегии, тактики и выбор форм хозяйствования. В систему профессионального образования многих стран (в том числе и Украины) специальность “Маркетинг” входит как обязательная. В Украине осуществляется также защита диссертаций на соискание ученых степеней по этой специальности. При этом отметим, что впервые эта специальность была введена в учебные планы ведущих университетов США в 1902 г.

В нынешних условиях маркетинг как учебная дисциплина и междисциплинарная наука интегрирует методы, результаты и выводы экономических, социологических, психологических, демографических и статистических исследований. По проблемам маркетинга проводятся научно-практические конференции и симпозиумы, издается много книг и специализированных периодических изданий. Эффективно действуют национальные и международные ассоциации маркетинга и рекла-

мы. В 1948 г. был учрежден Европейский комитет по маркетингу (ЕСОМАР), главным направлением деятельности которого является проведение ежегодных конференций и ежеквартальных специализированных семинаров с последующей публикацией материалов. Аналогичный характер носит деятельность Международной ассоциации маркетинга, членами которой являются преимущественно американские и японские компании.

В-третьих, это наличие систем норм, с помощью которых осуществляется социальное регулирование маркетинговой деятельности. Основные из этих норм сосредоточены в рамках национальных законодательств конкретных стран — в законах о предпринимательской деятельности, рекламе, информации и др. На международном уровне действуют нормы Международного кодекса Международной торговой палаты (МТП), ЕСОМАР, Европейского комитета по практике маркетинговых и социальных исследований [17] и Международного кодекса Международной торговой палаты по рекламной практике [18].

В рамках институционального подхода основные акценты смещены на анализ социальной сущности маркетинга. Однако открытым остается вопрос о структуре и механизмах маркетинговой деятельности.

7.2

Структура, принципы и механизмы МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Особенность исследовательского подхода с позиций науки менеджмента состоит в анализе маркетинга с позиций принятия управленческого решения руководителем предпринимательской деятельности. Предприниматели соотносят наличные ресурсы (деньги, изобретения, труд) с будущими результатами и достигают желаемого тем, что эти ресурсы организуют соответственно задачам рынка или социальной системы [21]. В таком контексте маркетинг воспринимается как рыночная концепция управления, к принципиальным требованиям которой относятся смещение центра принятия хозяйственных решений от производственных структур предприятия к коммерческим, стремление совместить производство и сбыт в единый максимально регулируемый технологический процесс. В рамках этого подхода под маркетингом понимают:

- процесс планирования и управления разработкой изделий и услуг, ценовой политикой, продвижением товаров к покупателям и сбы-

том для того, чтобы достигнутое таким образом разнообразие благ приводило к удовлетворению потребностей как отдельных личностей, организаций, так и общества в целом (Американская ассоциация маркетинга — (АМА)) [36, 16];

- ведущую отрасль хозяйственного управления, в функции которого входят организация и руководство совокупностью всех видов деятельности, связанных с превращением покупательской способности в эффективный спрос на специфическое изделие или услугу, а также с доведением этого изделия до конечного или промежуточного покупателя для обеспечения установленной компанией нормы прибыли или достижения других целей (Л. Роджер) [27, 21];

- вид управленческой деятельности, основанной на формировании наиболее целесообразных условий обмена и реализации целей производителя путем сознательного влияния на потребности и нужды или на реализации целей производителя путем динамического (развернутого во времени) согласования “жизненных циклов” потребности в товаре и товара (В. Командровская) [13, 36];

- один из видов творческой управленческой деятельности, содействующий расширению производства, торговли и увеличению занятости путем обнаружения запросов потребителей и организации исследований и разработок для удовлетворения этих запросов; маркетинг связывает возможности производства с возможностями реализации товаров и услуг, обосновывает характер, направление и масштабы работы, необходимой для получения прибыли в результате продажи максимального количества продукции конечному потребителю (Британский институт управления) [27, 19];

- основную функцию административного персонала, которая состоит в организации и управлении комплексом предпринимательской деятельности, связанной с оценкой покупательского спроса, превращением его в реальный спрос на товар или услугу, а также с продвижением товара или услуги к потребителю или клиенту с тем, чтобы достичь запланированных прибылей или других целей (Институт маркетинга, Великобритания) [1, 16].

Общей чертой всех приведенных дефиниций маркетинга является его определение как вида управленческой деятельности. Такая трактовка существенно дополняется функциональным исследовательским подходом, направленным на анализ маркетинговой деятельности как совокупности отдельных управленческих функций. С позиций этого подхода под маркетингом определяют:

- социальный процесс, вследствие которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги в результате их разработки, продвижения и реализации (Университет штата Огайо, США) [36, 16];

- процесс планирования и воплощения замысла относительно ценообразования, продвижения и реализации идей, товаров и услуг путем обмена, который удовлетворяет цели отдельных личностей и организаций (АМА, 1985 г.) [6, 6];

- процесс определения, предвидения и создания потребительских потребностей и желаний и организации всех ресурсов компании для удовлетворения их с большей общей прибылью для компании и потребителя (Б. Гудрич) [6, 19];

- деятельность, которая включает как распознавание потребностей, создание товаров и услуг, удовлетворяющих эти потребности, так и формирование, а отсюда — расширение спроса на эти товары и услуги (У. Район) [2, 20];

- систему действий, которые включают исследования, анализ, планирование, осуществление и контроль выполнения программ, предназначенных для изучения потребительского спроса и создания оперативного управления производством, реализацией продуктов и стоимостей, более качественно удовлетворяющих потребителей для гарантирования достижения целей соответствующей организации (В. Благовоев) [2, 29];

- предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары, услуги, организации, людей, территории и идеи в результате обмена (Дж. Эванс, Б. Берман) [36, 17].

Анализ деятельностных и функциональных дефиниций маркетинга, а также научной, методической и учебной литературы по данной проблематике позволяет определить структуру, функции и основные принципы маркетинговой деятельности.

Маркетинг как деятельность — это сложная система, комплекс действий, осуществляемых процессуально, в определенной последовательности. В состав этой системы входят следующие действия: накопление информации в процессе маркетинговых исследований рыночной среды; анализ накопленной информации и диагностика на ее основе рыночной среды в целях обнаружения потенциальных, неудовлетворенных, осознаваемых или латентных нужд, потребностей и запросов; разработка научно и практически обоснованных вероятностных суждений относительно динамики этих нужд, потребностей и запросов в будущем в процессе прогнозирования; утверждение идеально предвиденных результатов деятельности субъекта хозяйствования по удов-

летворению выявленных вероятных нужд и потребностей потребителей в процессе целеполагания; проекция в будущее деятельности субъекта хозяйствования по достижению утвержденных целей и превращение информации о будущем характере потребностей и спроса потребителей в директивы для целенаправленной деятельности в процессе планирования; установление последовательности использования маркетинговых средств для реализации планов в процессе программирования; разработка конкретных маркетинговых средств, необходимых для реализации того или иного аспекта программы в процессе проектирования; принятие организационно-управленческих решений относительно осуществления соответственных планов, программ и проектов; контроль за реализацией маркетинговых целей, планов, программ и проектов и выявление новых перспективных целей через информационные каналы обратных связей.

Таким образом, структурно маркетинговая деятельность есть разновидностью управления — функцией субъекта хозяйствования (товаропроизводителя), которая предшествует другой его функции — функции производства. При этом влияние маркетинга распространяется за пределы структуры товаропроизводителя, т. е. регулируются не только производственные подструктуры (стратегическое и оперативное управление производством), но и поведение покупателей (спрос товаропотребителей).

Соответственно характеру спроса различают следующие виды маркетингового управления: конверсионный маркетинг (направленный на преодоление негативного отношения потребителей к товару и создание спроса), стимулирующий маркетинг (стимулирование спроса), развивающий маркетинг (выявление потенциального спроса и превращение его в реальный), ремаркетинг (возобновление традиционного спроса, который снизился), поддерживающий маркетинг (поддержка удовлетворительного спроса), демаркетинг (снижение чрезмерного спроса в связи с его превышением производственных возможностей), синхромаркетинг (стабилизация, регулирование спроса при его колебаниях), противодействующий маркетинг (ликвидация иррационального спроса, противоречащего интересам общества) [4, 21].

Содержание маркетинговой деятельности проявляется также в основных функциях, осуществляемых ею в рамках общей структуры деятельности субъекта хозяйствования:

- аналитическая функция — изучение рынка (ранжирование по критериям емкости, инвестиционной политики в потребительских отраслях, импортного регулирования, географического положения и

стабильности правового режима), потребителей (сегментирование, прогнозирование и моделирование поведения покупателей), фирменной структуры рынка (покупатели, контрагенты, конкуренты, посредники), изучение его товарной структуры и анализ внешней среды предприятия;

- производственная (творческая) функция — организация производства новых товаров (товаров рыночной новизны) и материально-технического снабжения, а также управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции;
- функция сбыта — организация системы товародвижения, проведение целенаправленной товарной политики, организация сервиса и проведение целенаправленной ценовой политики;
- функция собственно управления и контроля — планирование, информационное и коммуникативное обеспечение деятельности субъекта хозяйствования, контроль с помощью ситуационного анализа [16, 38].

Деятельность субъекта хозяйствования, использующего стратегию маркетинга, опирается на определенные основополагающие принципы. Основным принцип маркетинга — целевая ориентация конечных результатов производства на реальные требования и пожелания потребителей. Перед тем, как организовывать товарное производство, необходимо определить, какой именно товар, с какими потребительскими свойствами, какого качества, в каком количестве, по какой цене, в каком месте и в какое время желает получить потенциальный покупатель.

Следующий принцип маркетинга — ориентация деятельности товаропроизводителя не на эпизодическую выгоду, а на цели долгосрочного порядка. Это позволяет субъекту хозяйствования занять видное место на рынке и, таким образом, удачно работать на свой имидж. Маркетинг должен содействовать повышению качества жизни, прогрессу, а не способствовать деградации общества. Поэтому субъект хозяйствования должен не только приспосабливаться к требованиям рынка, запросам покупателя, но и активно влиять на рынок и потребительский спрос с помощью всех доступных средств в целях формирования последнего в необходимых для себя и общества направлениях и параметрах.

В процессе предыдущего анализа маркетинговой деятельности стало ясно, что она есть совокупностью, даже системой взаимосвязанных последовательных действий. Раскрытие сущности системных связей в структуре маркетинговой деятельности, а также ее основных механизмов требует применения системного исследовательского подхода. Кроме трактовки маркетинга как системы особенность этого подхода

состоит в том, что он охватывает и обобщает результаты исследований в рамках институционального, функционального и деятельностного подходов. Это позволяет воспроизвести модель маркетинга как определенного механизма, создающего товарно-денежный и информационный потоки и координирующего их движение и взаимовлияние. В системных определениях маркетинга последний определяется так:

- комплексное явление, охватывающее всю деятельность фирмы начиная с изучения рынка, выявления его действенных потребностей, планирование на этой основе товарного ассортимента, научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), организации производства товаров, осуществления мероприятий по формированию и стимулированию потребительского спроса на них и заканчивая реализацией готового продукта и послепродажного его обслуживания (Н. Капустина) [12, 13];

- система организации всей деятельности современной крупной корпорации по разработке, производству и сбыту товара или предоставление услуг для получения монопольно высокой прибыли на основе глубокого и всестороннего знания рынка и реальных запросов и потребностей покупателей (Д. Костюхин) [33, 17];

- система управления, предусматривающая высококоординированную и целенаправленную деятельность по изучению рынков сбыта, приспособлению производства к их требованиям и активное влияние на рыночные процессы потребителей в целях формирования сбыта и получения монопольно высоких прибылей (Г. Абрамишвили) [1, 36];

- специальная система организации деятельности современной промышленной компании, направленная на решение проблемы реализации на микроэкономическом уровне путем изучения потребительского спроса и приспособление к нему производства, а также путем его целенаправленного формирования и подчинения интересам фирмы (Н. Капустина) [12, 24];

- система внутрифирменного управления, направленная на изучение и учет спроса и требований рынка для обоснованной ориентации производственной деятельности предприятия на выпуск конкурентоспособных видов продукции в заранее установленных объемах и соответствующих определенным технико-экономическим характеристикам (И. Герчикова) [7, 144];

- система делового предпринимательства, предусматривающая планирование, установление цен на товары или услуги, необходимые действительным и предполагаемым потребителям, распространение и распределение этих товаров [28].

Анализ этих системных определений маркетинга в частности, а также литературы (в которой рассматриваются его системные аспекты) в целом дает основания утверждать, что существенными принципами маркетинговой деятельности есть принципы ее системности, комплексности и синергизма. Системность и комплексность предполагают, что использование маркетинга обеспечивает эффект только в том случае, если он используется как система, рационально интегрированная совокупность предпринимательской, исследовательской, прогностической, производственной, сбытовой, рекламной и сервисной деятельности. Использование этих составляющих самих по себе, как правило, не дает устойчивых позитивных результатов. В то же время комбинация общего влияния этих компонентов маркетинговой деятельности на результаты хозяйствования предприятия (фирмы) не равна простой сумме их отдельных влияний, а значительно превышает ее. Речь идет о синергетическом эффекте в маркетинге, условиями появления которого являются системность и комплексность осуществляемой маркетинговой деятельности.

Маркетинговая деятельность, а также маркетинговое взаимодействие субъектов рынка — сложные социально-экономические процессы, при которых субъект маркетинговой деятельности (производитель) исходя из своих производственных возможностей заблаговременно ищет потребителей, потребности которых он может удовлетворить. Перед обменом стоимостями, выраженными в деньгах, товарах и услугах, осуществляется обмен информацией: производитель изучает потребности потребителей с помощью маркетинговых исследований и рекламирует свои товары; потребитель воспринимает рекламу, ознакомливается с товарами и различными способами выражает свое отношение к ним.

Поскольку маркетинговая деятельность как вид управления и регуляции взаимодействия субъектов рынка предполагает наличие экономических (товарно-денежных), информационных (маркетинговые исследования и реклама) и социальных (социокультурные и социально-психологические аспекты восприятия, покупки и потребления товара) взаимодействий, связей и отношений, то необходимо проанализировать соответственные производные механизмы маркетинга — экономический, информационный и социальный.

Экономический механизм маркетинга — это сложный механизм произвольной координации поведения потребителей, производителей и других субъектов рынка, действующий через систему ценообразования, сопоставления предложения и спроса, соотношения издержек и прибылей. Этот механизм основан на совокупности экономических регуляторов и

стимулов, используемых всеми субъектами рынка во время товарно-денежного обмена. Собственно рынок — это платформа, на которой возникает этот обмен. В условиях конкуренции производители для управления спросом потребителей на свои товары используют такой рычаг, как цены. В свою очередь, потребители в условиях конкуренции между производителями влияют на ценовую политику последних динамикой спроса.

Хотя маркетинг функционально базируется на экономическом механизме как своеобразной платформе, его сущность и содержание не ограничиваются экономическими аспектами. Ведь экономический механизм сам по себе возник намного раньше маркетинга одновременно с появлением рынка и денег. А маркетинг, как отмечалось, возник лишь на определенном этапе зрелости цивилизованного общества, на этапе перехода к постиндустриальному обществу.

На экономическое поведение субъектов рынка влияют не только рыночные цены и количество достижимых благ, но и время. Важная особенность всех зависящих от времени хозяйственных и рыночных решений состоит в неопределенности, которая сопровождает процесс их принятия вследствие неполного знания и неверной информации о будущей конъюнктуре рынка, о возможностях и факторах, способных повлиять на результаты этих решений. Там, где существует неопределенность, появляется возможность ее уменьшения, называемая информацией. Информация — это понятие, прямо противоположное понятию “неопределенность” [38].

Поэтому поведение субъектов рынка зависит как от традиционных экономических параметров, так и от сигналов, которые сами по себе не относятся к экономическим параметрам, но помогают уменьшить неопределенность в процессе принятия хозяйственных решений. Поскольку условием функционирования маркетинга есть целенаправленный информационный обмен между производителями, потребителями и субъектами рынка, то необходимо проанализировать механизм этого обмена.

Маркетинг функционирует через систему маркетинговых коммуникаций — это единый комплекс, объединяющий участников, каналы и приемы коммуникации организации (производителя) и направленный на установление и поддержание отношений с адресатами коммуникации (объектами маркетинга) в рамках ее маркетинговой политики. В наиболее общем виде система маркетинговых коммуникаций субъекта хозяйствования (производителя) охватывает следующие составляющие:

- маркетинговые структуры, занимающиеся сбором и анализом информации — системы внутренней отчетности, маркетинговых исследований, сбора текущей внешней информации и анализа собранной маркетинговой информации;
- маркетинговые структуры, осуществляющие руководящие функции — управление маркетингом, планирование и разработку ассортимента продукции, маркетинговый контроль;
- маркетинговые структуры, занимающиеся распространением информации — отдел рекламы и стимулирования сбыта, отдел связей с общественностью (паблик рилейшнз) и контактными аудиториями;
- канал прямых информационных связей, через который маркетинговая информация (реклама, пропаганда) распространяется в рыночной среде;
- канал обратных информационных связей, через который собирается маркетинговая информация из внешней рыночной среды (маркетинговые исследования).

Сущность действия информационного механизма маркетинга состоит в циркуляции (круговороте) маркетинговой информации по каналам прямых и обратных связей между товаропроизводителем и окружающей рыночной средой (прежде всего потребителями). Сначала производитель в процессе маркетинговых исследований собирает информацию об актуальных потребностях потребителей. После анализа собранной информации он принимает решение о создании соответствующего потребительским запросам товара, который впоследствии предлагает потребителям на рынке. Затем снова в процессе маркетинговых исследований отслеживает реакцию потребителей на товар производитель и при необходимости вносит коррективы в производственную и коммерческую деятельность и т. д.

Такие постоянно возобновляющиеся информационные витки (циклы) являются условием успешной адаптации и функционирования субъекта хозяйствования в рыночной среде. Функция рассматриваемого информационного механизма заключается в регулировании взаимодействия субъектов рынка при товарно-денежном обмене. Оптимизирующая роль информационного механизма маркетинга состоит в повышении уровня упорядоченности и системности рыночной среды вследствие формирования информационных сетей вокруг субъектов рынка, создания между ними информационных связей.

Однако производственная деятельность, покупательское поведение и потребительская деятельность в рамках системы маркетингового взаимодействия регулируются не только экономическим и информа-

ционными механизмами. С обеих сторон решения относительно производства или покупки определенного товара принимают конкретные личности — представители определенной культуры, субкультур, возраста, пола и со свойственными им психологическими особенностями. То или иное решение субъекта рынка определяется не только экономическими мотивами или наличием необходимой для принятия решения информации, но и социальными, социокультурными и социально-психологическими факторами. Поэтому очевидна также необходимость анализа социального механизма маркетинга.

