

вина и треть заявили, что эти результаты не вызывают у них никаких чувств. Характерно, что при этом 30-летние как бы более умеренны в своих ожиданиях относительно связанных с избранием нового президента перемен в экономической и политической жизни страны: 42% (против 27% в старшей группе) уверены, что произойдут лишь некоторые изменения. Напротив, значительных изменений ждут 39% в группе 50–59-летних, надеющихся по большей части на "левый галс" в направлении к государственничеству, доля же ожидающих значительных перемен в группе 30–39-летних существенно более малочисленна — 24%. Поколение "некст" в большей степени устраивает существующее положение дел и преемственность в осуществлении экономического и политического курса.

За умеренностью и аполитичностью молодых можно разглядеть, к сожалению, и некоторые признаки моральной деградации и правового нигилизма. Скажем, при объяснении поддержки В.Путина на выборах такой мотив, как то, что он честный и бескорыстный человек, оказался значимым и востребованным для 25% 50–59-летних и только для 8% в группе "некст". Это особенно заметно в оценках чеченских событий. Так, действия военных в Чечне оценивают как достаточно и адекватно жесткие 42% в группе "некст" и 51% в группе 50–59-летних, а недостаточно жесткими считают 41% первых и 32% вторых. Сомнения относительно того, что война ведется против законно избранного президента А.Масхадова, посещают 19% людей группы 45–59-летних и 14% возрастной группы от 30 до 44 лет, но еще сильнее контраст проявляется в безапелляционном отрицании его законности 67% в первой группе и только 54% во второй.

Другие бросающиеся в глаза различия между анализируемыми группами связаны скорее с возрастными особенностями, нежели с переменами в мировоззрении, которые можно было бы отнести к разряду поколенческих. Так, более молодому возрасту, естественно, свойственно и более оптимистичное восприятие жизни и потому в ответах на вопрос: "Что из большого перечня событий и обстоятельств Вас радует?" — отвечают "ничего" 29% в группе 30–39-летних и 38% в группе 50–59-летних. При разбивке на группы от 30 до 44 лет и от 45 до 59 лет этот контраст выглядит даже еще острее — 28 к 44 за счет того, что пограничная или промежуточная группа 40–49 лет сама делится резко пополам: на подгруппу 40–44 года, где доля отвечающих "ничего не радует" равна 28%, и подгруппу 45–49 лет, где эта доля достигает 42%. Выясняется, что наряду с пожилыми людьми старше 60 лет это — самая психологически не устроенная группа и недовольство ее и безрадостность существования связаны прежде всего с озабоченностью материальным положением семьи. Вообще же, материальный фактор далеко не единственный из влияющих на психологический настрой. В частности, группа 45–59-летних в последнее время существенно больше, по сравнению с группой 30–44-летних, выигрывает от улучшения положения с выплатами (об улучшении сообщают 53% в первой группе и 38% во второй), однако в ней на первый план выходят проблемы здоровья, и они-то начинают определять психологический климат.

И последнее, казалось бы, маленькое наблюдение, несущее в себе, однако, немаловажные для жизни страны следствия, касается роли и значения в ней СМИ. В ответ на вопрос о том, стали ли за последние год-два интереснее газеты, журналы и телевизионные программы, положительно ответили 55% в группе "некст" и лишь 40% 50-летних. Это означает, что в СМИ уже господствуют вкусы и пристрастия поколения, идущего на смену, и значит, "четвертая власть" уже почти в его руках.

**Леонид БЛЯХЕР,
Антон КАРПОВ,
Элла ПАНЕЯХ**

Изменение поведения экономически активного населения в условиях кризиса (на примере мелких предпринимателей и самозанятых)*

К настоящему моменту кризис в августе 1998 г. уже стал предметом экономической, социологической, политологической и философской рефлексии. Имеющийся на сегодняшний день корпус текстов можно довольно четко разделить на два блока в зависимости от предмета анализа, причин, породивших кризис**, последствием резкого скачка доллара по отношению к рублю в самых разных сферах общественного бытия***. Сам кризис как предмет анализа затрагивается при этом лишь вскользь. Вместе с тем, именно в момент кризиса происходит мобилизация всех наличных социальных связей и способов действия, предпринимаются попытки выработать новые принципы и стратегии взаимодействия в экономической сфере****.

В дальнейшем все они уйдут в тень, станут ежедневной рутинной, фоном, на котором осуществляется действие. Лишь в момент кризиса эти связи проявляются и доступны описанию и анализу.

