

© 1994 г.

В.И. ВЕРХОВИН

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК ПРЕДМЕТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

ВЕРХОВИН Владимир Исаакович — кандидат философских наук, доцент социологического факультета МГУ. В нашем журнале опубликовал ряд статей.

Известно, что в основе оборота экономических ценностей (благ, услуг, информации) лежат многочисленные и разнокачественные по характеру и содержанию, циклично возобновляющиеся индивидуальные, групповые и массовые акты поведения людей. Последние реализуют их для удовлетворения своих потребностей непосредственно или в большей степени опосредованно [1].

Экономическое поведение — это система социальных действий, которые, во-первых, связаны с использованием разных по функциям и назначению экономических ценностей (ресурсов), и, во-вторых, ориентированы на получение прибыли (вознаграждения) от их обращения.

Экономическое поведение как социальный феномен — предмет изучения экономики и социологии. В первом случае внимание акцентируется на том, какие из редких производительных ресурсов люди и общество, с помощью денег или без их участия, избирают для производства товаров и распределения в целях потребления [2]. Экономическая наука анализирует производство, методы организации ресурсов и распределение богатства, объясняя влияние «чистых» экономических переменных друг на друга [3]. Социология изучает условия, ситуации, социокультурные институты и социальные субъекты, которые реализуют свои интересы, в том числе экономические. Предмет внимания социолога — модели социального поведения, связанные с применением и интерпретацией принципа максимизации результата и минимизации затрат, а также те институты, которые делают возможным или существенно лимитируют рациональное применение экономических ресурсов.

Весьма актуальным представляется анализ форм взаимной детерминации поведенческих стереотипов, программ поведения социальных субъектов и движения экономических ресурсов. При этом формируются и конституируются многообразные функциональные, прагматические и социальные результаты, способствующие приращению человеческих возможностей или же существенно ограничивающие альтернативы социального поведения.

Каждый социальный субъект, независимо от статуса, постоянно (прямо или косвенно) включается в разные сектора хозяйственной и производительной жизни общества, является участником (активным или пассивным) процессов перемещения и трансформации экономических ценностей. Последние он создает (производит), потребляет, обменивает, присваивает и т.п., извлекая конкретную пользу (выгоду) в соответствии со своими представлениями, предпочтениями, способностями и интересами. Реализуя множество циклично возобновляющихся рациональных (или кажущихся таковыми) социальных действий, субъект сознательно или бессознательно, профессионально или непрофессионально определяет и оценивает свое участие в обороте экономических ценностей, с разной степенью успешности и рациональности рассчи-

тывая и обосновывая свои затраты и возмещения. Ожидаемым результатом экономического поведения являются выгоды (вознаграждения) за те или иные действия, связанные с использованием и рекомбинацией экономических ресурсов.

В строгом смысле экономическим поведением называются те социальные действия, в структуру и содержание которых включены простые и сложные элементы народнохозяйственной жизни (Н. Кондратьев). Последние имеют ценностное, натуральное и комбинированное (стоимостное и натуральное) выражение [1, с. 302].

Простые и сложные элементы хозяйственной жизни включаются в систему рыночных связей и отношений через конкретные действия людей, которые приводят рыночные элементы в активное состояние, преследуя собственные интересы, часто противоположные по мотивам и содержанию. Сама природа используемых людьми рыночных элементов нормирует и алгоритмизирует специфику и порядок их социального поведения. Последнее находится в зависимости от: функционального назначения этих элементов; структуру их связей и зависимостей; конкретных параметров рыночной среды, где элементы функционируют; социальных механизмов и институтов, которые регулируют их трансформацию.

Таким образом, в основе социального поведения экономического типа лежит система норм и правил, отражающих функциональные и иные характеристики разных рыночных элементов. Они обязательны для всех легально действующих субъектов экономического поведения. Эти нормы и правила закреплены юридически на государственном уровне, в соглашениях между людьми, в традициях и стереотипах общественной жизни, а также в функциональной программе самих рыночных элементов.

Субъектам, реализующим различные модели экономического поведения, предписываются функционально и нормативно лишь исходные (необходимые и допустимые для данных рыночных условий) рамки и ограничения. В указанных пределах они могут строить в зависимости от своих целей, намерений, способностей, опыта и компетенции разнообразные комбинации рыночных элементов и связанных с ними решений и действий. Число комбинаций громадно, все зависит от расчета, специализации и качества имеющихся ресурсов, а также умения предвидеть следствия планируемых действий.