Обнаружение и анализ социальных механизмов экономических процессов с помощью методологии, основывающейся на категории “механизм”, — фундаментальная черта исследований, проводящихся в экономической социологии [11, 76]. Сердцевину социального механизма маркетинга (как и социального механизма каких-либо иных экономических процессов и явлений [20, 21]) образуют четыре группы элементов. Во-первых, это социальные институты общества — массового потребления, общественного производства, социально-экономического распределения, товарно-денежного обмена, культуры, государства, идеологии, морали и другие, которые в большей или меньшей степени причастны к регулированию поведения субъектов рынка в процессе их взаимодействия во время обмена стоимостями. Во-вторых, это условия жизнедеятельности и функционирования социально-экономических групп субъектов рынка — природно-географические, социальные, экономические, культурные, бытовые, политические, правовые и др. В-третьих, это те или иные стороны сознания субъектов рынка — ценностные ориентации, нормативные представления, предпочтения — приоритеты социальных благ, интересы, потребности, мотивации поведения, его цели и задачи. В-четвертых, это определенные формы социально-экономической активности субъектов рынка — производственная и коммерческая деятельность товаропроизводителя, покупательное поведение и потребительская деятельность товаропотребителя.

В рамках социального механизма маркетинга эти взаимосвязанные группы явлений разной природы “переструктурируются” и, приобретая специфическое содержание, создают систему, способную к функционированию — управлению (регуляции) социально-экономической активностью субъектов рынка. Функционирование этого механизма сводится к активизации системы взаимосвязей входящих в его состав элементов.

Активизация системы социальных связей состоит в следующем:

- социальные институты формируют условия жизнедеятельности и функционирования социально-экономических групп субъектов рынка, определяют их характер и особенности социально-экономического положения;
- условия жизнедеятельности, функционирования и социально-экономическое положение этих групп детерминируют характер ценностей, интересов, потребностей, мотивов, ориентаций и установок их представителей;
- ценности, интересы, потребности, мотивы, ориентации и установки непосредственно влияют на цели и задачи производственной, коммерческой и маркетинговой деятельности товаропроизводителей, а также покупательского поведения и потребительской деятельности потребителей;
- социально-экономическая активность групп субъектов рынка (производителей, потребителей и др.) определяет характер соответствующих процессов производства, обмена и потребления товаров и услуг, социального управления взаимодействием субъектов рынка при обмене стоимостями.

Главный двигатель социального механизма маркетинга — социально-экономическая активность субъектов рынка. Своеобразие рассмотренной ситуации состоит в том, что маркетинговая деятельность, также являясь разновидностью упомянутой активности, в качестве своего объекта имеет и другие ее разновидности. Последнее касается прежде всего маркетинговых исследований покупательского поведения, предметное содержание которых рассмотрим отдельно.

7.3

Предметное поле маркетинговых исследований поведения покупателей

Принятие в процессе маркетинговой деятельности решений относительно разработки перспективных товаров (услуг) должно основываться на достаточном объеме информации о соответствующих потребностях и предпочтениях потребителей. Эта информация позволяет повысить качество управленческих решений, поскольку сокращает сферу связанного с ними риска.

В прошлом, когда масштабы и темпы деятельности субъектов хозяйствования были небольшими, предприниматели учились понимать своих клиентов, получая от них информацию в процессе повседневного

го коммерческого общения. В современных условиях в связи с увеличением масштабов хозяйствования (производства) и потребления (потребительских рынков), появлением сети торговых посредников возможности прямой коммерческой коммуникации между товаропроизводителями и товаропотребителями ограничались. Ограничились соответственно и возможности непосредственного прямого обсуждения нужд, потребностей и запросов потребителей, т. е. возможности получения информации из первых рук.

С момента формирования субъектом маркетинга концепции (идеи) товара, способного удовлетворить актуальные потребности потребителей, и принятия решения относительно его создания до практической реализации идеи и предложения потребителям уже готового продукта проходит определенное время. Вследствие этого существует риск создания товара, который может устареть еще в процессе разработки. Поэтому необходимо прогнозирование, способное “перекрыть” “реализационный цикл” и дать вероятную научную и практически обоснованную информацию о потребностях потребителей на время введения в потребительский оборот гипотетического товара (и о жизненном цикле этого товара). Прогнозирование позволяет определить перспективность, а значит и экономическую целесообразность определенного направления работы субъекта хозяйствования при условии, что решение о разработке нового товара основано на прогнозной информации и возможном состоянии спроса на этот товар на время его готовности к реализации.

Обеспечение упомянутой информацией осуществляет так называемая система маркетинговой информации, являющаяся автономной подсистемой в составе субъекта хозяйствования (товаропроизводителя). Это постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов, предназначенная для сбора, классификации, анализа, оценки и распространения актуальной, своевременной и точной информации для ее использования распорядителями сферы маркетинга в целях совершенствования планирования маркетинговых мероприятий, воплощения их в жизнь и контроля за исполнением [14, 114].

В наиболее общем виде функционирование системы маркетинговой информации сводится к налаживанию информационных потоков от маркетинговой среды (макро-, микроокружающей и внутренней) к ЛПР и обратно, состоящих из принятых решений и другой информации.

Информацию собирают, анализируют и распространяют с помощью четырех подсистем низшего уровня, составляющих в совокупности систему маркетинговой информации:

- системы внутренней отчетности, отображающей показатели текущего сбыта, издержки, объемы материальных запасов, движение денежной наличности, данные о дебиторской и кредиторской задолженности;
- системы сбора внешней текущей маркетинговой информации, которая по сути есть набором различных источников, с помощью которых руководители получают повседневную информацию о событиях, происходящих в коммерческой среде;
- системы маркетинговых исследований, которая заключается в систематическом определении объема данных, необходимых в определенной сложившейся в фирме ситуации;
- системы анализа маркетинговой информации, основу которой составляют статистический банк (совокупность современных методик статистической обработки информации, позволяющих наиболее полно раскрыть взаимозависимости в рамках подобранных данных и установить степень их статистической надежности) и банк моделей (совокупность математических моделей, с помощью которых деятели рынка принимают оптимальные маркетинговые решения) [14, 115]. Если две первые составляющие системы маркетинговой информации существовали до возникновения маркетинга, то две последние образуют его неотъемлемый, сущностный компонент (атрибут) — маркетинговые исследования, использование которых связано собственно с возникновением и распространением маркетинга.

Проводить маркетинговые исследования означает “прислушиваться к мнению потребителя” [34]. В Международном кодексе по практике маркетинговых и социальных исследований под термином “маркетинговые исследования” понимаются “систематический сбор и объективная запись, классификация, анализ и представление данных, относящихся к поведению, потребностям, отношениям, мнениям, мотивациям и т. д. отдельных личностей и организаций (коммерческих предприятий, государственных учреждений и т. д.) в контексте их экономической, общественной, политической и ежедневной деятельности” [17, 89]. Основным направлением маркетинговых исследований в области экономики является изучение поведения потребителей и покупателей. Наиболее массовым и динамичным есть рынок индивидуальных потребителей и покупателей, на котором покупки осуществляют отдельные личности.

Оперируя понятием “покупатель”, маркетологи могут иметь в виду пять категорий людей, с которыми субъект хозяйствования взаимодействует на рынке [23, 10]:

- потенциальный покупатель (лицо, заинтересованное в покупке);
- посетитель (лицо, посетившее место торговли хотя бы один раз);
- собственно покупатель (лицо, осуществившее акт покупки хотя бы один раз);
- клиент (лицо, осуществляющее покупки регулярно);
- приверженец (лицо, убеждающее других покупать определенный товар).

Усилия маркетологов в этом контексте направлены на то, чтобы покупатель стабильно эволюционировал от заинтересованности к стойкой приверженности к товару. Для этого исследуют особенности поведения всех упомянутых категорий в целях адресной разработки средств влияния на них.

Существенным моментом поведения покупателей, на который сфокусированы исследовательские усилия маркетологов, является принятие решения при выборе и покупке товара. Речь идет о трех основных типах поведения в процессе принятия покупательского решения (или о трех типах подходов к решению проблемы покупки) [15, 93]:

- поведение, основанное на рутинной реакции;
- поведение, предусматривающее ограниченное решение проблемы покупки;
- поведение, направленное на расширенное решение проблемы покупки.

Первый тип поведения проявляется в ситуации, когда потребитель накопил достаточный объем знаний, опыта и выработал определенные приоритеты относительно одной или нескольких знакомых марок товара. Этот самый простой тип поведения распространен в основном в ситуациях покупки дешевых товаров и товаров повседневного спроса. В этом случае процесс выбора и принятия решения о покупке упрощен и осуществляется после короткого информационного поиска или вообще без него.

Поведение, предусматривающее ограниченное решение проблемы покупки, характерно для ситуации, когда покупатель встречается с новой, неизвестной разновидностью (маркой) в рамках известного ему класса товаров, как правило, в условиях недостаточного обеспечения надлежащего уровня удовлетворения существующими известными марками. Критерии выбора товара в этом случае уже существуют, и это позволяет уменьшить сферу поиска информации (а значит, и ограничить решение проблемы). Покупатели перед принятием решения о покупке ищут информацию о конкретной марке товара (или услуге), собирают сообщения, опрашивают знакомых и т. п.

Поведение, направленное на расширенное решение проблемы покупки, характерно в ситуации, когда покупателям необходимо принять сложное решение относительно покупки более дорогих и незнакомых товаров. Когда покупатели встречаются с незнакомыми марками в рамках незнакомого класса товаров, и критерии выбора будут нечеткими или их вообще не будет, возникает риск ошибиться. Поэтому покупатели используют следующий метод решения сложных проблем: собирают как можно больше информации, тщательно оценивают альтернативы, советуются, принимают во внимание позитивные и негативные последствия покупки, а также социально-статусные и социокультурные аспекты потребления конкретного товара.

Среди факторов, от которых зависит поведение покупателей, в литературе по проблемам маркетинга особо выделяются психологические (потребности, мотивация, восприятие, усвоение, установки, риск, личность и Я-концепция); социальные и социокультурные (культура, субкультура, социальные статусы и роли, референтные группы, социальная дифференциация покупателей и их социальное положение, лидеры общественного мнения); демографические (возраст, пол, этапы жизненного цикла семьи, род занятий, экономическое положение, образовательный уровень, место жительства); ситуативные (экономическое и социальное окружение, перспективы, четкость восприятия решаемой проблемы, предыдущий опыт, внутреннее состояние) [39, 150; 40, 397].

В совокупности все эти взаимосвязанные внешние и внутренние, объективные и субъективные, общие и специфические, непосредственные и опосредованные, функциональные, структурные и генетические факторы образуют сложный иерархический и многоканальный механизм регуляции поведения покупателя [26, 14].

В рамках упомянутого механизма можно выделить биологический, психологический и социальный контуры. С их исследования начинаются проектирование товара, разработка стратегий ценообразования, формирования спроса и стимулирования сбыта. Ключевое значение при этом имеет изучение мотивации покупателей и потребителей, что позволяет маркетологам решить комплекс проблем сбыта товаров [10]:

- выяснить мотивы покупки и препятствия ее осуществления;
- раскрыть процесс получения информации покупателем и процесс принятия им решения относительно покупки;
- выявить лидеров, определяющих общественное мнение относительно товара;
- определить условия и время использования товаров и услуг;

- установить степень рациональности или иррациональности покупки, интерес к иным видам покупок, важность обладания каким-либо благом, а также наличие или отсутствие какого-либо блага;
- типологизировать покупателей по психосоциальным критериям;
- отслеживать изменение вкусов и привычек разных групп покупателей относительно определенного вида товаров или услуг, смещение ориентаций покупателей на другие источники удовлетворения потребностей (в зависимости от моды, смены способа жизни);
- определить, какой тип рекламы следует использовать — информативную, престижную, с уклоном на всеобщую известность, в форме бесед; выявить степень информационного насыщения целевого рынка рекламой определенного товара или услуги;
- разработать позицию, направление, тему и аргументацию при составлении текста рекламы, а также выявить то, на чем не следует акцентировать внимание в рекламном обращении к потенциальным покупателям;
- быть информированным о жизненных фазах товара и его имиджа, что позволяет эффективно проводить инновационную и коммерческую политику.

Таким образом, цель маркетинговых исследований состоит, во-первых, в том, чтобы ориентировать производителя на достижение содержательного и функционального соответствия товара потребности потребителя; во-вторых, получить информацию, которая позволит товаропроизводителю эффективно управлять поведением покупателей с помощью специальных средств (рекламы, цен, организации сбыта).

Судя по содержанию предметного и проблемного поля, маркетинговые исследования поведения покупателей носят преимущественно социологический, психологический и социально-психологический характер. Аналогичный характер имеют также методология, методы и конкретные методики маркетинговых исследований. Последние по характеру решаемых задач бывают количественными и качественными. Количественные исследования направлены на сбор информации о различных аспектах потребления, для интерпретации которой возможно применение статистических процедур анализа с целью подтверждения или опровержения исследовательских гипотез. В процессе этих исследований широко используют различные формы опроса — личные и телефонные интервью, почтовые анкетирования [35].

Количественные исследования помогают выяснить поведение потребителей, дифференцировать их по разным критериям, однако не могут объяснить, почему именно так, а не иначе ведут себя потребители.

Для преодоления этого ограничения маркетологи с 50-х годов XX в. используют качественные методы исследования (или методы исследования мотивации), среди которых наиболее распространены глубинное интервью, групповые дискуссии и проективные техники [35, 121].

Возможности качественных исследований также ограничены — они нерепрезентативны, поскольку их выводы основываются на субъективной интерпретации мнений небольших групп людей. Качественное исследование способно лишь конкретизировать сферу и улучшить содержание репрезентативного количественного исследования рынка, и поэтому маркетологи рассматривают его как начальную стадию комплексного маркетингового исследования, в котором совмещаются количественный и качественный подходы.

В общем маркетинговые исследования — это одно из ключевых средств современной технологии маркетингового управления хозяйственной деятельностью в условиях турбулентной рыночной среды.



Список использованной и рекомендуемой литературы

1. *Абрамишвили Г. Г.* Проблемы международного маркетинга. — М.: Междунар. отношения, 1984.
2. *Благоев В.* Маркетинг в определениях и примерах: Пер. с болг. — СПб.: Два+Три, 1993.
3. *Большой англо-русский словарь*: В 2 т. — 4-е изд., испр. и доп. — М.: Рус. яз., 1987. — Т. I.
4. *Гаркавенко С. С.* Маркетинг. — К.: Лібра, 1996.
5. *Генов Р.* Профессия — маркетинг // *Твоя профессия*. — 1990. — № 12. — С. 32.
6. *Герасимчук В. Г.* Маркетинг: теорія і практика. — К.: Вища шк., 1994.
7. *Герчикова И. Н.* Менеджмент. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
8. *Голубков Е. П.* Маркетинг: стратегии, планы, структуры. — М.: Дело, 1995.
9. *Гульченко И. Г.* Социальная сущность маркетинга // *Вестн. Моск. ун-та Сер. 18. Социология и политология*. — 1996. — № 2. — С. 38.
10. *Дайан А.* Маркетинг // *Академия рынка: маркетинг*: Пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др. — М.: Экономика, 1993. — С. 25.
11. *Заславская Т. И., Рывкина Р. В.* Социология экономической жизни: Очерки теории. — Новосибирск, 1991.

12. *Капустина Н. Е.* Теория и практика маркетинга в США. — М.: Экономика, 1981.
13. *Командровская В. Е.* Исследование существующих подходов к определению маркетинга // Проблемы системного подхода к экономике: Сб. науч. тр. — К., 1996. — С. 36.
14. *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1990.
15. *Ламбен Ж.-Ж.* Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: Пер. с фр. — СПб.: Наука, 1996.
16. *Маркетинг* / А. Н. Романов, Ю. Ю. Корлюгов, С. А. Красильников и др.; Под ред. А. Н. Романова. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
17. *Международный кодекс Международной торговой палаты и Европейского комитета по маркетингу по практике маркетинговых и социальных исследований* // М. А. Окландер. Маркетинг и логистика в предпринимательстве. — Одесса, 1996. — С. 87–101.
18. *Международный кодекс Международной торговой палаты по рекламной практике* // Е. В. Ромат. Реклама в системе маркетинга. — Харьков, 1995. — С. 209–214.
19. *Парсяк В. Н., Рогов Г. К.* Маркетинговые исследования. — К.: Наук. думка, 1995.
20. *Пилипенко В. Е.* Социальная регуляция трудового поведения (Социологический анализ). — К.: Наук. думка, 1993.
21. *Пилипенко В. С., Шевель І. П.* Соціологія підприємництва. — К.: Європа, 1997.
22. *Прауде В. Р., Білий О. Б.* Маркетинг. — К.: Вища шк., 1994.
23. *Рафел М., Рафел Н.* Как завоевать клиента: Пер. с англ. — СПб.: Питер Пресс, 1996.
24. *Резнік В. С.* Генеза та соціально-економічна сутність маркетингу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 1998. — № 4-5. — С. 106–108.
25. *Резнік В. С.* Соціальні, соціологічні та соціально-психологічні основи маркетингу. — Кам'янець-Подільський: Абетка, 1998.
26. *Резнік В. С.* Теоретично-концептуальне моделювання поведінки покупців у світовій практиці маркетингу. — Кам'янець-Подільський: МП “Астрей”, 1998.
27. *Роджерс Л.* Сущность маркетинга // Маркетинг / Под ред. А. И. Кредисова. — К.: Украина, 1994. — С. 21.
28. *Рубин Ю. Б.* Обыкновенный маркетинг (трактовка Ф. Котлера и что из нее следует) // Экон. науки. — 1991. — № 3. — С. 30.
29. *Систених Ф.* Качественные рыночные исследования // Маркетинг и предпринимательство: Ученые зап. фак. коммерции. — СПб., 1995. — С. 140.
30. *Смирнова Л. А., Протопопов А. Ю.* Маркетинг в США // Маркетинг / Под ред. А. И. Кредисова. — К.: Украина, 1994. — С. 292.
31. *Современная концепция маркетинга* / Сост. О. Н. Мозговой. — К., 1992.