Предмет исследования данной статьи — экономические стратегии мелких предпринимателей и самозанятых в условиях кризиса, поэтому, с одной стороны, не затрагивается спорный вопрос о консистентности статусов предпринимателей в разных городах (в данном случае — С.-Петербурге, Новосибирске, Хабаровске), а с другой — позволяет вести сопоставительный анализ. Для корректного сопоставления крайне важно четко и однозначно определить сам термин "мелкий предприниматель". Мы предлагаем следующую трактовку: *мелкий предприниматель и самозанятый (на практике эти понятия трудноразличимы) находятся в экономической среде совершенной конкуренции. Их действия, если они не совпадают с действиями основной массы участников рынка, не влияют на конъюнктуру и прочие параметры рынка, даже локального. Такой предприниматель должен обладать преимущественно оборотным капиталом (вложения в основной капитал, в средства производства малы и ими можно пренебречь). Главным стратегическим ресурсом является смена сферы деятельности или радикальная смена рынка.*

Как показало исследование, критерии "только оборотный капитал" и "смена сферы деятельности" не согласованы. Чем дальше отходит предприниматель/самозанятый от положения наемного рабочего (в силу роста капитала первого или из-за невозможности поддержать свое существование вторым), тем в меньшей степени оборотный капитал в стоимостном выражении обладает харак-

* Авторы выражают благодарность программе "Социальная политика накануне XXI века" Московского общественного научного фонда за поддержку в работе над проектом (грант "SP-99-...-..." /в каждом грантовом соглашении нами проставлялся индивидуальный номер грантополучателя/). Программа финансируется за счет средств Фонда Форда.

** См.: Ахизер А.С. Хозяйственно-экономические реформы в России: Как приблизиться к пониманию их природы // Pro et Contra. 1999. Т. 4. № 3; Неформальный сектор в российской экономике. М., 1998.

*** Некиселов Н. Квазирынок как результат реформ // Pro et Contra. 1999. Т. 4. № 2; Барсукова С. Август 1998 года и отечественное предпринимательство // Pro et Contra. 1999. Т. 4. № 2.

**** Бляхер Л.Е. Человек в зеркале социального хаоса. Хабаровск, 1997.

теристикой свободной конвертации. Власть и влияние, которые сопряжены в России со свободой выбора, рынка и сферы деятельности, конвертируются не только из денежного капитала, но и из "омертвленного" — из фондов и оборудования. Так происходило в периоды кризисов отдельных рынков: например, люди, которые при ужесточении контроля за торговлей спиртом и водкой потеряли не только много денег, но и сеть продажи, и заложенную недвижимость, удивительно быстро встроились в новые сети. Так произошло и в 1998 г.

Информационную базу исследования составили 75 биографических (неформализованных) интервью (было проведено по 30 в каждом из упомянутых городов, затем часть была отбракована по формальным критериям), три экспертных интервью с работниками фискальных служб (юридические консультации), одна фокус-группа. Кроме того, были использованы статистические материалы, связанные с социально-экономической ситуацией в городах, в которых проводилось исследование (материалы местной прессы, статистические обзоры, информация статистических управлений территорий).

В беседах с информантами (по "путеводителю" для интервьюера) упор делался в первую очередь на их собственной экономической биографии (*время и условия вхождения в дело, причины смены сферы деятельности, влияние кризиса на экономическую деятельность* и т.д.). В ходе интервью затрагивались такие вопросы, как *причины выбора самостоятельной деятельности; взаимоотношения с властными и теневыми силовыми структурами; отношение к фискальной и социальной политике государства; взаимоотношения с партнерами*. Интервьюеру предлагалось также выяснить, в какой степени в экономической деятельности задействованы *социальные сети*, в которые включен респондент. Однако схема, предлагаемая в "путеводителе", служила лишь ориентиром для интервьюера, беседающего с информантом. Время и последовательность разговора ограничены не были; респондент сам, по собственному усмотрению излагал свою "экономическую биографию". В тех случаях, когда разговор касался таких шепетильных тем, как налогообложение, взаимодействие с государственными и теневыми структурами, интервьюеру рекомендовалось переводить разговор на то, "как происходят такие контакты у других". Такая имперсональность, особенно в контрасте с биографическими откровениями, в ряде интервью позволяла отделить штампы и клише, тиражируемые прессой, от индивидуальных обстоятельств респондента. Мы можем говорить также об известной согласованности политической позиции респондентов (участие в выборах) и предпочтений в выборе клише.

Важным моментом в интервью была проблематизация высказывания респондента. Часто существенные, но рутинные аспекты экономического поведения не могли вербализоваться респондентом, отсюда возникала необходимость в их искусственной актуализации. В исследовании в двух случаях привлекались в качестве экспертов юристы, сотрудничающие в фискальных органах, в одном — специалист в области предпринимательского права.