В настоящее время в социологической науке отсутствует строгая классификация видов экономического поведения. Это объясняется, с нашей точки зрения, следующими причинами: разнообразием макро- и микроподходов при анализе явлений и уровней экономической жизни общества, их многомерностью и структурной сложностью, наличием множества теорий в рамках тех или иных социологических и экономических концепций.

Утверждение, что экономическая социология проводит линию на применение социологической теории и социологических исследований к комплексу явлений, связанных с производством, распределением, обменом и потреблением экономических благ и услуг (3, с. 191), служит общей предпосылкой для теоретических рассуждений по интересующему нас вопросу. Тем не менее оно может быть принято в качестве наиболее простой схемы для дифференциации и социологического анализа экономического поведения.

Базируясь на этих предпосылках, выделим основные виды экономического поведения, реализуемые в разных фазах воспроизводственного цикла: производственное, обменное, распределительное и потребительское. Разумеется, данная схема весьма условна, так как названные виды экономического поведения не проявляются в чистом виде. Как правило, те или иные субъекты, включенные в воспроизводственный цикл, полифункциональны: одновременно участвуют в производстве экономических ценностей, обмениваются ими, накапливают, потребляют и т.п. Помимо основной они реализуют множество моделей и специализированных программ экономического поведения, обмениваясь ресурсами и информацией с рыночной средой, комбинируя их в соответствии со своими целевыми функциями, бюджетными ограничениями и компетенцией.

Каждый субъект экономического поведения (фирма, потребительская ячейка, акционерное общество, фермерское хозяйство и т.д.) стремится обеспечить автономность своего существования на основе поиска оптимальной схемы взаимодействия с рыночной средой. Отметим, что автономность понимается нами как естественная установка на свободу выбора при поиске оптимальной комбинации имеющихся ресурсов с целью максимизировать выгоду от их обращения.

Однако в условиях рыночной неопределенности действия субъектов не могут воспроизводиться постоянно на основе рационального выбора. Положительный баланс расходов и доходов достигается не всегда.

Любое экономически целесообразное действие связано с риском производителя, инвестора, покупателя, продавца, собственника и т.д. Даже в стандартных ситуациях возможен отрицательный результат. Это объясняется субъективными ограничениями лиц, принимающих решения (например, их некомпетентностью); отсутствием полной достоверной информации о параметрах рыночной среды, действиях партнеров и конкурентов; дисфункциональным поведением внутри организации (фирмы, предприятия).

Очевидно, что структура и специализация субъектов экономического поведения, даже функционирующих в одной фазе производственного цикла, варьируются в огромном диапазоне. Это связано с тем, что параметры экономического поведения значительно отличаются в зависимости от: характера экономических ресурсов, запускаемых в рыночный оборот; способов получения выгоды от их обращения; степени и факторов риска, которые оказывают воздействие на достижение положительного результата; длительности цикла «затраты — возмещения»; точности расчетов (калькуляции) ожидаемого и планируемого результата; способов распределения дохода и т.п.

Наряду с основными видами экономического поведения можно выделить следующие модели и разновидности: монетарные, хозяйственные, редистрибутивные, покупательские, сбытовые, коммерческие, маркетинговые, посреднические, конъюнктурно-игровые, предпринимательские, спекулятивные, ненормативные и др. Вот краткие характеристики важнейших видов экономического поведения и некоторых их модификаций.

Производственное поведение связано прежде всего с накоплением, концентрацией материальных, технологических, интеллектуальных, организационных и др. ресурсов, их комбинированием для получения благ с фиксированными потребительскими свойствами и прибыли (дохода) от обращения на рынке. Эта весьма упрощенная трактовка, конечно, не раскрывает всего комплекса факторов, характеризующих поведение субъектов, выступающих в качестве товаропроизводителей. Наиболее существенное заключается в том, что производственное поведение — прежде всего «поведение, основанное на поиске и поддержании таких комбинаций «затраты — выпуск», которые позволяют максимизировать разницу между доходами и издержками» [4]. Таким образом, в условиях рыночной экономики решения, мотивации и действия производителей направлены на поиск оптимальных комбинаций стоимостных и нестоимостных факторов труда. Это позволяет увеличивать прибыль в данный конкретный промежуток времени, если определены величина и соотношение «спрос — предложение» на выпускаемую продукцию.