32. *Тоффлер А.* Третья волна. — М., 1999.
33. *Третьяк О. А.* Маркетинг: взаимосвязи производства, торговли и потребления. — СПб., 1992.
34. *Хемилтон Дж.* Что такое маркетинговое исследование? // Социол. исслед. — 1994. — № 3. — С. 109.
35. *Хемилтон Дж.* Что такое маркетинговое исследование? // Социол. исслед. — 1994. — № 5. — С. 119–134.
36. *Эванс Дж. Р., Берман Б.* Маркетинг: Сокр. пер. с англ. — М.: Экономика, 1990.
37. *Энджел Д. Ф., Блэкуэлл Р. Д., Миниард П. У.* Поведение потребителей. — СПб.: Питер Ком, 1999.
38. *Эрроу К.* Информация и экономическое поведение // Вопр. экономики. — 1995. — № 5. — С. 98.
39. *Bovee C. I., Thill J. V.* Marketing. — N.Y.: McGraw Hill, 1992.
40. *Pepels W.* Handbuch moderne marketing praxis: In 2 Bd.— Dusseldorf, 1993. — Bd.1: Die Strategien im Marketing.



Контрольные вопросы

1. Основные предпосылки генезиса маркетинга.
2. Социальная сущность маркетинга.
3. Чем различаются институциональный, функциональный, деятельностный и системный подходы к анализу маркетинга?
4. Содержание основных функций и принципов маркетинговой деятельности.
5. Специфика экономического, информационного и социального механизмов маркетинговой деятельности.
6. Какую роль маркетинговые исследования играют в системе маркетинга?
7. Содержание предметной и проблемной области маркетинговых исследований.



Тематика рефератов

1. Развитие теории маркетинга.
2. Специфика маркетинговой деятельности в условиях трансформирующейся экономики.
3. Основные компоненты системы маркетинга.
4. Методы количественных маркетинговых исследований.
5. Методы качественных маркетинговых исследований.
6. Индивидуальные потребители и покупатели как объект маркетинговых исследований.

ГЛАВА 8

СОЦИОЛОГИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

8.1 Анализ основных категорий

Известный социолог А. Пригожин приводит такое определение понятия “нововведение”: это “есть такое целенаправленное изменение, которое вносит в среду внедрения (организацию, население, общество и т. д.) новые, относительно стабильные элементы. Нововведение же суть процесса, то есть переход некоторой системы из одного состояния в другое” [18, 20]. Анализируя состав нововведений и осуществляя их типологию, ученый приводит следующие основные основания для их систематизации [18, 29]:

- по типу новшеств — материально-технические и социальные;
- по механизму осуществления — единичные, т. е. осуществляемые на одном объекте, и диффузные, т. е. распространяемые по многим объектам; завершенные и незавершенные; успешные и неуспешные;
- по особенностям инновационного процесса — внутри- и межорганизационные).

Исследователь Н. Лапин дает иное определение этого понятия: “Нововведение (инновация — от *innovatio*) суть изменение, развитие способов и результатов деятельности людей. Сущность нововведения составляет инновационная деятельность, а содержание — комплексный процесс издания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием развития общества. Одновременно это есть процесс сопряжения с данным новшеством изменений в той социальной и вещественной среде, в которой совершается его жизненный цикл. В зависимости от предметного содержания новшества различают технические (продуктивные, технологические) и социальные (экономические, организационные, культурные) нововведения” [12, 63–64].

Последнее определение отражает многоаспектный характер распространения нововведений в отличие от мнения отдельных исследователей, сводящих нововведение к техническому новшеству, изобретению. Нововведение, если рассматривать его в широком смысле,

должно распространяться на любое изменение в условиях жизнедеятельности отдельных социальных групп и общества в целом. Это важно подчеркнуть, так как до последнего времени в работах некоторых авторов проблема нововведений искусственно сужалась рамками внедрения различных технических новшеств на производстве.

Относительно классификации нововведений многочисленные исследователи этой проблемы не имеют единого мнения, и это естественно, учитывая ее сложность. Один из наиболее распространенных подходов к классификации нововведений на промышленных предприятиях состоит в выделении их основных групп: нововведения, в результате которых создается новый вид промышленной продукции, технологические и управленческие нововведения. Такой подход к классификации нововведений определяет основные направления изменений на промышленном предприятии. Хотя, как и при любой классификации, границы между отдельными группами нововведений условны. Так, обычно нововведения относительно создания нового вида продукции тесно связаны с технологическими и управленческими. Анализируя последние, с неизбежностью приходится выходить на более широкую группу социальных нововведений.

На наш взгляд (помня об относительности любой классификации), необходимо учитывать, что любые технические и технологические нововведения неизбежно связаны и обуславливают социальные нововведения. Поэтому при анализе различных групп нововведений правомерно употребление такого понятия, как “системные нововведения”. Под этим понятием подразумевается такое изменение, когда качественно изменяются состояние системы, ее связи, системообразующие факторы. Многие, происходящие в отечественной промышленности процессы можно отнести именно к системным нововведениям.

Инновационный процесс обычно рассматривают как процесс создания, распространения и использования нововведения. Применяя категории теории социального управления и рассматривая инновационный процесс как вид социального процесса, под процессом следует понимать закономерную, последовательную, непрерывную смену следующих друг за другом состояний в развитии объекта, обусловленных внутренними и внешними факторами воздействия [20, 24].

Различают две основные группы инновационных процессов:

- простое воспроизводство (новшество продолжает создаваться лишь в той организации, где возникло);
- расширенное воспроизводство (новшество воспроизводится не только в организации, где создано, но и в других).

В жизненном цикле нововведений различают несколько стадий: старт, быстрое развитие, зрелость, насыщение потребности в новшестве, финиш. Взятые в единстве инновационный процесс и жизненный цикл характеризуют нововведения как целостную динамическую систему. Рассматривая инновационный процесс как социальное явление (взятое в развитии как вид социального процесса), необходимо отметить, что под действием внешних и внутренних факторов постоянно изменяются характеристики и структурные элементы этого процесса.

Проанализировав опубликованные в последние годы работы по рассматриваемой проблеме, можно сформировать методологические и методические основы изучения инновационных процессов [22]. Особое практическое значение в настоящее время приобретают исследования, анализирующие механизм управления инновационными процессами и показывающие специфику социальных аспектов его действия. Обобщая множество работ, способствовавших возникновению в социологии особой отрасли — социологии управления, сформулируем узловые понятия, касающиеся инновационных процессов.

При анализе инновационного процесса как социологической проблемы необходимо отметить следующие его особенности. Прежде всего здесь главным объектом исследования являются люди, социальные группы, их поведение и деятельность при реализации различных нововведений, взаимоотношения в процессе этой деятельности. Это отмечают все исследователи, анализирующие социологический аспект деятельности, в том числе и инновационной.

Проблему управления инновационными процессами можно рассматривать как составляющую более общего класса проблем управления производством в целом. Некоторые исследователи рассматривают социальный механизм управления как устойчивую систему взаимоотношений упорядоченных групп работников (верхи — низы), причастных к управлению производством и реализующих в нем определенные линии поведения. Соответственно социальный механизм инновационных процессов рассматривается как устойчивая система взаимодействия групп, направленная на внедрение в производство достижений науки [22, 29–30].

В приведенном определении выделен основной признак социального механизма — система взаимодействия социальных групп в процессе того или иного вида деятельности. Хотя, на наш взгляд, относительно управления инновационными процессами такое взаимодействие нельзя рассматривать только при внедрении в производство достиже-

ний науки. Как отмечалось, нововведение следует рассматривать в более широком контексте. Из приведенного ценным для использования в дальнейших исследованиях социального механизма управления производством (и как одно из направлений — исследованиях инновационных процессов) является выделение в качестве основного элемента структуры управленческих групп, их стратификации и основных видов активности.

Применительно к промышленному предприятию можно говорить о таких основных этапах (фазах) инновационного процесса внедрения новых изделий и связанных с ними новых технологий, как исследование, разработка, экспериментальное производство, основное производство и сбыт. В отдельных работах по инновационным процессам приводятся такие этапы, как разработка, производство и потребление.

Американские исследователи инновационных процессов различают шесть основных фаз рассматриваемого процесса [27, 24]:

- определение потребности в нововведении (осведомленность о проблеме, выявление разрыва в исполнении, признание потребности в нововведении, проявление заинтересованности в нем, убеждение членов организации в его необходимости);
- сбор информации о нововведении (сбор информации, первоначальная осведомленность о нововведении и его поиск);
- предварительный выбор нововведения (разработка нововведения и его предложение, оценка информации о нововведении, формирование установок относительно нововведения, коллективная оценка информации о нем, выбор нововведения);
- принятие решения о внедрении (утверждение решения и сообщение о решении внедрять нововведение);
- внедрение (пробное внедрение, начало внедрения, полное внедрение, использование);
- институционализация (длительное использование, рутинизация, институционализация, или прекращение использования нововведения, диффузия).

Рассматривая определение социального механизма управления инновационными процессами как систему взаимодействия групп, направленную на внедрение нововведений, сделаем несколько уточнений. Анализируя действия механизма применительно к промышленному предприятию, необходимо отметить, что во многом их эффективность определяется политическими и экономическими институтами общества.

Эффективность инновационных процессов определяется эффективностью деятельности участвующих в их реализации основных групп работников. Выделим несколько групп таких типов работников [27, 26]:

- создатели инновационных проектов;
- организаторы инновационной деятельности (работники, воплощающие идеи, проекты и замыслы нововведений);
- руководители инновационных процессов (специалисты, управляющие конкретной программой внедрения нового изделия или технологии);
- реализаторы инновационных процессов и программ (специалисты, превращающие проекты и программы в новые изделия непосредственно на производственных участках и рабочих местах).

И все же, учитывая особенности переходного периода в экономике и усиление роли субъективного фактора, при анализе инновационных процессов в промышленности и действия социального механизма управления этими процессами основное внимание следует уделять особенностям работы управленческого персонала, использованию социальных технологий и организационному развитию. Этот вопрос тесно связан с социально-психологическими аспектами деятельности основных социальных групп при реализации инновации, проблемами социальной напряженности и устранения психологических барьеров в инновационных процессах, вопросами производственной демократии и производственного самоуправления.

Анализируя особенности функционирования механизма управления инновационными процессами, необходимо подчеркнуть, что управление нововведениями — это только одно из слагаемых управления производством вообще. В методологическом плане важно выделить основные понятия, характеризующие этот механизм. Такой подход позволит рассматривать частный вид управления (управление инновационными процессами) во взаимосвязи с основными проблемами управления производственными процессами на промышленном предприятии. Для социального механизма управления производством характерна определенная двойственность, определяемая организационно-управленческим взаимодействием формальной структуры производства и социальной структуры, совокупности социальных групп. Последние различаются социально-экономическим положением и накладывают своей деятельностью отпечаток на все формальные структуры общества.

Если иерархия управления воплощена в организационных структурах (как совокупности государственных, ведомственных, хозяйственных организаций, жестко взаимосвязанных силой законов, пред-

ставительских органов государства, ведомственными инструкциями), то управленческая стратификация — это совокупность управленческих групп, занимающих определенные места в объективно заданной иерархии управления и различающихся управленческим статусом, должностным составом, объемом власти, доступом к информации и т. д. Место в стратификации той или иной управленческой группы задано этажом иерархии управления, на котором эта группа расположена. Управленческая стратификация (в отличие от иерархии власти) — это живой организм. Входящие в него управленческие группы постоянно взаимодействуют, демонстрируя как регламентированную активность (управленческая деятельность), так и нерегламентированную (управленческое поведение) [7].

Анализируя особенности действия социального механизма управления инновационными процессами как элемента управления производством, рассмотрим несколько аспектов. Социальный механизм управления производством (реализуемый через систему взаимодействий вертикально упорядоченных групп работников, причастных к управлению производством) влияет на развитие производства посредством управленческой деятельности и управленческого поведения. С помощью стратификации управленческие группы упорядочиваются, образуя социальный механизм управления. В стратификации фиксируется место каждой группы в объективно существующей иерархии управления обществом, ее ранг и должностное положение (определяющее, что ей делать “нужно”, “можно” и “нельзя”). Наряду с определенной степенью жесткости стратификация допускает определенную степень свободы, что позволяет каждой группе реализовать свое управленческое поведение в соответствии со своими целями, потребностями и интересами.

Таким образом, влияние социального механизма на производство зависит от соотношения двух подсистем: установленной законом иерархии власти и управления производством; субъектов социального механизма управления производством (саморегулирующихся управленческих групп и их стратификации). Стратификация управленческих групп основывается на установленной системе распределения власти в сфере экономики, принятой политической линии в сфере экономики и технологии решения конкретных экономических задач [22, 30–37]. Сказанное относится и к управлению инновационными процессами, хотя с определенными особенностями. Но прежде всего обозначим взаимодействие управленческих групп, образующих управленческую стратификацию применительно к промышленности.

Наиболее тесно управленческое взаимодействие осуществляется в таких сферах, как организация производства, материально-техническое снабжение, кадровые вопросы, стимулирование, совершенствование технологий и внедрение нововведений.

8.2 **ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

История науки управления (как и история развития промышленности) свидетельствует о постоянном стремлении обеспечить эффективную взаимосвязь производства и работника, технологии и человека. Гуманизация процесса управления Р. Оуэна, знаменитые Хотторнские эксперименты родоначальника теории “человеческих отношений” Э. Мэйо, 14 принципов управления А. Файоля, иерархия потребностей А. Маслоу, многочисленные исследования американских специалистов по менеджменту и организационному развитию, японский опыт привлечения рабочих к решению производственных проблем, финский опыт управления по результатам — все это свидетельствует об устойчивости этой тенденции. В свою очередь, социология (своими исследованиями способствовавшая развитию теории и практики управления, а также оптимизации управленческих решений) постоянно испытывала потребность в совершенствовании не только методологии и применяемых методик, но и эффективных способов внедрения полученных результатов исследования в практику. Эта тенденция была созвучна стремлениям исследователей, изучающих различные аспекты управления, к технологизации управления, обоснованию необходимости разработки социальных технологий для решения многих проблем социального управления.

Усложняющиеся методы управления, протекающие в экономике противоречивые процессы снова выдвигают на первый план социоинженерный подход в социологии, основы которого были заложены еще в 20-е годы XX в. Под социоинженерной деятельностью следует понимать профессиональную социально-практическую деятельность, означающую трансформацию знания в решения и программы по управлению общественным производством. Эта деятельность предполагает следующие этапы:

- предварительное обследование (диагностику);
- прогнозирование;
- социальное планирование;

- проектирование социальных систем, процессов и технологий их действия;
- реализацию проектов;
- регулирование с целью достижения оптимального функционирования;
- реконструкцию и развитие с учетом новых условий.

Перечисленные этапы свидетельствуют о том, что социоинженерная деятельность имеет отчетливую инновационную направленность.

Исследователи проблемы социальных технологий использовали идею известного болгарского исследователя М. Маркова о том, что смысл технологизации заключается в определении и целесообразном распределении порядка процедур, обеспечивающих этот процесс или класс процесса. Независимо от того, в какой области решается проблема — материальном производстве или сфере культуры, она обязательно должна пройти через определенные технологические фазы, где будут использованы операции и процедуры, присущие любому виду реализации. К ним относятся определенные цели, анализ проблемных ситуаций, обработка и анализ информации, обсуждение возможных вариантов, выбор решения и подготовка к реализации выбранного решения [13, 13]. Технология, определяя путь деления сложной деятельности на составляющие ее более простые виды и их однозначной реализации, показывает, как должен действовать субъект управления, чтобы добиться максимально эффективного решения стоящей перед ним задачи.

С позиций методологии своевременным явилось предостережение М. Маркова о том, что между производственными и социальными технологиями нельзя ставить знак равенства. Если в производственных технологиях высокая степень повторяемости выполняемых процедур и операций необходима, то для социальных технологий такая повторяемость невозможна. В них повторяемость и однозначность должны проявляться лишь в общих требованиях к процессу, которые не лишают человека возможности действовать творчески, сообразуясь со спецификой конкретной ситуации.

Вместе с М. Марковым существенный вклад в разработку теории социального управления, обоснование необходимости разработки социальных технологий для повышения эффективности управления внес другой болгарский исследователь Н. Стефанов [24]. В частности, он еще в 70-е годы XX в., обосновывая необходимость разработки социальных технологий, утверждал, что реальная проблема не в том, возможна ли в принципе технологизация социальных процессов, а в том,

как это сделать [24, 82]. М. Марков, поддерживая эту точку зрения, охарактеризовал технологию как процесс регламентации и описания операций управления, отличающийся обязательностью и неизменностью. Он утвердительно ответил на вопрос, возможен ли алгоритм социального управления, охарактеризовав технологию как процесс. Технологизация управленческой деятельности имеет подсобное, вспомогательное значение, являясь одним из средств решения более общей проблемы — совершенствования управления, повышения его эффективности.

Работа различных исследовательских коллективов над основами социоинженерной деятельности, созданием и внедрением социальных технологий явилась логическим этапом развития социологии. Необходимость смещения при проведении социологических исследований акцента не только непосредственно на процесс исследования многочисленных социальных проблем и разработку соответствующих рекомендаций, но и на конкретные методы внедрения этих рекомендаций, диктовалась прежде всего требованиями практической деятельности коллективов промышленных предприятий.

Для повышения эффективности социального управления требовались алгоритмы решения наиболее типичных социальных проблем, нетрадиционные подходы к поиску методов повышения эффективности деятельности социологических служб, совершенствования применяемых современных методик.

К первым социальным технологиям относятся работы по социологическому проектированию использования рабочей силы, стабилизации трудового коллектива [4]. В такой социальной технологии, как Программа системного анализа и разрешения конкретных ситуаций, были определены основные процедуры социальных технологий: диагностика ситуации, определение и исследование целей, исследование ситуаций, выработка целей и программирование внедрения [5]. Такая структура социальных технологий прослеживается в дальнейших работах практически всех исследовательских групп. В Эстонии были разработаны социальные технологии по автоматизированной аттестации руководителей и специалистов (В. Тарасов) [25] и управленческого консультирования (Р. Юксвяров, Я. Лейманн). Разработка социальных технологий охватила также наиболее актуальные проблемы промышленного предприятия. Например, специалисты социологической службы КАМАЗа разработали социальные технологии “Управление текучестью кадров” и “Управление адаптацией вновь поступивших рабочих”.

В изучении проблемы использования социальных технологий в инновационных процессах значительный интерес представляют также методические подходы, которые использовали в социологических исследованиях 70–80-х годов XX в. социологи Украины. Исследования, проведенные в те годы социологической лабораторией Одесского государственного университета, Отделением социологии Института философии АН УССР и некоторых других можно считать добротной основой для разработки социальных технологий по различным аспектам деятельности промышленного предприятия [19].