Информанты выбирались на основе метода "снежного кома", когда предыдущий информант рекомендовал последующего*. Естественно, что такой метод отбора информантов не является идеальным. Так, в ходе сопоставления со статистическими данными выяснилось, что несколько завышенным оказался уровень образования информантов (59 информантов из 75 имели высшее или неполное выс-

шее образование). Не всегда рекомендуемый информант соглашался на беседу, а некоторые не обладали необходимыми характеристиками (в трех случаях работали по найму, в двух имели устойчивые контакты с областной /краевой/ администрацией и, соответственно, с госбюджетом, поэтому не столь сильно и в несколько иной связи ощутили последствия кризиса). В таких случаях отбор корректировался исходя из техники "типичных случаев*". В исследованиях подобного рода следует ожидать короткого пути снежного кома, но мы были удивлены частотой отказов (около 70%) даже при том, что информант представлял интервьюера потенциальному респонденту.

В основную группу информантов попали представители следующих сфер экономической деятельности (по убывающей): "челночная" торговля; розничная торговля ТНП; книготорговля, включая издательскую деятельность; фармацевтические и медицинские услуги; продажа цветов (содержание цветочного салона); репетиторство и переводы; продажа оргтехники, комплектующих и программного обеспечения; обслуживание компьютеров; ремонт квартир; частные риэлторские услуги; художественно-оформительские работы; продажа авиабилетов; юридические услуги; шоу-бизнес; рекламный бизнес; экономический консалтинг. Среди респондентов преобладали мужчины (61 человек из 75). Разброс по времени занятия частным предпринимательством — от 2 до 10 лет, средняя продолжительность предпринимательской деятельности — около 4 лет. Средний возраст респондентов — 32 года (максимальный — 57 лет, минимальный — 23 года). В момент проведения интервью никто из респондентов не работал по найму (в исключительных случаях, работа по найму не являлась основным источником дохода).

Было использовано несколько методов анализа данных. Главным образом это были дискурсивные аналитические техники. Методика полужормализованного, свободного интервью дает богатый материал в виде свободной, почти живой речи. Сохраненные аудио- и видеозаписи фокус-группы, а также буквальное воспроизведение текстов интервью в электронном виде позволяют провести *дискурс-анализ* интервью. Поскольку контекст интервью был задан для всех опрошенных, то индивидуальные различия — подбор слов, уход от определенных вопросов, синтаксические формы подачи клише, собственного мнения, тема-рематическое членение, маркеры раздела темы вопроса и дополнительной темы, появившейся по воле респондента, индикаторы иллюкативной силы высказывания — дают богатую пищу для размышлений.

Кроме того, осуществлялся дифференциальный анализ текстов интервью на предмет описания структуры фреймов, определяющих данный тип дискурса (в терминологии М. Минского). При этом осуществлялась классификация *всех* индикаторов, а из них конструировались фреймовые "терминалы" нижних уровней. В качестве фреймов выделялись основные "проблемные комплексы" интервью, которым в структуре дискурса респонденты приписывали различные субфреймы (признаки, смыслы) и различные правила перехода от одного фрейма к другому.

Дальнейшая методика сводилась к выделению и описанию "устойчивых смысловых комплексов" (суперфреймов, объединенных правилами перехода), типологическому структурированию дискурса, выделению стратегий кризисного поведения и видов интеракции.

Изучаемая группа распадается по основным социальным проявлениям на пять подгрупп, обозначаемых как

* Обоснование эвристичности подобного типа выборки см.: Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е. Качественные методы в полевых социологических исследованиях. М.: Логос, 1999.

* Garfinkel H. Study in Ethnomethodology. Blackwell, Oxford, 1990.

"несчастные", "конформисты", "любители приключений", "сильные", "уникальные". Около 20% респондентов нельзя было отнести к какой-либо из подгрупп — в их рассказах присутствовали признаки нескольких типов одновременно либо ни одного из предложенных. Очень важно, что в этой классификации сохраняется различительная способность и в тех случаях, когда респонденты отказывались признавать, что события августа 1998 г. оказали какое-либо влияние на их дальнейшую экономическую деятельность.

Сама типология была предложена в одном из интервью и проверялась в ходе последующих. Таким образом, данная "естественная типология" в целом соответствует имеющимся в действительности вариациям внутри изучаемой социальной группы.

Кроме логически очевидных вещей ("несчастные" ближе всего к "конформистам" и их "дискурсивные расстояния" до других групп сходны, корреляция "искателей приключений" с "несчастливыми" близка нулю, самое большое отрицательное "дискурсивное расстояние" — между "несчастливыми" и "конформистами", с одной стороны, и "сильными" — с другой) было выявлено несколько неожиданных результатов. "Уникальные" — ближе всего к "сильным" и очень далеки от "несчастливых" и "конформистов". "Искатели приключений" оказались ближе к "уникальным", чем к "сильным". Связи между "конформистами" и "искателями приключений" нет, в том числе и отрицательной. С точки зрения фрейм-анализа всех предпринимателей можно разделить на четыре группы: 1) "несчастливые конформисты"; 2) "искатели приключений"; 3) "сильные-уникальные"; 4) другие, переходные случаи, которые далеки только от последней группы и в то же время одинаково близки к "несчастливым" и "искателями приключений".