Достаточно строгая реконструкция рациональных моделей производственного поведения, представленная в микроэкономике, — «прямой перевод на четкий математический язык проблем выбора оптимального решения» [4, с. 53]. Однако она не объясняет множество факторов, обуславливающих реальное поведение хозяйствующих субъектов в стохастическом и многомерном социокультурном пространстве. Их действия не всегда и необязательно базируются на рациональном выборе оптимальных решений. Существуют ограничения объективного и субъективного порядка:

социальные стереотипы и традиции, экстремальные ситуации, личностные и социокультурные факторы и т.п., которые деформируют рациональные схемы и модели

экономического поведения, превращая их в недостижимый идеал. Очевидно, социологический анализ производственного поведения гораздо шире рациональных схем и реконструкций микроэкономики, которые (в вербальной форме или с использованием математического аппарата) предлагают разные модели максимизации.

Обменное поведение обеспечивает движение экономических благ, услуг, информации по каналам рынка на основе учета и сравнения их ценности. Мера относительной редкости обращающихся товаров фиксируется в ценах и устанавливается в процессе взаимоприспособления на рынке (Ф. Хайек). Она управляет действиями субъектов, выступающих по отношению друг к другу в качестве продавцов и покупателей.

Следует отметить, что оборот экономических ценностей не только и не столько физический процесс, развертывающийся во времени и пространстве, сколько перемещение рассеянной, разнородной информации, «кристаллизующейся» в ценах и помогающей принимать решения [5]. Блага (товары), ориентированные на конкретные потребности, производятся и обращаются преимущественно в том случае, когда это выгодно и продавцу, и покупателю. Интенсивность движения экономических ценностей в известном смысле прямо пропорциональна взаимной выгоде от их оборота.

Можно выделить наиболее типичные модели и их модификации, которые характеризуют функциональную специфику и многомерность поведенческих программ, реализуемых при обмене экономическими ценностями.

Коммерческое поведение связано с движением и предложением различных благ на основе поиска информации об их относительной ценности и использованием этой информации для получения определенной выгоды от их оборота. Расширенной версией классического коммерческого поведения является маркетинг. Функция последнего сводится к созданию условий и ситуаций, влияющих на позитивную мотивацию потребителей и покупателей, на формирование благоприятной инфраструктуры и конъюнктуры сбыта.

В рамках *обменного поведения* функционирует множество относительно самостоятельных моделей покупательского и сбытового поведения, модели предложения и спроса экономических ресурсов (например, рабочей силы) и т.п. Можно рассматривать модели предложения и спроса личностных ресурсов, модели поведения потребителей и производителей (в том числе поиска, координации, дискриминации, очереди и т.п.), прямые контрактные модели, основанные на взаимной выгоде разных агентов рыночного процесса и т.д.

Монетарное поведение обеспечивает обмен благами между субъектами на базе использования ликвидных средств путем сравнительной оценки редкости этих благ и перераспределения выгод. Монетарное поведение — своеобразная «смазка» рыночных процессов, которая помогает минимизировать операционные и другие издержки, связанные с функционированием обмена. Социологический анализ позволяет рационализировать мотивационную и социокультурную матрицы монетарного поведения на индивидуальном, групповом и массовом уровнях [6]. На основе изучения функций символических проводников социального обмена и взаимодействия, одним из которых являются деньги [7], это помогает понять механизмы стоимостной коммуникации между людьми.

Посредническое поведение — особая разновидность коммуникативных действий, связанных с обменом ценовой и иной информацией между, как минимум, тремя агентами рыночного процесса (например, продавцом, покупателем и третьим лицом, которое связывает их экономические интересы, преследуя собственную выгоду). Эффективная реализация тех или иных экономических задач базируется на поиске, получении, хранении и передаче конфиденциальной информации. Последняя распределена неравномерно и является весьма редким благом. Естественно, речь идет о конъюнктурной информации, которая ценна только в определенное время и в определенном месте.

Дистрибутивное (распределительное) **поведение** обеспечивает соединение рыночных субъектов с экономическими ресурсами, определяет норму и меру присвоения

полезных свойств и выгоды от их обращения. Рынок в этом смысле можно рассматривать как бесконечный процесс редистрибуции огромной массы экономических ресурсов по сети обмена и обращения, где множество субъектов перманентно приобретают и теряют право контроля над теми или иными благами.