Большую исследовательскую работу провели в начале 80-х годов специалисты Днепропетровского машиностроительного завода. Она была связана с разработкой социальной технологии “Ваше настроение”, которую в дальнейшем широко использовали на многих промышленных предприятиях СССР. Целью этой технологии было оперативное реагирование на запросы и жалобы работников предприятия, оперативное их информирование обо всех интересующих их вопросах, уменьшение количества и своевременное разрешение конфликтных ситуаций на производстве, информирование руководителей коллектива и его структурных подразделений о нерешенных проблемах производственной и внепроизводственной жизни работников предприятия, установление эффективной двухсторонней связи “руководство предприятия — рабочие”.

Новый этап в разработке социальных технологий был связан с распространением деловых, инновационных игр. Существенный вклад в развитие теории инновационных игр привнес исследовательский коллектив, руководимый В. Дудченко. Под инновационной игрой они понимали особый метод решения перспективных проблем человека в организации как системный метод решения сложных проблем, метод организации деятельности социальных групп и личности. Инновационные игры рассматриваются как специальный вид социальной технологии, включающий выработку инновационных решений, проектирование нововведений, программирование их внедрения, обучение и тренинг участников [5, 32].

Социологи, специалисты по проблемам управления долгое время дискутировали о сущности и назначении социальных технологий, методологии, методики и разработки [24]. Обобщая высказанные исследователями основные идеи, заметим следующее. Социальная технология — это комплекс методов и организационных процедур, направленных на оптимизацию социальных процессов. Это целенаправленная деятельность, в результате которой достигается поставленная цель и

изменяется объект деятельности. Специфика социальной технологии (в отличие от науки) состоит в смещении акцента с вопроса почему на вопрос как. Другими словами, социальная технология направлена не только на исследование проблем, но и на их решение [5, 42–45].

Социальная технология сочетает как проект (процедуры, операции), так и непосредственную деятельность по реализации этого проекта. Это деятельность, направленная на изменение соответствующих социальных характеристик социального объекта (коллектив, социальная группа, личность). Социальные технологии позволяют, используя накопленный опыт научных исследований, стандартизировать процесс управления, связанный с достижением общественно значимых целей.

Современные исследователи В. Дудченко и В. Макаревич различают четыре группы методов социально-инженерной деятельности [6, 167]:

- социальной диагностики (например, методы оценки социально-психологического климата коллектива, социометрические опросы, технологии оценки кандидатов на различные руководящие должности, методики оценки ценностных структур социальных субъектов и др.);
- основанные на системном подходе (технология группового решения проблем, метод сценариев и др.);
- эвристические (мозговая атака, метод Дельфи);
- игровые (имитационные игры, тренинги, игры открытого типа — инновационные, оргдеятельностные, организационно-мыслительные и др.).

Проблема разработки социальных технологий получила дальнейшее развитие в работах и других исследователей. В этом плане плодотворной представляется идея И. Бестужева-Лады [2], который рассматривал нововведение как разновидность управленческого решения. Обобщая исследования различных авторов, он предложил проанализировать механизм социального нововведения и разработать его алгоритм. Этой цели, по мнению М. Бестужева-Лады, можно достичь, если представить, что любая схема управленческого процесса состоит из следующих основных элементов: механизмов человеческой активности, управления, принятия решения, выработки нововведения и алгоритма собственно нововведения (алгоритма Принса). В последнем осуществляются поиск и отбор цели и идеи нововведения, выявление проблемы, препятствующей реализации, причины, по которой эта проблема не решена. Речь идет также о построении сети факторов, определяющих

возможность решения проблемы и способов ее измерения, построении модели нововведения, ее реализации и оценке результатов реализации [2].

И. Бестужев-Лада, обобщая различные цели, заложенные в основных элементах схемы, выделяет такие основные укрупненные блоки генерирования нововведения:

- информационный — анализ информации, на основании которой вырабатывается идея, определяющая нововведение;
- проблемно-целевой — формирование цели намечаемого нововведения и указание проблемы, которую призвано решить достижение цели;
- генерационный — конструирование модели нововведения;
- ревизионный — научное обоснование проекта нововведения;
- реализационный — осуществление модели нововведения.

Исходя из практической ценности работ различных исследователей, анализирующих проблемы нововведений и инновационного процесса, отметим следующее. Анализируемые схемы предполагают реализацию механизма нововведений в условиях нормального функционирования экономики и общества. В настоящее время управление инновационными процессами в промышленности имеет определенные особенности, в том числе кризисные явления в обществе, экономике, управлении. Переход к рыночным отношениям сам по себе является сложным системным нововведением, когда качественно меняются все элементы системы. Одной из наиболее сложных проблем ныне является преобразование организационных структур производства и управления.

Сложнейшие социальные нововведения (реализация различных форм собственности, осуществление приватизации, изменение характера взаимоотношений предприятий и органов территориального и отраслевого управления) происходят в условиях нарастающей социальной напряженности. Речь, по сути, идет о том, что очень часто нововведения реализуются в экстремальных условиях. Резко усилилось взаимодействие и взаимовлияние факторов, влияющих на инновационный процесс на микро- и макроуровне. Существенно возрастает роль субъективных факторов, в частности значение деятельности руководителей и руководящих специалистов. Эти и другие обстоятельства требуют от разработчиков и внедренцев социальных технологий, позволяющих учитывать перечисленные особенности.

Кроме того, некоторые исследователи считают, что одна из проблем при разработке социальных технологий состоит в том, что здесь основным объектом исследования является социальное явление, а человек в нем не фигурирует. По мнению исследователя В. Шепеля, этого недостатка

можно избежать, рассматривая социальные технологии как один из видов человековедческих технологий. Он предлагает рассматривать их как рядовые понятия, которые вбирают в себя все ориентированные на человека технологии. В. Шепель анализирует шесть базовых человековедческих технологий. Это индивидуальная работа с персоналом; конструирование трудового коллектива; стимулирование делового честолюбия; выявление профессиональной пригодности руководителя; технология личного обаяния (имиджа); технология самовывживания делового честолюбия.

При всей методологической и практической значимости многих идей, предложенных В. Шепелем, необходимо, на наш взгляд, отметить следующее. Справедливо подчеркивая различия между социальными и человековедческими технологиями (как имеющими собственные объекты и цели изучения), В. Шепель в ряде случаев фактически ставит знак равенства между социальными и человековедческими технологиями. Так, анализируя одну из базовых человековедческих технологий “Индивидуальная работа с персоналом”, он выделяет следующие виды технологии индивидуальной работы: профессиональный отбор и обучение, адаптация в производственной среде, развитие деловых, морально-психологических качеств, нейтрализация вредных склонностей и привычек. Многие из перечисленного можно почти в полном объеме отнести к элементам построения социальных технологий. Кроме того, главным объектом социальных технологий является социальная группа, первичный коллектив, а человековедческие технологии во многом носят ярко выраженный личностный, психологический характер.

Таким образом, разработка и внедрение социальных технологий — трудоемкий процесс, требующий от специалистов, занимающихся этой проблемой, высокой квалификации, а также надлежащего методического и организационного обеспечения. Именно сочетание трех элементов — кадры, надежные методики и организация внедрения — обеспечивает эффективность применения социальных технологий, способствует эффективной инновационной деятельности на промышленных предприятиях. В этом плане значительный практический интерес представляет изучение теории и практики организационного развития, широко применяемых в послевоенной практике управления США, а затем и во многих других странах мира.

Обобщая приведенные различные определения понятия “организационное развитие”, приходим к выводу, что это долговременная деятельность по усовершенствованию процессов решения проблем и обновления в организации путем более эффективного совместного регу-

лирования ее деятельности. Достижение эффективного функционирования организации обеспечивается ее способностью быстро и своевременно адаптироваться к изменениям в технике и к рынкам сбыта, к другим явлениям внешнего окружения. Это достигается целенаправленным воздействием на систему ценностных ориентаций работников, межличностные и межгрупповые воздействия, на индивидуальные производственные навыки, а также посредством создания условий для более интенсивного использования человеческого потенциала на основе различных методов поведенческих наук [27, 61].

В учебниках по менеджменту приводятся, как правило, следующие основные этапы модели исследования организационного развития:

1. Постановка диагноза состояния организации или ее подразделения с помощью таких инструментов сбора данных, как опрос, наблюдение и документы.
2. Передача получаемых данных различным членам организации.
3. Принятие решений, касающихся конкретных планов действий, в свете полученных данных.
4. Реализация планов действий.
5. Оценка планов действий.

Эти основные этапы предусматривают такие формы участия членов коллектива в организационном развитии, как диагностика проблем, использование полученной в результате исследований информации, обучение и повышение квалификации членов организации, изменение технологической или организационной структуры, консультирование по вопросам групповых процессов, формирование групп по повышению эффективности межличностного взаимодействия [14, 203].

Как отмечалось, одним из наиболее распространенных препятствий на пути реализации нововведений являются психологические барьеры, сопротивление членов коллектива осуществляемым переменам. Поэтому актуальными остаются проблемы, связанные с преодолением этих психологических барьеров, увеличению “инновационного ядра” коллектива, его инновационного потенциала.

Специалисты по организационному развитию утверждают, что главным его результатом должно быть повышение общей восприимчивости организации к нововведениям, что достигается за счет воздействия на стиль поведения и ценностные ориентации управляющих и всего персонала компании, упрощения эффективного сотрудничества подразделений организации. По мнению американских специалистов по управлению, наиболее важным для внедрения инноваций является

не конструирование все более сложных механизмов контроля за поведением подчиненных, а увеличение инновационного потенциала наименьшего организационного подразделения. Способность организации внедрить нововведения всегда превосходит сами нововведения, поэтому бессмысленно рассчитывать, что члены организации воспримут новые методы, если они не предрасположены к ним [27, 94].

Ю. Ушаков, исследуя опыт применения теории организационного развития в США, справедливо подчеркивает, что ни одна из современных концепций американского менеджмента не имеет столь разногообразного методического воплощения, как организационное развитие. Он считает, что с учетом влияния организационного развития на внедрение управленческих нововведений все методы организационного развития можно объединить в две большие группы [27, 121]:

1. Методы, ориентированные на повышение общей восприимчивости организации к нововведениям с помощью совершенствования межличностных и межгрупповых воздействий (методы тренировки чувствительности, формирования команд, управленческой матрицы, обследования с обратной связью, конфронтационных встреч, ролевого анализа и др.).

2. Методы, основанные на социотехническом подходе к организации, и представляющие собой изменения в организации труда работников (создание самоуправляемых и полуавтономных рабочих групп обогащения труда, кружки по контролю качества, управление по целям и др.).

Необходимо отметить, что наиболее существенными составляющими механизма реализации мероприятий по организационному развитию являются небольшие внутрифирменные подразделения по организационному развитию, укомплектованные специалистами-профессионалами. Это могут быть и специально привлекаемые для этих целей внешние консультанты из фирм по управленческому консультированию.

В странах Западной Европы ежегодный прирост численности консультантов по управлению составляет 30 %, т. е. один консультант приходится на 12,5 тыс. чел. (в США — на 4,5 тыс. чел., в Японии — на 2,5 тыс. чел.). В стороннем консультанте помимо обширных разносторонних знаний и опыта администрация организаций привлекают его независимость от формальных и неформальных структур фирмы, способность к анализу, свежесть и широта взглядов. Специалисты лучших консультационных фирм сочетают высокую квалификацию с высокой коллективной и личной ответственностью, имеют сходные структуры

индивидуальных целевых установок. При этом действует строгая система отбора. Одна американская фирма, насчитывающая 1,6 тыс. чел. персонала, ежегодно проводит многостадийное собеседование с тысячей выпускников вузов, но отбирает в итоге лишь 30–50 человек.

Примечательно, что 72 % лиц, принимаемых на работу консультационными фирмами, — опытные специалисты с образованием экономического, технического или обоих профилей. Сочетание технического и экономического образования характерно для консультантов Азии: 50 % специалистов имеют степень магистра, 28 % — бакалавра, 13 % — доктора. По данным опроса, проведенного в девяти консультационных фирмах Франции, примерно 80 % их сотрудников — выпускники высших наиболее престижных заведений (Политехническая и Горная школы, Высшая коммерческая школа, Высшая школа экономических и коммерческих наук). В парижских консультационных фирмах количество специалистов с французскими и американскими дипломами примерно одинаково. Наибольший шанс для поступления в консультационные фирмы имеют обладатели двух дипломов: об окончании технического вуза или коммерческой школы (или факультета социологии, психологии, экономики) и специалиста в области управления [11].

8.3

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И КАДРЫ УПРАВЛЕНИЯ

Происходящие в обществе сложные процессы, возрастающие темпы и объемы инновационных процессов в промышленности предъявляют новые требования к кадрам управления. Осуществляемый процесс децентрализации управления промышленностью, преобразования в сфере отношений собственности, усложнившийся характер взаимоотношений предприятий с внешним миром, возрастающий фактор неопределенности при принятии управленческих решений — это и многое другое делает особо актуальным создание механизма инновационной деятельности как в промышленности, так и в сфере управления.

Все актуальнее становится междисциплинарный подход к управлению как глобальной проблеме и, в частности, к управлению инновационными процессами. Все более ценным для управленческих кадров становится умение принимать своевременные и обоснованные решения в условиях противоречивости и повышенной неопределенности. Вместе с тем специалисты по управлению, подчеркивая, что кадровые и управленческие системы суть инерционны, отмечают, что еще

продолжительное время в силу этого в их деятельности будут проявляться привычки, стереотипы, стиль деятельности, характерные для прежних парадигм управления. Поэтому так остро ощущается повсеместно дефицит кадров, способных эффективно работать в условиях рыночной экономики, когда резко ускоряются темпы внедрения инновационных процессов. Для успешной реализации этих процессов необходимо обучить критическую массу руководителей и специалистов, от которых зависит эффективность инноваций. По оценкам отдельных экспертов, это не менее 3 млн чел.

Процессы, происходящие в результате смены парадигм управления, носят глобальный характер. На основании традиционных сравнений американских и японских методов управления технологическими и экономическими преобразованиями исследователи пришли к выводу, что японские промышленники достигли успеха прежде всего благодаря деинтеграции крупных компаний, уменьшению количества управленческих уровней, повышению скорости и эффективности инновационных процессов. А это, в свою очередь, позволило снизить издержки производства и добиться успеха в конкурентной борьбе. Происходящие в мировой экономике процессы, изменения в теории и практике управления требуют тщательного изучения с учетом отечественной специфики. Это позволит современным отечественным организациям более эффективно осуществлять преобразования в промышленности.

В Западной Европе постепенно внедряется новая система управления предприятием — руководство в соотношении с сотрудничеством. Суть этой системы сводится к следующим принципам: принятие решений сотрудниками на тех уровнях, где оказывается в силе это решение; четкое разграничение сфер действия сотрудников в соответствии с их полномочиями и компетенцией; распределение ответственности среди сотрудников по сферам их деятельности; вышестоящая инстанция имеет право принимать только те решения, которые нижестоящие инстанции принимать не вправе [30, 75]. Эти принципы требуют отхода от традиционных организационных структур (линейных, функциональных, линейно-функциональных), отражающих административные принципы руководства. В учебниках по менеджменту анализируются организационные структуры и методы управления, используемые в последние десятилетия ведущими компаниями и корпорациями мира: дивизионные и программно-целевые, где большое внимание уделяется неформальным структурам, индивидуальности работника. При всех различиях в управлении (связанных с особенностями выпускаемой продукции, применяемой технологии) объединяющей чертой в деятель-

ности этих фирм и корпораций является продуманная и целеустремленная кадровая политика. Стержневыми элементами последней являются подготовка, подбор кадров управления и повышение их квалификации.

Умение работать в постоянно меняющемся мире является необходимым качеством как для кадров высшего управленческого звена, так и для специалистов всех других управленческих уровней. Р. Фалмер различает семь характеристик, которые отличают современных руководителей от их предшественников [28]:

- ориентация на людей;
- отношение к исполнению;
- дух соперничества;
- внешняя перспектива;
- ориентация на системы;
- прагматизм, гибкость и способность работать в условиях неопределенности;
- ориентация на будущее.

На основании пятилетнего плана исследований американская фирма “Макбер и К^о” (при поддержке Агентства по международному развитию и национального фонда США) разработала методiku определения профиля предпринимателя, которую широко использует Американская ассоциация управления. В этой методике в качестве наиболее значимых личностных характеристик выделены следующие [16]:

- инициатива (опережающий поиск новых возможностей);
- целеустремленность, упорство и настойчивость в достижении поставленной цели;
- готовность рисковать и брать на себя ответственность;
- независимость в принятии решений и уверенность в себе;
- ориентация на эффективность и высокое качество работы, стремление к ее совершенствованию;
- видение перспективы;
- личная организованность и требовательность, умение контролировать исполнительность подчиненных;
- широкая информированность, деловая общительность и контактность.

Обоснования основных характеристик деловых качеств управленческого персонала приводятся во многих работах исследователей. Важно отметить, что при всем их разнообразии подчеркивается важность таких качеств, как заинтересованное отношение к нововведениям, способность предвидеть изменения, умение увидеть себя в зеркале (Р. Уотермен). В последние годы значительное внимание изучению

инновационных процессов, инновационного потенциала управленческих кадров уделяется и в работах украинских социологов [17].

Практический интерес представляет, в частности, исследование, где выделены пять основных групп факторов, влияющих на отношение к нововведениям [21]:

1. Факторы, формирующие общую личностную позитивную позицию руководителей к нововведениям.

2. Факторы, формирующие знания о нововведениях, психологическую готовность к изменениям.

3. Факторы, способствующие формированию положительной эмоциональной реакции на нововведение.

4. Факторы, формирующие готовность действовать в инновационном процессе.

5. Индивидуально-типологические особенности руководителей.

Одной из наиболее сложных при изучении инновационных процессов является проблема определения предрасположенности к ним, уровень инновационного потенциала организации, ее восприимчивости к нововведениям. Американские исследователи в области восприимчивости организации к управленческим нововведениям предлагают определять восприимчивость по следующей формуле:

$$B = (L, C, K),$$

где L — личностно-психологические характеристики членов организации; C — характеристики организационной структуры (структурные переменные); K — характеристики внешнего окружения и межорганизационных связей (контекстуальные переменные).

В приведенных переменных выделяются следующие характеристики [27, 87]:

- личностно-психологические характеристики руководителей (установка на нововведения, половозрастные характеристики, профессионализм, место в организационной иерархии, идеология (консерваторы, либералы и т. п.), заинтересованность в служебном росте, склонность к риску) и персонала (информационные контакты, осведомленность и мотивированность к нововведению, образовательный уровень);

- структурные характеристики (размер ресурсов, организации, наличие резервных ресурсов, наличие отдельного подразделения для создания нововведения, опыт в использовании нововведений и др.);

- организационная структура (сложность, централизация, регламентация работы, развитость коммуникативных каналов, межорганизационная интеграция, организационный климат);

- внешнее окружение и межорганизационные связи (стабильность и неопределенность внешнего окружения, изменения в спросе на продукцию, межорганизационная кооперация, уровень конкуренции, региональные характеристики и др.).