Для "несчастливых" характерно вынужденное вхождение в рынок. Как правило, свое нынешнее положение они осознают как временное, соотносят себя не столько с ним, сколько со своим доперестроечным статусом. В эту группу входят бывшие ИТР, врачи, учителя, рабочие оборонных предприятий, работники искусства. В настоящем это мелкооптовые и розничные торговцы, "челноки", лица, осуществляющие ремонт квартир, и др.

Будущее в ответах представителей этой группы рисуется крайне неопределенно, преобладает "эсхатологическая" тональность: гибнущее производство, распадающееся государство. Достаточно отчетливо звучит тема "предательства". Вся предпринимательская деятельность воспринимается как цепь чрезвычайных ситуаций, в ряду которых кризис — лишь одна из многих.

Целевые установки носят сиюминутный, текущий характер (выучить дочку, прокормить семью — одним словом, выжить). Самореализация в перспективе кризиса "откладывается на потом" или вообще превращается в "совсем пустые слова". Иногда это сопровождается сильным патриотическим чувством или чем-то подобным ему. Собственная деятельность воспринимается как "падение", "понижение", искупающееся только доходом, если таковой имеется.

То "маленькое счастье", которое было у этих людей в советские годы и которое их полностью удовлетворяло ("жили не хуже людей"), оказалось потерянным. Новое положение не удовлетворяет, не дает стабильности, покоя ("страшно сейчас жить", "не знаешь, что завтра будет").

Вторая группа, "конформисты", отличается меньшим эсхатологизмом в оценках ситуации и собственного положения. Доперестроечный статус и сферы занятости в ней близки к первой группе. Однако прежняя достигательная активность и связанные с ней ценности оказались практически полностью замещенными новой активностью и

ценностями. Этим людям, строго говоря, было не очень плохо на прежнем месте работы (как правило, госпредприятие или бывшее госпредприятие), неплохо им и на новом месте. В этом варианте предпринимательством человек занялся, так сказать, "за компанию".

Кризис для "конформистов" существует, но не трагичен, поскольку он переживается всеми. В каких-то особых новых стратегиях они "замечены не были". По большей части человек либо продолжает транслировать прежние стратегии, либо просто "сходит с дистанции". Новации принимаются только тогда, когда "все так делают". Представления о будущем здесь не существенны, реально только настоящее.

Представители двух обозначенных выше подгрупп не стремятся сохранить свой статус предпринимателя и с изменением обстоятельств охотно стали бы наемными работниками. Да и в варианте мелкого предпринимателя их самостоятельность зачастую выступает либо как чисто номинальная (реально человек работает на кого-то), либо вынужденная.

Переходной в нашей типологии является подгруппа, обозначенная как "любители приключений". Если первые две категории составляют люди старших возрастных групп, то в эту категорию в большинстве своем входят самые молодые люди (средний возраст подгруппы 29 лет). Представители этой подгруппы пошли в предпринимательство просто потому, что там "веселее", нет отсидаки "от и до". Цель здесь — не столько деньги сами по себе, сколько авантюризм предприятия, его необычность, эпатажность. У представителей этой подгруппы сильнее, чем у других, выражена демонстративность поведения. Сферы деятельности здесь меняются легко.

Эти люди не обладают уникальными профессиональными качествами, но "держатся на плаву" за счет постоянного использования своего стратегического ресурса: смены сферы деятельности. Если в первых двух группах личная неудача, а тем более финансовый кризис в масштабах страны воспринимается зачастую как вселенская катастрофа, то в описываемой группе кризис — скорее очередное приключение. Здесь ярче, чем в какой-либо другой группе, проявляется тяга к изменению стратегий, изобретению новых сфер и видов деятельности. Целеполагание носит ситуативный характер. Практически отсутствует (точнее, никак не вербализируется) стремление выдвинуть какие-то отдаленные цели, построить некоторую целостную биографию.

Изменение сферы деятельности связано с неудачей. Репрезентация себя в качестве "легкого человека", которому просто "везет в жизни", диссонирует с числом неудач.

В группе "сильные" возрастной состав различен, хотя в целом входящие в эту группу младше, чем представители первых двух. Возраст здесь колеблется вокруг 35 лет. Основной упор представители этой группы делают на свои высокие профессиональные навыки, которые, с их точки зрения, дают им возможность "держать удар", выстоять в любой обстановке.

Главный мотив их деятельности — "достойная жизнь", которой они заслуживают. Ее критерии весьма отличаются в различных городах. Наиболее высока эта планка в Санкт-Петербурге, ниже всего — в Хабаровске. Уровень же притязаний в этой группе в целом выше, чем во всех предшествующих. Они с удовольствием говорят о себе, о своей карьере, о своих отдаленных планах. Они в большей степени, чем представители иных групп, интересуются макроэкономическими и политическими проблемами. Собственное мнение о макроэкономических проблемах преподносится ими как истина в последней инстанции. Притязания респондентов, отнесенных к "сильным", осно-

ываются либо на высоком образовательном уровне (около половины респондентов получали образование в Европе, США или Японии), либо на квалификации и личностных качествах, проверенных особыми обстоятельствами. Впрочем, иногда "неуязвимость" представителей этой группы объясняется наличием устойчивых семейных связей.

Смена сферы деятельности в этой группе редко бывает случайной. Она достаточно тщательно подготавливается. В этот момент рефлексивность в целом, не свойственная этой группе, выходит на поверхность (здесь нужно "включить голову"). Объясняя условия и мотивы перехода, респонденты говорили об анализе всех имеющихся вариантов смены сферы деятельности, о мобилизации профессиональных навыков и социальных связей. Как правило, именно в этот момент происходит снижение ликвидности совокупного капитала — денежный капитал трансформируется в оборудование и прочее имущество, знакомства и власть, в договорные отношения и связи, а иногда в конкуренцию.

Высокая самооценка, помимо прочего, проявляется и в стремлении поддерживать дружеские контакты с "такими же, как я" или с теми, кто может поддержать их деловые связи.

Последняя, наименьшая по численности, группа — "уникальные". Представители этой группы делают ставку не столько на особые личностные качества, сколько на уникальность своей профессии или какие-либо экономические обстоятельства. Эта профессия или условия деятельности делают их положение на некоем мини-рынке монопольным. Они не создают этот рынок, но только они могут его "наполнить". В районе (городе, области, регионе) таких специалистов нет или их очень мало. Такая "монополия" позволяет им достаточно прочно "держаться на плаву". Это их ресурс, постоянно совершенствуемый и оберегаемый. Они не склонны к смене сфер деятельности без исключительных на то причин. На это их может подвигнуть либо ликвидация самого рынка (нет клиентов), либо появление конкурента и, следовательно, потеря уникальности.

Экономические стратегии здесь весьма специфичны и зависят от конкретного вида деятельности. Основа их — самореклама в определенных кругах и полная "невидимость" для всех остальных.

Естественно, что распределение по группам в разных городах не одинаковое. В Хабаровске преобладали представители второй и третьей групп, в Новосибирске — первой, третьей и четвертой. В С.-Петербурге по численности преобладала третья группа. Представители последней группы распределились по городам примерно одинаково.

Наиболее важным инструментом реагирования на кризисную ситуацию в изучаемой группе выступают социальные сети. Этот фрейм на различных уровнях смысловой иерархии (субфрейм, суперфрейм, фрейм) встречается в каждом интервью. Тема "друзей", "родственников", "знакомых", "людей, с которыми крутился", которые так или иначе принимали участие в бизнесе, встречается при опросах постоянно, но различаются индикаторы (функции), приписанные этим фреймам. В качестве самых значимых выделяются контакты с "друзьями" и "родственниками". Отношение со "знакомыми" носят более сложный характер. Кроме роли — быть источником некоторых потенциальных благ, знакомые являются источником опасности ("могут подставить"). Основным средством обезопасить себя от "знакомых" выступает "отсроченная услуга".

Еще более негативно определяются "партнеры". По мнению респондентов, партнер — это потенциальный кон-

курент, с ним возможен только кратковременный роман. То же относится и к государству как партнеру.

Чаще определение "друг", "родственник" соотносится с профессиональной характеристикой (друг в администрации, родственник в РУОПе и т.д.). Это словоупотребление показывает специфическую область на шкале "приватное/публичное", в которой протекает экономическая деятельность мелких предпринимателей и самозанятых. Отношения, обозначаемые здесь, являются деловыми, но репрезентируются как частные. Цель такой репрезентации — скорее всего, стремление избежать и риска "незаконности" (опасности попасть в сферу деятельности криминалитета), и риска "излишней легальности" (вероятности попасть на глаза фискальным службам)*. Экономическая деятельность строится по типу "многослойного пирога", где не только бухгалтерия является "двойной", но и само восприятие реальности "раслаивается", имеет сложное наименование. Лоббирование интересов в районной администрации, льготный кредит, реклама и тому подобные действия могут объясняться официально-политически ("забота о благе района"), экономически ("акт экономического сотрудничества, протекционизма") и приватно ("дружеская услуга")**. Было бы неверным видеть в этом только "лицемерие", стремление "нажиться на доверчивости других". Дело здесь много сложнее. Сама реальность распадается на изолированные области. Каждая из них несет в себе угрозу для деятельности мелкого предпринимателя. Поэтому его стратегия должна быть возможно более успешной в каждой из областей одновременно. Только такая стратегия может привести его к успеху, сохранить в том максимально рисковом пространстве, в котором реализуется его предпринимательство. Эта стратегия требует напряжения всей сети, сведения ее к некоторой общей составляющей (эквивалентности). Такой "общей составляющей" и будет квазиприватная социальная сеть, с помощью которой поддерживается предпринимательская активность. Особенно очевидно это становится в момент кризиса, когда в исторически кратчайший промежуток времени происходит стремительная эскалация рисков.