По мнению отдельных исследователей, к нововведениям наиболее восприимчива та организационная структура, которая характеризуется низкой степенью регламентации работ, децентрализацией в принятии решений, развитыми внутренними и внешними коммуникациями, так как благодаря этому обеспечивается большой приток новых идей. Вместе с тем высказывается мнение, что не существует универсальных структур управления, наиболее эффективно влияющих на характер готовности организации к нововведениям. Многое зависит от того, на какой стадии инновационного процесса находится организация. В итоге ученые пришли к такому выводу: чтобы организация была восприимчива к нововведениям, ее следует снабдить механизмом, позволяющим ей менять свою структуру в зависимости от фазы инновационного процесса. Во многих случаях меняться должна не структура организации, а поведение персонала [14, 211].

К основным факторам, определяющим особенности управленческого труда в настоящее время, относятся сложный и противоречивый процесс перехода к рыночным отношениям, плюрализм форм собственности, существенные изменения во властных структурах, новый характер взаимодействия исполнительной и законодательной власти. В переходный период можно выделить следующие особенности управленческого труда на промышленных предприятиях:

- резко возрастающая роль субъективного фактора (в частности, роли первого руководителя);

- существенные изменения в структуре социального механизма управления производством (ликвидация одних элементов — союзных министерств, центральных планирующих органов и появление новых — представителей Президента на местах, возникновение предпринимательских структур, новый характер взаимоотношений предприятий по вопросам промышленной кооперации и взаимных поставок);

- возросшее значение проблемы взаимоотношений различных социальных групп на производстве в условиях социальной напряженности (соответственно возрастание значения функции управленческого персонала по регулированию взаимоотношений в коллективе);

- формирование важной общественной потребности изменений в структуре приоритетных деловых качеств управленческого персонала (инициативность, умение рисковать и принимать нестандартные

решения в условиях дефицита ресурсов, информации, неопределенности и непредсказуемости будущего [3], умение переучиваться, использовать в работе новые управленческие технологии и т. д.);

- стремительный темп постоянных изменений, возросшую зависимость коллективов от внешнего мира;
- необходимость формирования стратегии действий коллектива в условиях демонополизации экономики, многообразия форм собственности и хозяйствования.

На последнем факторе, существенно влияющем на характер управленческого труда, остановимся особо. Безусловно, разгосударствление, приватизация, возникновение многообразия форм собственности и хозяйствования — одно из наиболее существенных экономических и социальных нововведений, влияние которого будет ощущать (и уже ощущает) каждый. Этот же фактор существенно влияет и на функции управления, характер управленческого труда, взаимоотношения существующих на производстве управленческих и социальных групп. Проблема разгосударствления экономики носит многоаспектный характер. Остановимся лишь на одном аспекте — взаимосвязи разгосударствления экономики, многообразия форм собственности и хозяйствования и нового характера управленческого труда. Предоставление предприятиям реальной экономической свободы повлечет за собой существенные изменения в характере управления, в формах организации производства. Предыдущие наиболее распространенные структуры управления (министерство — производственное объединение — предприятие) соответствовали политике государственного монополизма, которая сопровождалась концентрацией производства, централизацией управления, директивным планированием и распределением ресурсов.

Переход к рыночной экономике означает не только смену собственников как субъектов рыночных отношений, появление новых форм хозяйствования, существенные структурные сдвиги в различных отраслях промышленности, существенную активизацию инновационных процессов. Этот переход потребует также отказа от традиционных структур управления, создания новых организационных форм хозяйствования. Эти актуальные задачи требуют реализации целого комплекса нововведений, прежде всего управленческих. Реализация различных форм собственности на производстве превращается в сложную управленческую проблему. Эта сложность усугубляется тем, что среди государственных деятелей, управленческого персонала в промышленности, ученых и специалистов, среди представителей различ-

ных социальных групп нет единого мнения относительно разгосударствления собственности и ее приватизации.

Обобщая различные точки зрения по этому вопросу, можно выделить две полярные позиции. Одни считают, что разгосударствление и приватизация собственности рассматриваются как необходимое условие формирования рыночной экономики, способствующее преодолению кризиса в промышленности и обществе в целом. Такой подход не учитывает социальных последствий разгосударствления собственности, характер последующих экономических отношений, имущественную поляризацию в обществе, существенное снижение жизненного уровня значительной части населения. Сторонники противоположной позиции считают, что сформировать рыночную экономику можно и при общенародной собственности и нецелесообразно приватизировать государственную собственность, переходить к частным ее формам, так как это приведет к наиболее негативным формам капитализма в самой ранней его стадии. Сложность проблемы усугубляется еще и тем, что (как показывают социологические исследования) уровень информированности населения о сложных процессах, происходящих в экономике, очень низкий, так же как и уровень компетентности.

В частности, проведенные нами исследования на углебогатительных комбинатах Донбасса свидетельствуют о том, что для большинства руководителей и специалистов представляют сложность многие категории рыночной экономики. Часто они не знают, как различать основные формы хозяйствования: государственные предприятия, корпорация, концерны, акционерные общества, холдинги, фирмы, малые и средние предприятия, общественные организации, союзы и т. д. Эти же исследования показали существенный разброс мнений среди рабочих и специалистов по вопросу о необходимости разгосударствления и приватизации углебогатительных фабрик, о наиболее приемлемых для участников опроса форм собственности в будущем. Кроме того, исследования показывают, что сформировались новые тенденции в отношениях руководитель — подчиненный. Среди подчиненных (особенно среди специалистов) значительно увеличилось количество тех, кто по профессионализму, инженерному опыту, восприимчивости к инновациям и другим деловым качествам не уступает руководителям. Это предполагает новый характер управленческого воздействия, изменение (во многих случаях) фактического статуса подчиненных (они становятся сотрудниками, соратниками). Эти тенденции подтверждаются также результатами других исследований, зафиксировавших соответствующие особенности управленческого труда в переходный период.

Практический интерес представляет прогноз общих изменений, влияющих на условия деятельности персонала по управлению нововведениями. Например, словацкие исследователи Л. Водачек и О. Водачкова, прогнозируют такие тенденции [3]:

- увеличение сложности и комплексности задач, требующих решения;
- повышение значения факторов динамики времени в управлении предприятием;
- возрастание роли элементов неопределенности в процессе принятия решений;
- существенное повышение требований покупателей к потребительским свойствам продукции и уровню предоставляемых услуг на внешнем и внутреннем рынках;
- повышение роли социально-экономических потребностей работников предприятий;
- развитие качественно новых условий принятия решений и осуществления некоторых видов производственной деятельности.

Важно отметить, что специалисты по управлению в разных странах в поисках наиболее эффективной модели управления подчеркивают, что при всех их разновидностях один элемент должен быть постоянным — способность организации оперативно реагировать на изменения и требования внешней среды. Сотрудники Гарвардской школы бизнеса П. Лоуренс и Д.Лорх в отличие от сторонников традиционных теорий управления подчеркивают особое значение приспособленности предприятия к внешней среде и считают, что не может быть единственно оптимальной модели управления. Предприятие они рассматривают как многовариантную систему, зависящую от множества внешних случайных факторов, которые одновременно являются ограничениями, и возможностями, влияющими на структуру предприятия. Такой подход ученые назвали теорией управления предприятия в зависимости от внешней среды.

Как отмечалось, способность организации своевременно реагировать на изменения внешней среды, ее восприимчивость к нововведениям во многом зависят от качества управленческого труда, наличия у управленческого персонала сочетания определенных деловых качеств, способствующих или, напротив, препятствующих инновационным процессам. Все чаще употребляется термин “инновационный потенциал” управленческих кадров, характеризующий меру их возможностей и способностей в постановке и решении новых задач, проявлении инициативы и предприимчивости, настроенность на по-

стоянное предвидение возникающих управленческих проблем, продуцирование новых перспективных разработок социально-экономического и организационного характера.

На наш взгляд, в анализе восприимчивости организации к нововведениям целесообразно использовать понятие “инновационное ядро” организации, коллектива как совокупность управленческих кадров, представителей различных образующих коллектив профессиональных групп, которые благодаря наличию определенных качеств способны предвидеть необходимость нововведений и активно способствовать их реализации. Для успешной реализации нововведения в коллективе особенно важно взаимодействие представителей всех входящих в инновационное ядро профессиональных и социальных групп. Однако повседневная практика изобилует примерами, когда при реализации нововведений первый руководитель или представители высшего управленческого персонала (обладая необходимыми качествами, позволяющими им находиться в инновационном ядре организации) не добиваются планируемых результатов прежде всего потому, что не учитывают взаимодействие всех влияющих на инновационный процесс факторов, не обеспечивают, в частности, взаимодействие всех лиц, входящих в инновационное ядро коллектива.

В наиболее общем виде процесс формирования инновационного ядра коллектива можно представить так: социальные (социально-профессиональные) группы, формирующие коллектив, с соответствующей системой потребностей, ценностей, установок ее членов — наиболее активные ее представители по инновационному потенциалу, по способностям к нововведениям — взаимодействие представителей этих групп, выработка коллективных установок, в частности, к конкретным видам реализуемых в коллективе нововведений.

Ранее отмечалось, что, как правило, под социальным механизмом управления инновационными процессами понимают систему взаимодействия различных управленческих групп, занимающих различные места в управленческой иерархии и реализующих при этом взаимодействии определенную стратегию поведения. Для анализа управленческих групп, взаимодействующих в процессе действия социального механизма управления инновационными процессами (как важной составляющей производственного процесса), целесообразно использовать такую известную в социологической литературе категорию, как стратификация [10].

Социальная стратификация позволяет с помощью совокупности социальных показателей проранжировать положение социальной группы

(и соответственно ее представителей) в социальной иерархии, социальной структуре. Американский социолог Б. Барбер, например, для размещения в структуре социальной стратификации использует такие показатели: престиж профессии, ранжирование по степени власти и могущества, размер дохода (или богатства), образование, принадлежность к определенной религиозной группе, родственные или этнические связи [1].

Проведенный в 1988 г. опрос 1500 менеджеров европейских компаний показал, что руководители наиболее важными лидерскими качествами считают способность формировать эффективную команду (такого мнения придерживаются 96 % общего количества опрошенных); прислушиваться к мнению коллег и подчиненных (93 %); принимать решения (87 %); вовлекать других в их осуществление (86 %). Примечательно, что одним из критериев эффективности деятельности высшего управленческого персонала является осведомленность о судьбе не только крупных, но и мелких инновационных проектов, о текущих изменениях в оценках потребителей продукции фирмы [23].

В структуре управленческих групп, влияющих на инновационные процессы в промышленности Украины, все активнее заявляют о себе (в связи со становлением рыночных отношений) представители новой для отечественного общества группы — предприниматели. Эта группа находится сейчас под пристальным вниманием общественного мнения. И без преувеличения можно сказать, что пока к предпринимателям значительная часть населения относится негативно. Часть населения отождествляет их с представителями теневой экономики, криминального бизнеса, считает порождением переходного периода.

История промышленности на Западе — это история предпринимательства, каждый из этапов развития которого знаменателен реализацией какой-то крупной идеи. Сложный и противоречивый процесс формирования пока немногочисленной группы предпринимателей в отечественном обществе во многом аналогичен пройденным этапам в других странах. Важно критически освоить этот опыт.

При анализе инновационных процессов возникает проблема количественного измерения инновационного ядра коллектива. По оценкам западных социологов, доля людей способных, инициативных, талантливых в любом обществе составляет примерно 5 %. По тем же оценкам, людей с ограниченными потребностями и способностями, иждивенческими настроениями в современных обществах около 25 %. Остальные члены общества рассредоточены между этими полюсами [31].

Как показывают наши исследования, на инновационные процессы влияют в основном представители семи профессиональных групп. Для успешной реализации инновационных процессов необходимо, чтобы в них участвовало не менее 10 % общей численности групп и инновационный потенциал превышал инновационное ядро коллектива. По мнению известного польского социолога Я. Щепаньского, оптимальной можно считать ту структуру инновационного ядра, где представлены типичные рабочие профессии и рабочие места. При этом он подчеркивал значение рабочего места как основного звена экономики: именно здесь предreshается судьба и качество производства и услуг, здесь совершается работа, здесь встречаются черты характера, знания, квалификация, стремления, амбиции, воля к труду, энергия действий, личные цели отдельных индивидуумов с семейными влияниями и позициями, вынесенными из школ, — с экономической политикой государства, способностями управления [31].

В структуре инновационного ядра особую роль играют руководящие специалисты. Хотя инновационная деятельность в силу специфики является коллективной, но главенствующую роль в управлении этой деятельностью играют руководители (директор, главный инженер) и руководящие специалисты, выполняющие функции общего руководства и в большинстве случаев являющиеся инициаторами внедрения нововведений. Тем не менее, эффективность инновационного процесса во многом зависит от степени включенности в этот процесс специалистов среднего звена и рабочих, являющихся непосредственными исполнителями.

Исследования показали, что на структуру инновационного ядра и его размеры влияют такие факторы:

- тип нововведения;
- масштабы нововведения (отрасль, объединение, фабрика, подразделение, участок фабрики, отдельное рабочее место);
- принадлежность основного инициатора нововведения к определенной управленческой группе (в соответствии с упоминавшейся управленческой стратификацией);
- инновационные традиции коллектива, во многом формирующие его инновационный климат;
- система стимулирования реализации нововведений;
- степень включенности основных профессиональных групп в инновационный процесс.

Рассмотрим несколько типичных ситуаций относительно нововведений.

1. Наиболее масштабные нововведения, влияющие на деятельность производственного объединения в целом и всех входящих в него фабрик (нововведения, касающиеся наиболее крупных вопросов технического перевооружения, перераспределения сырьевой базы, вопросы оплаты труда, режима работы фабрик и т. д.). Осуществляется, как правило, по инициативе руководителей и руководящих специалистов объединения (в ряде случаев — руководителей отрасли). Инновационное ядро формируется из управленческих групп производственного объединения + директора (главные инженеры фабрик) + ведущие специалисты фабрик + мастера (бригадиры) + рабочие. Главные инициаторы и организаторы нововведений — руководящие специалисты производственного объединения, директора (главные инженеры фабрик), редко — главные механики и начальники основного производства. Представители остальных групп занимают одну из перечисленных позиций: активное содействие нововведению, участие в нем, пассивность, сопротивление.

2. Нововведения в отдельной фабрике. Основную роль в инициировании нововведений здесь играет директор фабрики (значительно реже — главный инженер). Хотя и в этой ситуации инициатором может быть один из руководителей производственного объединения (но зачастую он не входит в инновационное ядро). В зависимости от вида нововведения формируется инновационное ядро, в котором в отличие от первой ситуации более пропорционально представлены основные профессиональные и должностные группы (в зависимости от масштаба внедрения — на всей фабрике или на отдельных ее участках).

3. Нововведения в отдельном подразделении фабрики или в ее локальном участке. Здесь основным инициатором нововведений наряду с директорами и главными инженерами фабрик являются ведущие специалисты и руководители ее подразделений. Структура инновационного ядра во многом определяется тем, кто является главным непосредственным исполнителем инновационной идеи, сроками и степенью психологической близости с представителями других профессиональных групп. В любом случае эта ситуация характеризуется значительным удельным весом рабочих в структуре инновационного ядра и степенью их включенности в инновационный процесс.

4. Нововведения на участке, в группе рабочих мест или на отдельном рабочем месте. Особенности формирования инновационного ядра состоят в том, что в нем представлены в основном представители таких групп, как механики, мастера, рабочие. Руководители подразде-

лений фабрики представлены не всегда. Инновационное ядро может быть немногочисленным, высокоактивным и добиваться планируемых результатов в относительно короткие сроки.

5. Социальные нововведения. Как правило, отличаются тем, что в их инновационном ядре более значительный (по сравнению с предыдущими ситуациями) удельный вес рабочих. Кроме того, инициаторами этой группы нововведений очень часто являются рабочие (например, переход на более удобный посменный режим работы с большим количеством выходных дней, выборы советов трудовых коллективов и стачечных комитетов и др.). Зачастую возникает нестандартная ситуация: инновационное ядро формируется по инициативе представителей социальных групп, занимающих в иерархии управления низшие этажи, является более однородным, так как доступ в него руководящих работников ограничен.

Для формирования инновационного климата в коллективе важное значение имеет структура его инновационного ядра. Идеальным является вариант, когда в этом ядре представлены все работающие в коллективе группы, а руководящие специалисты имеют ярко выраженную инновационную установку. К сожалению, это случается редко. Инновационный климат является важным фактором, формирующим общую психологическую обстановку в коллективе. Поэтому целесообразно проанализировать основные факторы, влияющие на инновационное поведение, а через него — и на психологический климат коллектива. Одним из основных факторов, определяющих инновационное поведение работников, является отношение руководителей к вносимым подчиненными предложениям, направленным на разработку и внедрение различных нововведений.

Многие кризисные явления в современном отечественном обществе связаны с кризисом управления. Формирование новой управленческой стратегии, нового управленческого мышления связано прежде всего с инновационной активностью, с формированием и реализацией инновационного потенциала каждого коллектива, каждого региона, общества в целом.

Менеджмент, управление не могут не быть инновационными, иначе общество не сможет решать проблемы, выдвигаемые жизнью. Способность быстро адаптироваться к постоянно меняющейся ситуации, своевременно реагировать на изменения, сочетать технические, организационные, управленческие и социальные нововведения становится определяющей в совершенствовании производственных и общественных отношений. Поэтому одна из стратегических задач современного

общества — сформировать инновационное мышление, изучить основы инновационной деятельности, разработать социальные технологии инновационного процесса.