К традиционным рискам, отмеченным информантами, относятся **непредсказуемая экономическая политика, отсутствие социальных гарантий** (для того чтобы их иметь необходима степень легальности, превышающая возможную), **давление контролирующих органов и их представителей, опасность затоваривания рынка, невозможность иметь рискованный резервный фонд, слабое знание правовых основ собственной деятельности, отсутствие гарантий добросовестности партнера** и др., однако добавляются и новые.

Если стратегии поведения, позволяющие выжить в условиях традиционных рисков, сложились и рутинизировались, то новые риски, требующие новых стратегий, заставляют предпринимателя максимально напрягать все наличные ресурсы. Эту ситуацию мы и попытаемся рассмотреть далее.

Значимость кризиса 1998 г. для собственного бизнеса респондентов различается достаточно сильно. Она зависит от **вида деятельности, размера бизнеса, способности к инновации, разветвленности сети, наличия долларовых накоплений и иностранных заказчиков** (экспортные отрасли) и ряда других, в том числе — индивидуальных обстоятельств.

* Радаев В. Формирование новых российских рынков: Транзакционные издержки, формы контроля и деловая этика. М., 1998.

** Волков В. Политэкономика насилия, экономический рост и консолидация государства // Вопросы экономики. 1999. № 10.

Большая часть респондентов отмечает первую шоковую реакцию на кризис. Нередко основой шока были не конкретные экономические обстоятельства, а моральный шок, "реклама катастрофы" в масс-медиа.

Несмотря на сходные распределения респондентов по отраслям, реакция на события 1998 г. сильно различалась в трех представленных городах. Если в Хабаровске "не заметить" кризис не смог практически никто, то в С.-Петербурге около половины респондентов описывают сильный шок, затем собственную переориентацию, вытеснение европейских товаров, снижение уровня общего качества жизни и падение доходов. В Новосибирске же около 70% участников исследования считают август 1998 г. важным событием, радикально изменившим экономическую конъюнктуру, однако подчеркивают, что последствия были разными для разных направлений. Они говорили, среди прочего, и о благоприятных тенденциях, и результатах как для "отечественного производителя", так и непосредственно для своего бизнеса. Можно отметить еще одну тенденцию — чем **меньше** размер капитала у предпринимателя, чем **больше** доля в его капитале чистой ликвидности (рублей или долларов), тем **сильнее** пострадал его бизнес в 1998 г. (от обрушившегося потребительского рынка или просто из-за затянувшейся шоковой паузы).

В наиболее выгодном положении оказались **экспортные отрасли** (так, увеличение оборота отмечали торговцы, занимающиеся экспортом леса, морепродуктов, производители программного обеспечения). **Производители замещающей импорт продукции** (печатные платы, ткани) отметили рост своего бизнеса. То же можно сказать и о производителях некоторых других благ, о **юридических службах** (системное переустройство бизнеса и попытки спасти оставшиеся деньги привели к росту числа исков и внесудебных разбирательств), о **шоу-бизнесе**. Осень 1998 г. и начало 1999 г. вообще кажется им золотой порой, хотя долларовые доходы несколько упали — все хотели веселиться, как перед концом света. Наибольшее потрясение испытала "челночная" и мелкооптовая торговля. Несколько менее пострадала сфера услуг. Здесь сошлись сразу несколько факторов. Незначительный оборотный капитал практически не позволял им иметь долларовые накопления. Доллары, вложенные в товар, принесли существенно меньшую отдачу, нежели ожидалось. Из-за этого многие "челноки" были вынуждены брать в долг, надеясь на "раскрутку". Но и этот шаг не стал спасительным. Поскольку, как отмечает большинство респондентов, получить кредит в банке ("на законных основаниях") практически невозможно, они были вынуждены обращаться к друзьям, напрягать "сеть". Но смягчившиеся к 1997 г. отношения в сети после кризиса вновь стали напряженными. Занять деньги оказывалось возможно только "под гарантии" теневого силового структур, на очень короткий срок и под большие проценты. В это время размеры процентных ставок достигали 10% в месяц, выдержать которые смогли лишь немногие из опрошенных. Предприниматели оказались зажатыми между необходимостью снижать издержки, а значит, сокращать производство, и необходимостью увеличивать оборот, чтобы заплатить хотя бы проценты по долгу. Другим фактором давления на "челноков" стало снижение платежеспособного спроса, следовательно, снижение их востребованности и дохода. Кроме того, из-за валютного скачка не только Дальний Восток, но и большая часть России оказалась отрезанной от западного рынка. Лишь в Санкт-Петербурге переориентация на "восточные" товары не стала столь радикальной. Для большей части населения России наиболее приемлемыми по цене оказались китайские, корейские, тайваньские товары. Следовательно, возросла "плотность" конкуренции. В выигрыше оказались относительно круп-

ные компании, способные играть на разнице оптовых и розничных цен, имеющие устойчивые контакты с производителями и каналы сбыта. Мелкие предприниматели были существенно потеснены на этом рынке.