Список использованной и рекомендуемой литературы

1. *Барбер Б.* Структура социальной стратификации и тенденции социальной мобильности // Американская социология. Перспективы, проблемы, методы. — М.: Прогресс, 1972.
2. *Бестужев-Лада И. В.* Алгоритм социального нововведения // Социол. исслед. — 1991. — № 9. — С. 84–89.
3. *Водачек Л., Водачкова О.* Стратегия управления инновациями на предприятии. — М.: Экономика, 1989.
4. *Герчиков В. И.* Социальное планирование и социологическая служба в промышленности. — Новосибирск: Наука, 1984.
5. *Дудченко В. С.* Инновационные игры. — Таллин: Валгус, 1986.
6. *Дудченко В. С., Макаревич В. Н.* Социологическая деятельность, социальная технология // Марксистско-ленинская социология. — М., 1989. — С. 167.
7. *Заславская Т. И., Рывкина Р. В.* Социология экономической жизни. Очерки теории. — Новосибирск: Наука, 1989.
8. *Инновационный менеджмент* / Под ред. П. Н. Завалина. — 2-е изд. — М., 1998.
9. *Инновационный менеджмент* / Под ред. С. Д. Ильенковой. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.
10. *Капиталистическое управление: уроки 80-х* / М. В. Грачев и др. — М.: Экономика, 1991.
11. *Консультационные фирмы за рубежом* // Кадры.— 1991.— № 1.
12. *Лапин Н. И.* Нововведение. Социология : Словарь-справочник. Т. 1. Социальная структура и социальные процессы. — М.: Наука, 1990.
13. *Марков М.* Теория социального управления. — М.: Прогресс, 1976.
14. *Мескон М., Алберт М., Хедуори Ф.* Основы менеджмента. — М.: Дело, 1984.
15. *Морозов Ю. П.* Инновационный менеджмент. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
16. *На путях к рынку.* Экономика и организация рыночных отношений. Основы предпринимательства / Под ред. В. К. Злобина. — М.: Луч, 1992.
17. *Нелмер Ю. Л.* О типах и ролях руководителей организаций в инновационных процессах // Социальные факторы нововведений в организационных системах. — М.: Экономика, 1980.

18. *Пригожин А. И.* Нововведения: стимулы и препятствия. — М.: Наука, 1989.
19. *Проблемы социального регулирования на промышленных предприятиях* / Отв. ред. И. М. Попова. — К.: Наук. думка, 1979.
20. *Слепенко И. М., Аверин Ю. П.* Основы теории социального управления. — М.: Высш. шк., 1990.
21. *Социальная активность специалиста: истоки и механизм формирования* / Под ред. Е. А. Якубы. — Харьков, 1983.
22. *Социально-управленческий механизм развития производства* / Отв. ред. Р. В. Рывкина, В. А. Ядов. — Новосибирск: Наука, 1989.
23. *Старушенко Г. Б.* Общественный строй: какой он у нас может быть? // Социол. исслед. — 1992. — № 12. — С. 85.
24. *Стефанов Н.* Общественные науки и социальная технология. — М.: Прогресс, 1976.
25. *Тарасов В. К.* Система автоматизированной аттестации руководителей и специалистов (опыт социальной технологии). — Таллин: Валгус, 1984.
26. *Українське суспільство на порозі третього тисячоліття*: Кол. моногр. / За ред. М. О. Шульги. — К., 1999.
27. *Управленческие нововведения в США. Проблемы внедрения* / Отв. ред. Ю. А. Ушанов. — М.: Наука, 1986.
28. *Фалмер Р.* Энциклопедия современного управления: В 5 т. — М., 1992.
29. *Фатхутдинов Р. А.* Инновационный менеджмент. — М.: Интел-Синтез, 1998.
30. *Хайер В.* Как делать бизнес в Европе. — М.: Экономика, 1990.
31. *Щепаньский Я.* О человеке и обществе. — М., 1990.



Контрольные вопросы

1. Определение инновации (нововведения).
2. Классы инноваций.
3. Какие основные группы в коллективе можно выделить по критерию отношения к внедрению инноваций?
4. Как Вы оцениваете распространенное мнение о том, что современный менеджмент не может не быть инновационным?
5. Основные элементы инновационного процесса.
6. Значение инновационной активности персонала.
7. Основные причины возникновения психологических барьеров при внедрении инноваций.
8. Особенности применения социальных технологий в инновационном менеджменте.
9. Проанализируйте действие социального механизма управления инновационными процессами.

10. Взаимосвязь инновационного потенциала и инновационного ядра коллектива.
11. Критерии определения уровня инновационной активности управленческого персонала.
12. Особенности социальных нововведений.



ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

1. Инновационные процессы как объект социологического анализа.
2. Основные классы инноваций (нововведений) и их взаимосвязь.
3. Инновационный потенциал и инновационная активность персонала.
4. Психологические барьеры при внедрении инноваций. Основные методы их преодоления.
5. Социальные технологии в инновационном менеджменте.
6. Значение инновационной активности управления персоналом.
7. Взаимосвязь инновационного ядра и инновационного потенциала коллектива в инновационных процессах.
8. Значение инновационных качеств современного менеджера.
9. Обзор экономической и социологической периодики по проблемам инновационного управления.
10. Управление изменениями: стимулы и препятствия.
11. Инновационные технологии в управлении (обзор эффективного применения инновационного управления в Украине).
12. Зарубежный опыт внедрения инноваций. Возможность его адаптации при внедрении в Украине.

ГЛАВА 9

ОРГАНИЗАЦИОННО-КУЛЬТУРНЫЙ ФАКТОР ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

9.1

Сущность организационной культуры: рационально-прагматический и феноменологический подходы к ее уяснению

В период трансформации социально-экономических отношений актуализировалась проблема изучения социальных механизмов развития экономических организаций в оболочке определенной культуры, влияния культурных факторов на социально-экономическую активность индивидов и социальных групп. Социокультурные факторы представляют собой существенную часть внешней среды, где функционируют субъекты экономической деятельности. Влияние организационно-культурных факторов на экономику, ее функционирование и развитие сегодня общепризнано.

Проанализируем часть общественной культуры, которая функционирует внутри экономических организаций и называется организационной культурой.

В понимании сущности организационной культуры будем исходить из разработанного в западной социологии представления о культуре как социальной памяти общества. Как подчеркивает американский социолог И. Майр, культура — это “то, что сохраняется из прошлого людей, влияет на их настоящее для оформления их будущего” [3, 177]. Я. Щепаньский, отмечая трансляционную роль культуры, считает, что в обществе “существуют определенные идеи, которые передаются из поколения в поколение. С этими идеями связаны системы ценностей. Они, в свою очередь, определяют поведение и деятельность индивидов и групп, их способы мышления и восприятия. Весь этот комплекс называется культурой” [21, 50].

Адаптируя общие теории социологии к культуре, современный социолог Н. Победа считает, что “культура является золотым сечением

между экономической и социальной эффективностью, а предмет ее состоит в том, чтобы соизмерять новые идеи и ценности, коллективные действия с определенными общественными условиями” [14, 50]. Исследователь Ю. Левада, с нашей точки зрения, в систему культуры уместно включает также механизм управления со стороны социальной системы индивидом, социальной группой или институтом [8].

Основываясь на приведенных фрагментах социологической концепции культуры, под последней будем понимать социальную память общества, механизм воспроизводства эталонов поведения индивидов и социальных групп, своеобразный социальный механизм управления ими посредством ценностей и норм.

Для адекватного понимания сущности культуры экономических организаций необходимо иметь в виду ее определенную детерминированность и со стороны экономической или хозяйственной культуры, которая является совокупностью ценностей и норм, регулирующих экономическое поведение ее субъектов. Особенность экономической культуры состоит в том, что основным каналом ее влияния на экономику является экономическое поведение работника, те или иные формы его экономической активности. Кроме того, экономическая культура в значительной мере ориентирована на управление производственным поведением человека, так как ее нормы и ценности имеют организационную направленность. Как отмечает исследователь В. Радаев, хозяйственная культура представляет собой “совокупность профессиональных знаний и навыков, хозяйственных норм, ценностей и символов, необходимых для самоидентификации и выполнения хозяйственных ролей” [18, 80].

Экономическая культура включает в себя явления двойственного характера: это продукты, с одной стороны, функционирования социальных групп, а с другой — работы социальных институтов. Другими словами, экономическая культура состоит из ценностей и норм как личностного, так и институционального характера.

Личностный аспект экономической культуры фиксирует ценности, нормы, предпочтения и другие черты сознания субъектов хозяйственной деятельности. К ним социологи относят преимущественно ценности для работников их статуса в обществе, а также ценности самореализации в экономической сфере. Эти ценности связаны с видом профессиональных занятий, должностным статусом, вознаграждением за труд, возможностями горизонтальной и вертикальной карьеры, возможностью проявить хозяйственную самостоятельность, обладать собственностью и т. п.

В зависимости от того, какие именно черты общей и экономической культуры ассимилированы субъектами хозяйственной деятельности

(индивидами, социальными группами или организационным ядром), складывается тот или иной тип работника или организационной культуры. В этой связи организационную культуру можно рассматривать как своеобразную проекцию культуры общества и его экономической культуры на хозяйственную организацию с учетом составляющих ее индивидов, социальных групп и организационного ядра. В одних организациях культура может носить самоуправленческий, коллективистский, инновационный характер, а в других основываться на противоположных ценностях.

Институциональный аспект экономической культуры представляет собой ценности и нормы, которые характеризуют не людей, а экономику как безличностную структуру, как совокупность социальных институтов. Западные социологи изучают взаимосвязь экономических институтов — фирм, бизнеса, конкуренции и поведения персонала организаций с позиций влияния ценностей экономической культуры на трудовую мотивацию и поведение различных социальных групп [13].

Особенность современного институционального подхода состоит в том, что понятие социального института приобретает более широкий и позитивный смысл, чем у его основоположника Т. Веблена. Институт, с точки зрения Т. Веблена, представляет собой сложившийся образ мыслей, закреплённый в обычаях или порядках, которыми руководствуются люди, это структуры, которые закрепляют опыт [4, 201–202]. В наше время социальные институты рассматриваются как существующие в обществе формальные и неформальные правила игры, структурирующие и упорядочивающие человеческую деятельность благодаря таким атрибутивным характеристикам, как устойчивость и долговечность. Они инвариантны относительно действий отдельных индивидов и изменяются под воздействием социальных организаций и социально-управленческих групп.

В условиях усложнившихся хозяйственных связей возрастает значение социальных институтов в формировании и развитии эффективных общественных перспектив. Так, Д. Норт особо подчеркивает способность социальных институтов создавать благоприятную среду для совместного решения сложных проблем современной хозяйственной жизни, в частности для налаживания хозяйственных связей между экономическими организациями. Именно в этой роли социальные институты являются детерминирующими факторами экономического процесса и тем самым стимулируют экономическое развитие [9, 12–22].

Другими словами, кризис чисто инструментального производства и развитие ценностно-ориентированной экономики содействуют

созданию нового институционального основания экономической деятельности и предъявляют новые требования к хозяйственным организациям.

С позиций современного институционального подхода необходимо иметь в виду, что основными субъектами институциональных изменений культурной среды являются социальные организации и социально-управленческие группы. В процессе их функционирования институционализируются новые организационные структуры и формы хозяйственной деятельности, адекватные рыночным механизмам. Развитие каждого из рыночных институтов регламентирует жизнедеятельность охватываемых им социальных групп и стимулирует возникновение особой системы организаций, где пересекается действие различных социальных институтов. Вместе с тем институциональные формы на микроуровне общественной организации имеют определенную специфику и не являются “уменьшенной копией рыночных, характерных для экономики в целом” [5].

Сложность исследования социальных механизмов воздействия культуры на функционирование и развитие экономических организаций состоит также в том, что они находятся под воздействием множества социальных институтов, в частности институтов экономической культуры и властно-управленческого, действующих одновременно политически, экономически и социокультурно. В этой связи вполне приемлемо предложение И. Ладанова при оценке воздействия культуры на деятельность организаций учитывать такие ее параметры, как направленность, под которой имеется в виду влияние культуры на достижение целей организации, широту распространения среди персонала организации, а также силу, с которой принимаются цели этой культуры членами организации [7, 154].

Обратимся к понятию организационной культуры, которое в последнее время все чаще используют для интегральной характеристики жизнедеятельности организаций. Исследование практики деятельности зарубежных фирм свидетельствует, что феномен организационной культуры не является просто модным течением в менеджменте. Принято считать, что эффективность функционирования и развития хозяйственных организаций зависит от их культуры и климата. В зарубежных фирмах культуру организаций формируют специальные подразделения.

Социальный механизм влияния культуры на эффективность деятельности хозяйственной организации очень сложный и пока четко и обоснованно не описан. Это влияние осуществляется опосредованно, в связи с чем речь может идти не о прямой причинно-следственной связи, а о тонких и не всегда прогнозируемых связях. Утверждение о прямом вли-

янии организационной культуры на эффективность функционирования организаций базируется на том, что наиболее успешные из них характеризуются высоким уровнем культуры, формируемой организационным ядром. Анализируя эффективно действующие американские фирмы, известные современные исследователи Т. Питерс и Р. Уотермен определили совокупность условий, которые вывели эти фирмы на лидерскую позицию: вера в предпринимаемые действия, связь с партнером, поощрение автономии и усердия, знание управляемой системы, профессионализм, простота управленческой структуры и малый штат администрации, соединение гибкости и жесткости [13].

Исследования культуры организации и управления связаны с такими известными именами, как М. Вебер, Т. Парсонс, К. Левин, Ф. Селзник, Ч. Барнард, Е. Шейн, Т. Питерс. Они сформировали методологические подходы постижения организационно-культурного феномена в связи с пересмотром рационально-нормативистских управленческих теорий. Занимаясь проблемами внутренней интеграции членов организации, Ф. Селзник высказал мысль о том, что поведение работников прямо связано с так называемым институциональным лидерством, которое трактовалось уже не только психологически как связанное с жизнью малых групп, но и как фактор формирования конвенционально значимого культурного пространства [23]. В это же время Г. Саймон разработал классические идеи “организационной морали” как системы нормативного регулирования организационного поведения работников. Он первым попытался проанализировать организационное поведение работников как процесс усвоения культурных элементов организационного развития: целей, ценностей, общих правил и стандартов деятельности. Эти идеи легли в основу признания процессов внутренней трансформации или транскомуникации культуры и поведения как источника систематического перераспределения энергии на различных циклах ее развития как специфической живой системы.

В этой связи возникла новая методологическая проблема: рассматривать культуру в качестве нормального организационного ресурса или представлять организацию как культурное пространство, где действует прежде всего закон семиотического, или символического, поведения. Эти различия в понимании источников формирования и сущности организационной культуры нашли отражение в двух ее базовых моделях: рационально-прагматической и феноменологической.

Согласно рационально-прагматической модели, организационная культура является одной из атрибутивных характеристик организации наряду с такими ее свойствами, как формальная или неформальная

структура, используемые социальные технологии и др. Представители этого направления (И. Ансоф, Т. Питерс, Р. Уотермен) исходят из понимания сущности организационной культуры в формулировке Е. Шейна: “Организационная культура есть интегрированный набор базовых представлений, который данная группа изобрела, случайно раскрыла, позаимствовала или достигла каким-либо иным путем в результате попыток решения проблем адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, чтобы быть признанными, действенными и достойными закрепления и передачи новым поколениям членов организации” [25]. Другими словами, позиция Е. Шейна относительно понимания сущности организационной культуры состоит в том, что он рассматривает ее как продукт опыта социальных групп. Оправдание человеческого участия в создании культуры организации Е. Шейн объясняет тем, что культурные формы служат достижению организационной эффективности. С позиций генезиса организационная культура возникает в результате решения группами двух жизненно важных проблем, связанных с внутренней интеграцией и адаптацией к внешней среде. Формирование и эволюция организационной культуры происходят крайне медленно, особенно на уровне базовых представлений, которые воспринимаются членами группы как нечто само собой разумеющееся. В соответствии с этой концепцией сильные культуры групп складываются тогда, когда группы постоянны и однородны по составу и существуют долгий период времени. Новым же членам группы необходимо социализироваться в рамках уже существующей культуры. Такой подход к пониманию сущности организационной культуры сопряжен с рядом условий ее функционирования. Те или иные организации могут и не иметь единой организационной культуры, когда в их рамках сосуществуют субкультуры различных социально-профессиональных групп. Групповые субкультуры могут отличаться от культуры, предлагаемой высшим менеджментом, и находиться к ней в оппозиции, сопротивляться манипулированию. В этой связи представляют интерес отличия образцов поведения, складывающихся в различных социально-профессиональных группах, от формальных организационных ролевых предписаний. Формирование организационной культуры является процессом медленным и трудным, который должен осуществляться на основе соответствия культурных ценностей и базовых представлений групповых субкультур внедряемой менеджерской культуре. В противном случае выработка организационной культуры маловероятна.

Таким образом, согласно рационально-прагматической модели организационная культура является одной из атрибутивных характе-

ристик организации, что допускает возможность влияния на ее формирование и совершенствование. Организационная культура рассматривается как инструмент достижения организационных целей и оценивается с позиций эффективности, т. е. возможностей достижения этих целей. Формирование организационной культуры связывается преимущественно с процессами, происходящими внутри организации. В этом случае организационная культура описывается как корректируемая переменная, которая может изменяться лидером, и является одним из регуляторов поведения работников. Именно такое видение природы организационной культуры и ее функций получило широкое распространение среди менеджеров.

Согласно феноменологической модели, организационная культура рассматривается как сущностная, а не атрибутивная характеристика организации, в связи с чем ее исследователи (А. Петтигрю, М. Луи, С. Робинс) считают, что организационная культура не является фактором, непосредственно программирующим поведение индивидов в организации, а скорее, фактором, обеспечивающим условия конвенционально согласованного восприятия реальности и согласованного группового поведения. Представители этого направления исходят из экзогенной и эндогенной логики ее формирования и считают невозможным прямое управление культурой. С точки зрения социологов М. Луи и С. Робинса, “культурный подход” в рассмотрении организации в отличие от традиционного, который базировался на парадигме “социального факта”, должен отвечать парадигме “социальной определенности”. Согласно этой парадигме индивиды выступают в роли творцов социальной реальности, определенным способом интерпретируя ее. При этом значения (смыслы) не даны индивидам априори, а присваиваются реальности в процессе ее осмысления. В этом контексте организационная культура понимается как система общественно принятых смыслов, существующих в конкретной группе в конкретное время как совокупность определенных ограничений, устойчивых форм, настроений и образов, которые интерпретируют ситуацию для индивидов на трех уровнях: универсальном, культурном и индивидуальном. В этой связи проблема управления культурой в организации состоит в перенесении индивидуальных условий на организационные цели и организационную стратегию, что объясняет механизм функционирования организационной культуры.

В современной социологии организаций следует также выделить типологию организационной культуры У. Оучи, сформированную в функциональном ключе, где культура рассматривается как специфический

ресурс организационной системы. Эта классификация, сделанная на основе типов культурной регуляции, включает рыночную культуру, бюрократическую и клановую.

В рыночной культуре господствуют стоимостные отношения, а социальная составляющая такой организации остается второстепенной. Руководство и персонал здесь ориентируются в своем поведении на рентабельность, на снижение затрат производства. Бюрократическая культура ассоциируется с регламентацией всей деятельности организации в форме жесткого соблюдения формальных процедур, инструкций и т. п. Клановая культура может существовать как внутри рыночной организационной культуры, так и внутри бюрократической. Она носит промежуточный характер и как бы дополняет первые две. Распространяется клановая культура в неформальных структурах и связана с ориентацией на общие ценности, разделяемые той или иной группой, а также на межличностные отношения. В этой связи клановая культура не регламентирует однозначно поведение индивидов, а лишь ориентирует его в соответствующем направлении [11].