Более успешной стратегией стала переориентация на товары местного производства. Часть респондентов указывала на стремление минимизировать легальный характер предпринимательской деятельности. Если в интервью за 1995-1996 гг. респонденты говорили о риске нелегальности (теневое налогообложение, риск быть "кинутым", необходимость постоянно "давать на лапу"), то после кризиса несоизмеримо выше оказывался риск легальности*. Чтобы предотвратить социальный взрыв, смягчить социальные последствия скачка цен, государству (особенно на местном уровне) необходимы внебюджетные поступления. Источником таких поступлений должны были стать мелкие предприниматели, поскольку крупные — слишком видимы или имеют слишком высоких заступников, а следовательно, новых поступлений дать не могут. С этим, видимо, связана попытка государства поставить под контроль предпринимательскую деятельность самозанятых. К уже привычной лицензии добавилось введение обязательных кассовых аппаратов, вмененного налога, промежуточной отчетности (ежеквартальной). В этой ситуации достаточно явно выделяются три экономические стратегии мелких предпринимателей.

Первая, традиционная стратегия, — "*не попадаться на глаза*", полностью уйти в тень, делегализовать свою деятельность. Произошло возрождение экономических стратегий и практики даже не начала 90-х годов, а "частников" и "фарцовщиков" советской эпохи. Информация о самозанятых распространялась уже не благодаря газете "Из рук в руки", а из "уст в уста". Любая официальная реклама и "видимые" операции исключались. В связи с этим возрастали традиционные риски (правовые последствия за уклонение от налогов, риск быть обманутым и т.д.). Такие практики можно считать ограниченно успешными, поскольку при этом невозможно наращивание оборота, расширение деятельности, но возможно получение некоторого, более или менее приличного дохода. Данная стратегия демонстрируется по большей части информантами, входящими в первую, вторую и пятую группы. В профессиональном отношении эта линия поведения (кроме "челноков" — поехал, купил и продал своим по заказам) характерна для мастеров по ремонту квартир, массажистов, представителей экзотических медицинских школ, переводчиков, уникальных специалистов.

Вторая стратегия связана с *коллективными протестными действиями* или прекращением деятельности в качестве мелкого предпринимателя. Прекращение деятельности отмечалось по всем трем городам, причем наиболее "массовым" оно было среди представителей первых двух групп. Они или "пережидали", или продолжали прежнюю деятельность в качестве наемных работников. Протестные действия имели место только в Хабаровске (в ответ на требование ввести кассовые аппараты за счет предпринимателей), где доходы мелких предпринимателей вообще мало отличаются от доходов бюджетников и не превышают прожиточного минимума.

Третья стратегия сводилась к *продолжению народной игры в "перепрыгивание через забор"* в новых экономических условиях. Степень легальности уменьшалась, но не исчезала вовсе. Налогооблагаемая база определялась и работниками налоговой службы, и самими предпринимателями "на глазок" ("чтоб никому обидно не было"). При этом вво-

* Шанин Т. Эксплоатационные структуры и неформальная экономика современной России // Неформальная экономика. Россия и мир. М., 1999. С. 11–33.

дился реальный режим жесткой экономии. Последствия: отменялось значительное снижение потребительского стандарта, сокращение числа "торговых точек", площадей арендуемых помещений, численности работников (последнее, впрочем, не всегда связано с кризисом). Освобождались, как правило, от недобросовестных сотрудников или тех, кто оказался бесполезным в новых условиях*. Эта стратегия, при небольшой доле "внешней" удачи, дает наиболее значимые результаты. Через некоторое время падение заканчивалось и обороты начинали стабилизироваться, правда, на значительно более низком уровне. В качестве "внешней" удачи и выступает здесь успешная работа сети. Чтобы пережить кризис, необходимы или бюджетная подпитка (муниципальный заказ или заказ от госпредприятия с устойчивым финансированием), или "долларовый ручеек" (зарубежный клиент или экспортная продукция и право экспортировать, грантовая поддержка). За них и разворачивалась борьба.

Средством борьбы, как показывают интервью, редко служит откровенный подкуп (взятка). Значительно чаще здесь требовались нужный заказ, квота на продажу, клиент и т.п. Работа сети здесь осуществляется в двух направлениях: позитивном и негативном.