9.2 Структура и функции организационной культуры

В рамках обозначенных подходов к постижению сущности организационной культуры необходимо рассмотреть ее структуру и некоторые функции, посредством которых реализуется ее влияние на эффективность функционирования экономической деятельности.

Структура организационной культуры сложная и многоуровневая. На первом уровне организационная культура проявляется через совокупность эксплицитных культурных артефактов: формально-иерархическую структуру организации, ее размеры, поведение ее членов и их язык, правила, зафиксированные в письменном виде, используемые технологии, в том числе и социальные, место на рынке. Сюда же относятся не только названные элементы “поверхностной культуры”, но и действия, выраженные в институционализированной форме, подчеркивающие определенную “элитарность” сотрудников относительно их окружения и диктующие определенное корпоративное поведение: праздники, ритуалы и обычаи, разнообразные способы стимулирования работников.

Второй уровень организационной культуры составляют так называемые эталонные ценности как “суждения о том, что имеет важное

значение для индивидуального и группового благополучия” [10, 172]. Эти ценности осознаются и поддерживаются членами организации и декларируются ее руководством. Они являются своеобразными “постулатами веры”, лежащими в основе повседневного поведения работников и определяющими их отношение к выполняемым производственным ролям. Отношение субъектов экономической деятельности к выполняемым производственным ролям может колебаться от полной идентификации с ролью до полного отчуждения от нее. Эталонные ценности складываются в момент основания организации и совершенствуются ее руководством применительно к новым условиям деятельности, регулируя профессионально-ролевое взаимодействие работников.

Однако организационная культура в конечном счете определяется не декларируемыми ценностями, а так называемыми базовыми представлениями, носящими априорный и ультимативный характер и составляющими ее третий уровень. Под базовыми представлениями понимаются не всегда осознанно разделяемые работниками суждения о том, что необходимо считать добрым, разумным и истинным, важным и правильным для достижения уверенности в повседневной жизни и избежания состояния неопределенности. Совокупность этих базовых представлений составляет так называемую культурную парадигму организации и включает взгляды о взаимоотношениях с окружающей средой, о повседневной жизни, о природе человека, о человеческой деятельности и человеческих взаимоотношениях [22]. Базовые представления складываются на протяжении длительного периода на основании системы эталонных ценностей, поддерживаемых руководителями организации. Базовые представления обладают большой мотивирующей силой и поэтому являются надежным основанием при выборе решений для управления организацией. В базовых представлениях работников важно учитывать прежде всего их отношение к собственности, отношение к своему труду и служебным обязанностям (активно-инициативный или пассивно-исполнительский стили трудовой деятельности), предпочтение того или иного стиля руководства (теория “Х” или “У”), предпочтение коллективизма или индивидуализма в организации, степень конкурентности между членами организации, представления о характере и формах властно-управленческих отношений (легитимные, традиционные или харизматические), о социально-пространственных границах властных полномочий в организации и о степени иерархизации управления в ней. Совокупность этих базовых представлений и составляет содержание культурной парадигмы организации.

Относительно функций организационной культуры следует подчеркнуть, что они обозначают роль, которую организационная культура играет в жизнедеятельности организации. К основным функциям организационной культуры относятся следующие:

- манипулятивная, проявляющаяся в том, что организационная культура пластична и может проектироваться и формироваться руководством организации;

- интеграционная, состоящая в том, что организационная культура является объединяющей силой, несмотря на групповые различия персонала относительно идеологических, культурных ориентаций и базовых ценностей;

- мотивационная, благодаря чему организационная культура связана с механизмами воплощения управленческих решений и способствует позитивной идентификации интересов различных социально-профессиональных групп с целями организации. Именно через мотивацию персонала организационная культура воздействует на эффективность функционирования и развития организации [1];

- адаптационная, связанная со взаимоотношением организации с окружающей средой. В зависимости от культурной парадигмы организация выбирает одну из трех стратегических моделей поведения: стремление максимально и желательно бесплатно использовать возможности окружающей среды; стремление гармонично взаимодействовать со средой; стремление защититься от угрожающего воздействия среды;

- селекционно-трансляционная, состоящая в том, что организационная культура выбирает нормы, ценности, эталоны экономического поведения, необходимые для выживания организации, и транслирует их из прошлого в настоящее и будущее;

- инновационная, когда организационная культура является резервуаром, из которого черпаются новые ценности, нормативные представления, новые образцы поведения, социальные технологии, формы организации управленческих отношений, модели группового поведения на рынке труда, товаров и услуг;

- регулятивно-управленческая, состоящая в том, что организационная культура является одним из механизмов социального управления. Социальный механизм управления обеспечивает расширенное воспроизводство людей в качестве субъектов общественных отношений путем присвоения ими предметно-вещественных условий и способов жизнедеятельности [15].

Факторная характеристика организационной культуры

Организация как социальная система поддерживается и воспроизводится благодаря развитию организационной культуры, являющейся своеобразным способом межличностных и межгрупповых взаимоотношений, социальным механизмом, регулирующим жизнедеятельность персонала организации.

Влияние организационной культуры на функционирование и развитие хозяйственных организаций носит многообразный характер и осуществляется через различные социальные механизмы. Рассмотрим основные направления такого влияния.

1. Влияние на трансформацию организационной структуры, на формирование менеджерской стратегии организации, устойчивой системы взаимодействия ее членов.

2. Организационная культура как способ осуществления контроля трудового процесса на производстве нацелена на повышение трудовой мотивации работников и максимизацию эффективности функционирования организации.

3. Организационная культура, способствующая позитивной идентификации персонала в целях высшего менеджмента и благодаря этому может использоваться руководством для улучшения механизмов социализации работников, обеспечения внутренней интеграции, укрепления целостности организации.

4. Организационная культура как способ адаптации предприятия к среде жизнедеятельности определяет содержание отношения организации к внешней среде и ее способности взаимодействовать с ней.

Обратимся к более конкретному рассмотрению некоторых из обозначенных факторных характеристик организационной культуры.

Организационная культура является одним из факторов, обуславливающих организационные инновации, в частности трансформацию организационной структуры и формирование менеджерской стратегии предприятия. Современные исследователи подчеркивают, что организационная структура организации содержит следующие основные элементы [24]:

- распределение задач и ответственности, которые определяют работу человека;

- объединение индивидов в группы, а групп — в департаменты и большие группы, которые формируют организационную иерархию;
- механизмы, требующие улучшения вертикальной координации, как, например, количество людей, отвечающих за управление и степень делегирования власти;
- механизмы, необходимые для содействия горизонтальной координации, такие как “междепартаментные команды”.

Механизм трансформации перечисленных элементов структуры организации предполагает предварительное изменение организационной культуры. В этой связи можно предположить, что каждому типу организационной структуры соответствует определенный уровень организационной культуры, который является оптимальным для функционирования и развития организации в определенных социально-экономических условиях и на определенном уровне ее эволюционного развития. Безусловно существенное различие организационных культур в традиционных многоуровневых бюрократических структурах управления и в децентрализованных организационных структурах типа матричной, проектно-ориентированной или свободно связанных организационных сетей. В организациях с децентрализованными структурами управления высоко ценятся новаторство и динамизм работников, проектных команд. Этим командам предоставляется максимальная свобода в рамках общих параметров и ценностей, определяемых руководством организации. Такая стратегия управления позволяет обеспечить единство ожиданий работников организации с регулируемыми их нормами и ценностями. В этих условиях каждая целевая команда имеет власть и динамику, а их деятельность координируется, скорее, неформальными путями. Особое внимание в децентрализованных структурах управления уделяется формированию совместных ценностей и пониманию природы организации через постижение ее миссии, целей, идеологии, мифов, ритуалов и т. п.

Различия в организационных культурах (“сильная — слабая”, “развитая — отсталая”, “мужская — женская” и т. п.) особенно важно учитывать при слиянии различных организаций с целью добиться интеграции существующих в каждой из них организационных культур. В противном случае в результате несоответствия, а возможно, и конфликта организационных ценностей и базовых представлений организационную инновацию может подстергать неудача. Организации с более сильными, продвинутыми организационными культурами могут потеснить менее развитых конкурентов. Это проявление организаци-

онно-культурного фактора особенно важно учитывать при создании совместных предприятий с западными партнерами.

Организационная культура наряду с системами рыночного, технического и бюрократического контроля является важной менеджерской стратегией контроля трудового процесса на производстве. Стратегия культурного контроля трудового процесса наблюдается тогда, когда менеджеры пытаются создать для работников условия и стимулы более позитивной идентификации с организацией. При этом сам факт зависимости для работника должен восприниматься им как интернализованная часть его личностной структуры.

Культурный контроль в отличие от рыночного, технического и бюрократического позволяет обеспечить интеграцию потребностей каждого работника с организацией, социальная структура которой представляет собой совокупность гетерогенных социально-профессиональных групп со сложной системой взаимоотношений, конкуренцией и конфликтом интересов.

Основной конфликт интересов в организации осуществляется между социально-профессиональными группами работников организаторского и исполнительского труда, между менеджментом и работниками. Этот конфликт может проявляться в различных формах и по широкому спектру трудовых отношений: условий найма, заработной платы, продолжительности трудового процесса, условий и содержания труда, состояния трудовой дисциплины, участия в решении производственных проблем и др. Способы и результаты разрешения возникающих конфликтных ситуаций зависят не только от соотношения властных позиций конфликтующих сторон, но и в значительной мере от организационной культуры, от преобладающих в организации базовых представлений относительно природы человека. Эти представления связаны с ответом на вопрос о том, что есть человек, как он относится к своему труду и обязанностям, какой подход целесообразно к нему применить, вкладывая средства в развитие персонала. Исследователь Е. Шейн, например, считает, что из различных концепций природы человека (“рационально-экономического человека”, “социального человека”, “сложного человека”) в качестве основы формирования организационной культуры необходимо использовать концепцию “сложного человека”. По его мнению, основанная на этой концепции организационная культура способна обеспечить интеграцию потребностей организации и каждого работника. Важно также учитывать субъективную значимость удовлетворения социальных потребностей на производстве как отдельными

индивидами, так и различными социально-профессиональными группами. Это позволит диагностировать организационную культуру для оптимизации ее интегративной функции и совершенствования управленческих отношений на производстве.

Особенно возрастает роль организационной культуры как способа согласования интересов различных социально-профессиональных групп в новых социально-экономических условиях, когда трудовые отношения на производстве усложняются и ухудшаются. Это связано прежде всего с такими факторами, как экономическая стратегия предприятия, особенности его приватизации, изменения в системе управления и др. В этих условиях у работников предприятий возросла неуверенность в завтрашнем дне и недоверие к действиям администрации.

Организационная культура является важным адаптационным фактором жизнедеятельности экономических субъектов, что проявляется в их способности привести индивидуальное и групповое поведение в соответствие с требованиями социальной среды. Именно степень развития организационной культуры обуславливает как ее адаптивность-неадаптивность, обозначающие тенденции функционирования организации и определяющиеся степенью соответствия между поставленными целями и достигнутыми результатами. В зарубежной литературе подчеркивается, что чем выше уровень культурного развития субъектов экономического действия, тем больше их способность воздействовать на внешнюю среду жизнедеятельности с учетом своих социально-групповых или организационных интересов и тем больше у них шансов адаптировать окружающую среду к своим ценностям и нормативам поведения. Следует также учитывать, что адаптация социальных групп и организаций в условиях бифуркационного типа развития осуществляется неравномерно, несинхронно. В этой связи одни социальные организации или социальные группы быстро осваиваются с новыми социально-экономическими реалиями, а другие отстают, что дестабилизирует их взаимоотношения, нарушает сложившееся социальное равновесие, а также дезорганизует отношения некоторых субъектов экономического действия с внешней средой.

Как свидетельствуют социологические исследования [2], в Украине в результате социально-экономических преобразований на производстве усиливаются позиции руководителей высшего и среднего звеньев в системе управления предприятием. Эти социально-управленческие группы наиболее успешно адаптируются к новым социально-экономическим условиям хозяйствования.

Наиболее благополучной является группа руководителей предприятия, или высшая администрация, *top-management*, которая имеет фактически неограниченную власть на предприятии и является основным инноватором всех перемен. В формирующейся системе управленческих отношений они владеют всей полнотой власти, а в системе экономических отношений заняли позицию распорядителя акционерного капитала. Эта социально-управленческая группа имеет наибольший адаптационный потенциал как совокупность свойств и ресурсов, которые она может использовать в процессе адаптации. Работники высшего звена административного аппарата предприятия нашли “свою нишу” в институциональной среде и неплохо ориентируются в социальном пространстве. Об этом, в частности, свидетельствуют такие характеристики их социального самочувствия, как стабильность условий жизнедеятельности, устойчивое и престижное положение в обществе, уверенность в завтрашнем дне и др.

Адаптационные возможности среднего звена административно-управленческого аппарата (*middle-management*) вытекают из особенностей их статуса в управленческой иерархии предприятия. Занимая промежуточное положение в системе управления предприятием, эта социально-управленческая группа выступает перед руководителями предприятия в качестве представителей работников своих подразделений, а перед работниками этих подразделений — в качестве исполнителя приказов высшей администрации. Лавируя между одними и другими, они пытаются повысить самостоятельность своих подразделений и свой статус в управленческой иерархии.

Наиболее слабым адаптационным потенциалом располагают социально-профессиональные группы работников исполнительского труда (рабочие и служащие). Они не имеют необходимых информационных, материально-технических и финансовых ресурсов, а также налаженных социальных связей для успешной адаптации к рыночным механизмам хозяйствования. В трансформационный период существенно снизилось удовлетворение их социальных потребностей и в результате снизилось трудовая мотивация и требования к условиям труда. Не случайно преобладающее большинство работников исполнительского труда негативно относятся к структурным изменениям на производстве, к акционированию собственности предприятия, не связывая их с возможностями повышения своей роли в управлении в качестве акционерного собственника.

Относительно социальной организации в целом организационно-культурный фактор ее адаптационности характеризуется показателя-

ми эффективности функционирования и развития организации, в частности наличием надежного ресурса управленческих решений разных проблем ее жизнедеятельности как способа целеполагания и целедостижения в тех или иных управленческих ситуациях. Как подчеркивает известный исследователь К. Поппер, “во всякой системе с гибким управлением, где управляющая и управляемая системы взаимодействуют между собой, наши пробные решения взаимодействуют с нашими проблемами, а также с нашими целями. А это означает, что наши цели могут изменяться и что выбор цели может стать проблемой” [16, 553].

9.4 Методические проблемы исследования организационной культуры

Важным вопросом, возникающим в связи с изучением организационной культуры, является описание методов ее исследования. Основными из них являются методы сравнительного, историко-генетического и типологического анализа.

Метод сравнительного анализа позволяет выявить различия в состоянии и динамике культуры различных организаций, что представляет не только теоретический, но и практический интерес, особенно если речь идет о слиянии организаций.

Метод историко-генетического анализа позволяет выявить некоторые закономерности эволюции организационной культуры, а также механизмы изменения некоторых ее черт. Используя этот метод, можно ответить на вопрос, почему организационная культура сохранила одни черты и утратила другие, а также не сформировала какие-то новые. С помощью историко-генетического метода можно проанализировать историю организации, а именно уяснить, как ее ценности и представления изменялись ранее: посредством изменения системы, состава или стиля руководства, системы найма, оплаты труда или системы стимулирования. Возможно, если в прошлом какой-то способ способствовал успеху организации, то культура этой организации восприимчива именно к такому типу воздействия.

Типологический анализ организационной культуры позволяет выявить различия между социальными типами субъектов экономического действия, базирующиеся на отличиях в их культурных качествах: ценностных ориентациях, нормах поведения, потребностях, мотивации трудовой активности и др. Метод типологического анализа позволяет также обнаружить характер социально-экономической диф-

ференциации работников различных социально-профессиональных групп, культурные регуляторы их положения в организации. Такими показателями могут быть не только различные феномены общественного сознания членов производственного коллектива, но и опосредованно некоторые объективные результаты их жизнедеятельности.

В эмпирических исследованиях организационной культуры могут использоваться различные показатели, что объясняется неоднозначным пониманием сущности организационной культуры и сложностью ее структуры.

Наиболее доступным для исследования является “поверхностный” уровень организационной культуры или явные культурные артефакты (символы, манера поведения группы, язык, фирменная одежда, знаки фирмы и др.). Все эти проявления организационной культуры более или менее доступны для наблюдения и описания. Выявление ценностей, составляющих второй уровень организационной культуры, требует глубокой исследовательской работы, так как не даны исследователю непосредственно. С этой целью вполне уместно проведение глубинных интервью с представителями организационного ядра, а также контент-анализ документации организации.

Исследовать же базовые представления, составляющие третий уровень организационной культуры, на наш взгляд, невозможно без специальных методик, позволяющих выявлять социальные потребности и социальные установки работников организации и прежде всего высшего звена административного аппарата, играющего ключевую роль в формировании тех или иных базовых представлений.

Неопределенность природы элементов организационной культуры и характера их взаимодействия, а также всего спектра их факторных проявлений относительно жизнедеятельности организации обуславливает необходимость использования для их многомерной характеристики совокупности более общих, интегральных показателей. Эти интегральные характеристики относятся к категории социальных индикаторов, отражающих наиболее важные качества организационной культуры и позволяющих довести их изучение до количественных показателей. Каждая из интегральных характеристик имеет общий характер и содержит много частных черт организационной культуры, которые можно измерять эмпирически. При этом необходимо иметь в виду, что интегральные характеристики организационной культуры должны отвечать некоторым требованиям: их перечень должен быть полным; в совокупности они должны раскрывать сущность организационной культуры и быть верифицируемы.

Такую систему интегральных характеристик как показателей качества экономической культуры разработали Т. Заславская и Р. Рывкина [6]. Они выделили двенадцать интегральных характеристик, операционализирующих функции экономической культуры:

- степень автономности-зависимости экономической культуры от других видов культуры (политической, правовой, управленческой), проявляющаяся в силе и характере этой зависимости;
- степень декларативности-конструктивности как соотношение в экономической культуре норм и ценностей, которые только декларируются (что свидетельствует об определенных дисфункциях в экономике), с теми, которые воплощаются на практике;
- степень директивности-демократичности, характеризующая зависимость экономической культуры от некоторых властных структур;
- степень разнообразия-однообразия как количество образцов поведения, представляющих разные в социальном аспекте типы экономических отношений, основанные на государственной, частной или акционерной собственности;
- степень интегрированности-дезинтегрированности, проявляющаяся в согласованности или рассогласованности стереотипов поведения разных социальных групп;
- степень индивидуализма-коллективизма, измеряющаяся ориентациями индивидов и социальных групп на ценности более высокого порядка;
- степень правовой регламентированности экономической культуры как масштабы распространения в организации образцов поведения, отвечающих требованиям закона;
- степень инновационности-консерватизма, описываемая на основании масштаба заимствования новых образцов экономического поведения, а также ценностей экономической активности для властных структур и для работников;
- масштабы заимствования передового опыта относительно отдельных элементов экономической культуры (стимулирование трудовой деятельности, согласование интересов администрации и работников и т. п.);
- ценность экономической сферы и экономической активности для властных групп, определяемая на основании приоритетности экономических целей и способов решения проблем ее властвования;
- ценность экономической сферы и экономической активности для населения, выявляющаяся на основании распространенности самодея-

тельных форм реализации людей в экономической сфере, приоритетности экономических целей в способах жизнедеятельности населения;

- степень рациональности-иррациональности как соотношение двух полярных типов работников с разными типами мотивации трудового поведения: “хомо рационаликус” и “хомо эмоционаликус”.

Приведенные интегральные характеристики охватывают личный и институциональный аспекты экономической культуры и предполагают дальнейшую операционализацию для отбора конкретных показателей измерения соответствующих свойств экономической культуры. Эти интегральные характеристики экономической культуры можно использовать и для описания организационной культуры.

Представляет также интерес система интегральных характеристик организационной культуры, разработанная Г. Хофшtedом и Д. Боллинже [20, 39–46]. Они сформировали четыре факторных модели ценностей, которые лежат в основе организационной культуры и включают такие параметры, как “индивидуализм — коллективизм”, “дистанция власти”, “стремление к избежанию неопределенности”, “маскулинизация — феминизация”). Как считает А. Пригожин, “идеи Хофштеда о разделенности мира по четырем признакам, безусловно, выдающееся открытие. Но любая типизация условна, ибо не в состоянии учесть многомерности культуры” [17]. Со своей стороны, А. Пригожин дополняет классификацию культур Г. Хофштеда и Д. Боллинже признаком “вертикальное — горизонтальное”, что позволит отделить в организационной культуре манифестируемое, относящееся к поверхностному уровню культуры, от сущностного, характеризующего ее глубинные черты. Введение этого параметра позволило А. Пригожину дать сравнительную характеристику управленческих ценностей и моделей поведения западной (Голландия) и российской организационных культур, используя в качестве парадигмы анализа категории “одна и другая”, а не “лучшая — худшая, высшая — низшая, прогрессивная — отсталая”.

Рассмотрим приведенные параметры организационной культуры более детально относительно совокупности основных показателей, через которые они определяются.

Степень интеграции индивидов в группы оценивается по параметру “индивидуализм — коллективизм”. В реальной жизни этот параметр проявляется с учетом не только национальных, но и региональных и организационных особенностей, в связи с чем различают “коллективистскую” и “индивидуалистскую” культуру организации, региона или страны в целом. При этом необходимо учитывать существенные различия между коллективизмом как способом мобилизации

человеческих ресурсов организации через систему участия, с одной стороны, и коллективизмом как способом осуществления контроля над персоналом организации — с другой. В первом случае, как отмечает А. Пригожин, речь идет о распространенном на Западе горизонтальном коллективизме индивидуалов, а во втором — о распространенном в Украине уравнилельно-пассивном коллективизме, который реализуется не иначе как вертикально и патерналистски.

К основным показателям этого параметра организационной культуры относятся следующие:

- тип ориентации работников относительно места и роли организации в их личной жизни (желают или не желают сотрудники, организация вмешивалась в решение их личных проблем);
- характер функционирования организации (функционирование организации основывается в расчете на индивидуальную инициативу работников или на их лояльность и чувство долга);
- тип служебной карьеры (осуществляется на основании компетенции и “рыночной стоимости” работника или же в соответствии со стажем его работы);
- характер производственной активности работников (стимулируется руководством или регулируется традиционными способами);
- дистанционность или сплоченность социальных связей внутри организации;
- тип взаимоотношений администрации и работников (основаны на учете вклада работника в деятельность организации или на личных отношениях).

Параметром “дистанция власти” характеризуется уровень демократичности или авторитарности управления, связанный с глубокими отличиями в структуре управления, в системе распределения ролей и мере социального неравенства, а также в статусе работников. Отмеченные различия в управленческих отношениях между социально-профессиональными группами организаторского и исполнительского труда охватываются и фиксируются понятием низкого или высокого индексов “дистанции власти”. В горизонтальной культуре властная дистанция сокращается взаимно, а в вертикальной вопреки организационному порядку сверху вниз согласно желанию руководителя. В отличие от вертикальной горизонтальная организационная культура строится на формировании организационного порядка (системы норм, правил, связей) с минимальным вмешательством руководителя в работу подчиненных. Это конвенциональная культура ненасильственного

взаимодействия, основанная на согласовании интересов и действий, где приказы руководителя имеют второстепенное значение.

К основным показателям, через совокупность которых фиксируется параметр “дистанция власти”, относятся следующие:

- наблюдаемая в организации тенденция к централизации или децентрализации;
- количество управленческого персонала;
- вид организационной структуры управления (сплюснутая или остроконечная пирамида);
- уровень дифференциации заработной платы административных и исполнительских работников (значительный или незначительный);
- статусная дифференциация “белых” и “синих” воротничков (наблюдается или не наблюдается).

Важным параметром, характеризующим функционирование и развитие организационной культуры, является “тенденция к избеганию неопределенности”. Основу понятия неопределенности заложил В. Парето на основе описания “логического” и “нелогического” поведения. Этот параметр свидетельствует о степени напряженности управленческих отношений в организации и о возможности со стороны администрации конструктивно влиять на конфликтогенные факторы, на готовность достижения компромисса между конкурирующими социальными группами. Вертикальная организационная культура ориентирована на установление жесткой определенности, однако попытки добиться определенности по вертикали порой приводят к обратным результатам. В этом отношении горизонтальная определенность более надежна.

Параметр “дистанция власти” фиксируется через совокупность показателей, в которую входят:

- уровень сопротивления инновационным изменениям в организации;
- уровень мотивации на достижение целей организации;
- степень готовности к риску;
- тип ориентации на карьеру (предпочтение горизонтальной или вертикальной карьеры);
- отношение к соблюдению правил иерархических структур (должны соблюдаться неукоснительно или ими можно пренебречь).

И наконец, параметр “маскулинизация — феминизация” отражает мотивационную направленность персонала на выполнение производственных заданий и на достижение целей организации, а также влияет

на способы разрешения конфликтов в организации. В вертикальной культуре “маскулинизация” задается властью и идеологией, а в горизонтальной эти свойства проявляются спонтанно. В “мужских” организационных культурах гуманизация трудовых отношений понимается как возможность быть признанным, сделать карьеру, самореализоваться, а в “женских” — как наличие хороших взаимоотношений членов организации, постоянного уважения к сотрудникам со стороны администрации.

Параметр “маскулинизация — феминизация” фиксируется через такие показатели:

- ориентацию на равенство или неравенство в организации (желание быть как все или лучше других);
- тип ориентации на взаимоотношения в коллективе (быть независимым или солидарным);
- преимущественную нацеленность на реализацию своих претензий или на оказание услуг другим;
- уважительное отношение к тем, кто преуспевает, или сочувствие неудачникам;
- рациональный или эмоциональный способ принятия решений.

Основываясь на разнообразном сочетании рассмотренных параметров, руководство организации может диагностировать состояние организационной культуры и конструктивно влиять на ее формирование [12], регулируя тем самым жизнедеятельность трудового коллектива и оптимизируя управляющее воздействие на него. В свою очередь, “оптимальные управляющие воздействия... требуют определенного уровня организованности и культуры производства” [19].

Таким образом, исследование феномена организационной культуры как фактора эффективности функционирования и развития экономических организаций является актуальной в теоретическом и практическом отношении проблемой экономической социологии. В западном менеджменте, например, общепризнанна зависимость экономических показателей фирмы от культуры организации и осуществляются ее систематическое формирование и совершенствование специальными подразделениями.

Однако социальный механизм влияния культуры на эффективность деятельности экономических организаций очень сложный и пока четко не описан. Предполагается, что влияние организационной культуры на жизнедеятельность организации осуществляется опосредованно и носит системный, комплексный характер.

В свою очередь, описание социального механизма организационной культуры предполагает необходимость уяснения ее сущности, структуры и функций, а также связанных с ее исследованием процедурных вопросов.

Особый интерес в связи с рассматриваемой проблемой представляет факторная характеристика организационной культуры. Важнейшими факторообразующими характеристиками организационной культуры являются ее воздействия на трансформацию организационной структуры и формирование организационной стратегии; эффективность осуществления менеджерского контроля над трудовым процессом; укрепление целостности организации, обеспечение внутренней интеграции ее членов; адаптационные возможности организации к внешней среде; повышение трудовой мотивации работников и максимизацию эффективности функционирования организации.



Список использованной и рекомендуемой литературы

1. *Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. С.* Социологический словарь: Пер. с англ. — Казань, 1997.
2. *Барсукова С. Ю., Герчиков В. И.* Приватизация и трудовые отношения: От единого и общего — к частному и разному. — Новосибирск, 1995.
3. *Беккер Г., Босков А.* Современная социологическая теория. — М.: Иностр. лит., 1961.
4. *Веблен Т.* Теория праздного класса. Экономическое исследование институтов. — М.: Прогресс, 1984.
5. *Гутник В. П.* Рыночные структуры и трансформация российской экономики // *Мировая экономика и международные отношения.* — 1995. — № 7. — С. 61.
6. *Заславская Т. И., Рыбкина Р. В.* Социология экономической жизни. Очерки теории. — Новосибирск, 1991. — С. 132–147.
7. *Ладапов И. Д.* Психология управления рыночными структурами: Преобразующее лидерство. — М., 1997.
8. *Левада Ю. А.* Лекции по социологии // *Информ. бюл. №5(20) /Ин-т конкретных социальных исследований АН СССР.* — М., 1969. — С. 66.
9. *Норт Д.* Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. — М.: Фонд экон. книги “Начала”, 1997.
10. *Осипов Г. В.* Современная буржуазная социология. — М.: Наука, 1964.
11. *Оучи У.* Методы организации производства: японский и американский подходы: Пер. с англ. — М.: Экономика, 1984.

12. Павлова М. Н. Методы диагностики, формирования и развития организационной культуры: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. — М., 1995.
13. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления: опыт лучших компаний: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1986.
14. Победа Н. А. Социология культуры. — Одесса: Астропринт, 1997.
15. Попова І. М. Соціальна сфера економічної життєдіяльності суспільства. Економічна соціологія / За ред. В. М. Ворони, В. Є. Пилипенка. — К., 1997. — С.33.
16. Поттер К. Логика и рост научного знания. — М.: Прогресс, 1983.
17. Пригожин А. И. Деловая культура: сравнительный анализ // Социс. — 1995. — № 9. — С. 77.
18. Радаев В. В. Экономическая социология. — М.: Аспект-Пресс, 1998.
19. Скарин В. Д. В поисках оптимальных решений // Такая разная математика: Сборник № 10. Математика и кибернетика. — М.: Знание, 1991.
20. Удальцова М. В. Социология управления. — М.: ИНФРА-М, 1998.
21. Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии: Пер. с польск. — Новосибирск: Наука, 1967.
22. Щербина С. В. Организационная культура в западной традиции: природа, логика формирования и функции // Социс. — 1996. — № 7. — С. 47–55.
23. Selznick P. Leadership in Administration. — Evanston, 1957.
24. Shein E. H. Coming to a New Approaces of Organizational Culture// Sloan Management Review. Winter. — 1984. — P. 3–14.
25. Shein E. H. Sloan Management Revior From // Sloan Management Review Fall. — 1981. — P. 55–58.

? **Контрольные вопросы**

1. Природа организационной культуры и истоки ее формирования.
2. Концептуальные различия рационально-прагматической и феноменологической моделей постижения сущности организационной культуры. Какой из этих моделей Вы отдаете предпочтение и почему?
3. Социальный механизм взаимодействия культуры общества, экономической культуры и культуры организации.
4. Природа элементов организационной культуры и характер их взаимосвязи.
5. Функции организационной культуры относительно жизнедеятельности организации.
6. Специфика организационной культуры как культурного пространства и смыслового контекста жизнедеятельности организации.

7. Социальный механизм влияния организационной культуры на функционирование и развитие экономических процессов.
8. Основные направления воздействия организационной культуры на жизнедеятельность организаций.
9. Основные методы изучения организационной культуры.
10. Система каких социальных индикаторов, по Вашему мнению, позволяет адекватно описать организационную культуру?
11. Роль организационной культуры как адаптационно-интеграционного фактора жизнедеятельности организаций.
12. Почему при создании совместных предприятий важно учитывать особенности их организационной культуры?
13. Приведите примеры позитивного или негативного воздействия организационной культуры на социализацию работников, их трудовую мотивацию, повышение эффективности функционирования и развития экономических организаций.
14. Как соотносятся организационная культура и организационный климат?



Тематика рефератов

1. Структура и функции организационной культуры.
2. Основные характеристики организационной культуры.
3. Теоретико-методологические и методические проблемы исследования организационной культуры.
4. Роль организационной культуры в процессе социализации работников.
5. Социальный механизм взаимодействия экономической культуры и культуры общества.
6. Организационная культура как адаптационный фактор жизнедеятельности организаций.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. Экономическая социология как наука	5
1.1. Методологическая основа синтеза социологической и экономической теорий в истории социологии	5
1.2. Современная западная экономическая социология	13
1.3. Место экономической социологии в системе социологической науки	19
1.4. Экономическая социология как методологическая основа социальной политики	20
1.5. Принципы построения социально-политической модели в Украине на современном этапе ее развития	24
1.6. Соотношение экономического и социального в структуре ценностей населения Украины	27
<i>Список использованной и рекомендуемой литературы</i>	30
<i>Контрольные вопросы</i>	31
<i>Тематика рефератов</i>	32
Глава 2. Социальная сфера экономической жизнедеятельности общества	33
2.1. Социальная сфера — специфическая сфера жизнедеятельности общества. Ограниченность распределительной трактовки социального	35
2.2. Собственность как социальная категория. Социальные и экономические отношения. Социально ориентированная и эффективная экономика	44
2.3. Собственность как компонент социальных и правовых отношений ..	48
2.4. Социальная структура общества и экономика. “Внеэкономические” факторы социальной дифференциации	53
2.5. Социальная политика. “Старый” и “новый” гуманизм. Гуманистический критерий в оценке постсоветского реформирования	62
<i>Список использованной и рекомендуемой литературы</i>	74
<i>Контрольные вопросы</i>	77
<i>Тематика рефератов</i>	77
Глава 3. Субъекты экономических отношений	78
3.1. Общая социологическая характеристика экономических отношений	78
3.2. Собственники	86
3.3. Производители	112
3.4. Потребители	121
<i>Список использованной и рекомендуемой литературы</i>	135
<i>Контрольные вопросы</i>	137
<i>Тематика рефератов</i>	137

Глава 4. Социально-экономическое поведение личности и механизмы его регуляции	138
4.1. Социально-экономическое поведение как социологическая проблема	138
4.2. Социальный механизм регуляции экономического поведения	150
<i>Список использованной и рекомендуемой литературы</i>	165
<i>Контрольные вопросы</i>	167
<i>Тематика рефератов</i>	167
Глава 5. Социально-экономические ориентации населения Украины	168
<i>Контрольные вопросы</i>	183
<i>Тематика рефератов</i>	183
Глава 6. Мотивы деятельности и теория управления	184
6.1. Формы хозяйствования и мотивация деятельности	184
6.2. Теории управления	199
<i>Список использованной и рекомендуемой литературы</i>	210
<i>Контрольные вопросы</i>	210
<i>Тематика рефератов</i>	211
Глава 7. Социальные и социологические аспекты маркетинговой деятельности	212
7.1. Генезис и социальная сущность маркетинга	212
7.2. Структура, принципы и механизмы маркетинговой деятельности ...	219
7.3. Предметное поле маркетинговых исследований поведения покупателей	229
<i>Список использованной и рекомендуемой литературы</i>	235
<i>Контрольные вопросы</i>	237
<i>Тематика рефератов</i>	237
Глава 8. Социология инновационных процессов	238
8.1. Анализ основных категорий	238
8.2. Инновационные процессы и социальные технологии	244
8.3. Инновационные процессы и кадры управления	253
<i>Список использованной и рекомендуемой литературы</i>	266
<i>Контрольные вопросы</i>	267
<i>Тематика рефератов</i>	268
Глава 9. Организационно-культурный фактор функционирования и развития экономики	269
9.1. Сущность организационной культуры: рационально-прагматический и феноменологический подходы к ее уяснению	269
9.2. Структура и функции организационной культуры	276
9.3. Факторная характеристика организационной культуры	279
9.4. Методические проблемы исследования организационной культуры	284
<i>Список использованной и рекомендуемой литературы</i>	291
<i>Контрольные вопросы</i>	292
<i>Тематика рефератов</i>	293

У навчальному посібнику в систематизованому вигляді подаються наукові знання про соціальні фактори економічного життя, інститути і механізми функціонування та розвитку економіки, її соціальні суб'єкти, соціально-економічну поведінку особистості в умовах ринкового реформування українського суспільства. Особлива увага приділяється соціально-історичним типам економіки, мотивації діяльності, теоріям управління, соціальним і соціологічним аспектам маркетингу, аналізу інноваційних процесів, організаційно-культурному фактору функціонування й розвитку економіки.

Для студентів, аспірантів і викладачів вищих навчальних закладів.

Навчальне видання

Пилипенко Валерій Євгенович

Гансова Емма Августівна

Казаков Валерій Сергійович та ін.

ЕКОНОМІЧНА СОЦІОЛОГІЯ

Навчальний посібник

(Рос. мовою)

Відповідальний редактор *І. В. Хрошок*

Редактор *О. І. Масвська*

Коректор *І. В. Точаненко*

Комп'ютерна верстка *Т. Г. Замура*

Оформлення обкладинки *Д. В. Коврига*

Реєстраційне свідоцтво ДК № 8 від 23.02.2000

Підп. до друку 05.12.02. Формат 60 × 84/16. Папір офсетний. Друк офсетний.

Ум. друк. арк. 17,2. Обл.-вид. арк. 19,4. Тираж 5000 пр. Зам. № 63

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)

03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

Поліграфічний центр УТОГ

03038 Київ-38, вул. Нововокзальна, 8