Первое направление связано с тем, чтобы "найти выход" на нужного человека, оказать ему услугу, "надавить". Самыми действенными в этом случае оказывались родственные связи. Несколько уступали им "друзья". Институт "знакомых" в кризисный период вообще перестал активно функционировать: слишком велики риски при его использовании. Наибольший же негативизм вызывали партнеры.

Второе направление связано с тем, чтобы "утопить" конкурента. Рыночные методы (демпинг, расширение ассортимента, активный маркетинг и т.д.) используются сравнительно редко из-за дороговизны и отсутствия пространства для финансового маневра. Чаще же используются "друзья" и "родственники", работающие в силовых и фискальных структурах. С их помощью "противник" если не полностью выводится из игры, то отбрасывается на много шагов назад.

Попытка продолжить игру, включая в нее новые "ходы" (гранты, муниципальные заказы, режим экономии, уменьшение степени легальности, сокращение размеров сети и повышение ее функциональности, смена сферы деятельности) характерна прежде всего для представителей третьей и четвертой групп. Именно эти стратегии оказались наиболее жизнеспособными в новых условиях.

Сегодня мелкие предприниматели и самозанятые (наиболее многочисленный и мобильный бизнес-слой) представляют собой социальных "невидимок". Для государственных структур они — лишь источник налоговых поступлений. Для крупных предприятий — помеха в работе. Для "серьезных экономистов" — малозначительный пририск к общей картине. Однако именно этот слой в конечном счете взаимодействует с потребителем, является действительным, а не номинальным показателем уровня жизни населения и состояния рынка.

Эти его особенности практически никак не учитываются при осуществлении социальной политики в отношении этих социальных групп. "Многослойный" характер экономических стратегий, вынужденная "делегализация" бизнеса заставляют предпринимателя ориентироваться главным образом на "свою" социальную сеть в решении кризисных проблем. Стремление "наступить" на какой-то один из "слоев" вызывает мгновенное перетекание деятельности на другой уровень легальности или просто ее

прекращение. Тотальное недоверие к государству и государственным программам приводит к тому, что любые проекты поддержки малого бизнеса, осуществляемые через государственные структуры, будут иметь лишь ограниченный успех. Сеть просто перераспределит направление финансовых потоков.

Лев ГУДКОВ

Отношение к правовым институтам в России

За 12 лет работы ВЦИОМ в его архиве накопились довольно большие массивы данных различных опросов, характеризующие отношение людей к правоохранительным органам, суду, прокуратуре, мнения о состоянии преступности, о проблеме смертной казни, наказаниях и пр. Систематически эти данные не рассматривались специально, хотя сами по себе массовые реакции такого рода не менее интересны и важны для понимания природы нашего общества, чем экономические, политические, национальные или культурные представления. Задача данной статьи — изложить (хотя бы в первом приближении) основные особенности собранных сведений по этой теме.

Сегодня широко распространено мнение, что перестройка и крах советской системы не просто сопровождалась, но стали причиной роста преступности, беззакония, привели к господству мафии и всеобщей коррупции государственных чиновников. В том, что преступность стала расти после начала реформ, убежден 61% опрошенных (1996 г.), другой точки зрения — "преступность и раньше была, между этими процессами нет прямой связи" — придерживаются только 18% (затруднились ответить 20%).

Не берясь оспаривать столь общие суждения или соглашаться с ними, я бы перевел рассмотрение подобных проблем в другую методическую плоскость — мы не можем оценивать масштабы подобных явлений в советское время и сравнивать их с нынешним состоянием дел, поскольку мы не обладаем для этого адекватными средствами. Сделать это не позволяет прежде всего система статистического учета преступлений. Дело не столько в том, что раньше какие-то преступления не учитывались или их по идеологическим или ведомственным соображениям старались скрыть, а сейчас начали регистрировать, хотя и это имеет место. Проблема заключается прежде всего в эластичности, или неопределенности, представлений о том, что такое правонарушение или преступление (и как, кем некие действия квалифицируются в таком качестве), а также — в изменениях оценки, восприятия и значения правонарушения как социального факта, как "ценности", изменении модальности трактовки нормы закона и ее соблюдения или нарушения. Есть целые социальные сферы, такие, как предпринимательская или шире — хозяйственная деятельность, которые и сегодня, и тем более вчера были просто невозможны без постоянного нарушения формальной буквы закона. Дефицитарная экономика не могла не порождать у действующих субъектов конфликтов с законом, она создала своеобразные социальные роли подобных виртуозов-посредников (например, "толкача"). Это не явление сегодняшнего дня, это тип хозяйствования. Например, симбиоз личного подсобного хозяйства (ЛПХ) и колхозного хозяйства предполагает постоянное и систематическое воровство, если к нему применять формальные юридические категории. Живучесть колхозной системы (и одновременно — сопро-

* Шанин Т. Указ. соч. С. 11-33.