Специфика, функциональные и мотивационные особенности дистрибутивных моделей зависят от меры доступа к ресурсам и, соответственно, степени контроля за получением выгоды от их оборота. Можно выделить три основные модификации: хозяйственные (суверенно-дистрибутивные), функционально-дистрибутивные и коммиссионно-дистрибутивные.

Первая модель (хозяйственная) характеризует социальное поведение субъектов, обладающих абсолютным или преимущественным правом получения выгоды от использования ресурсов, которыми они владеют.

Вторая модель (функционально-дистрибутивная) присуща субъектам, использующим и извлекающим на договорной или иной основе выгоду из полезных свойств экономических ресурсов, находящихся в собственности у других. Типичный пример экономического поведения этого вида демонстрируют лица, нанятые работодателем.

Третья модель (коммиссионно-дистрибутивная) реализуется субъектами, которые по поручению владельцев обеспечивают административно-правовой и иной контроль за действиями лиц, имеющих прямой или косвенный доступ к предмету чужой собственности.

Перечисленные модели не раскрывают всего многообразия социального поведения экономических субъектов в системе распределительного цикла. В действительности при развитых рыночных условиях существует масса социальных инвариантов, отражающих «изменчивые и весьма сложные «пучки правомочий», наиболее эффективные комбинации которых для всех сфер еще не найдены» [5, с. 65].

Потребительское поведение направлено на извлечение экономических благ из товарного оборота и присвоение их полезных свойств с целью удовлетворить многочисленные потребности. Фаза потребления характерна для большинства субъектов, использующих те или иные ресурсы для собственных нужд. Это сложнейшее функциональное соотношение множества факторов, определяющих динамику и структуру включения и выключения экономических ресурсов из товарного оборота в соответствии со способностью (или неспособностью) хозяйствующих субъектов находить оптимальное равновесие с рыночной средой. Они реализуют целый ряд функций и поведенческих программ, которые позволяют им с разной степенью успешности выполнять эти действия. Данный процесс коррелируется уровнем доходов, стандартами потребления и мерой компетентности (способности) подсчитывать свои затраты и выгоды.

В системе потребительского цикла выделяется несколько взаимосвязанных уровней, каждый из которых обладает относительной самостоятельностью и конкретной функциональной спецификой. Например, покупательское поведение, связанное с поиском и приобретением конкретных благ (товаров) или их заменителей, которые позволяют удовлетворять моментальные, краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные потребности; поведение, направленное на поиск соответствующих доходов, обеспечивающих требуемый стандарт и качество жизни.

Можно проанализировать и относительно автономные модели потребительского поведения, связанные с контролем за рациональным использованием потребительских благ, включенных в постоянный или переменный имущественный фонд хозяйственной ячейки (семьи). Представляют интерес «балансовые» модели поведения, способствующие сохранению и поддержанию равновесия хозяйственных субъектов с внешней экономической средой. Следует отметить, что некоторые модели дистрибутивного и потребительского поведения дополняют друг друга.

Краткую характеристику основных моделей экономического поведения можно расширить.

Наиболее важный аспект — выделение в структуре экономических процессов, реа-

лизуемых по всему «периметру» воспроизводственного цикла, социального субстрата, который является областью исследования социологов. Данная теоретическая процедура была последовательно реализована Н.Д. Кондратьевым [1], Концептуальный подход, примененный им, позволил установить и выделить неэкономические составляющие собственно экономических процессов. Прежде всего это индивидуальные, групповые и массовые акты поведения людей и их взаимодействия, которые порождают такую относительно самостоятельную область социальной жизни, как экономика. Очевидно, не все социальные действия, реализуемые на разных структурных уровнях организации общества, являются субстратными по отношению к экономическим процессам и институтам.

По Кондратьеву, это только (или преимущественно) те действия и поведенческие акты, которые реализуют экономический интерес или опосредованно трансформируются в таковой. В основе экономических процессов и институтов лежат социальные действия специфического характера. Это акты поведения (цепочка актов), реализуемые в процессе удовлетворения человеческих потребностей или направленные на создание условий и средств по их удовлетворению. Структура и содержание социального поведения такого типа чрезвычайно многообразны. Оно может протекать по разным схемам мотивации, в том числе утилитарной, гедонистической, эмоциональной, традиционной, нормативно-императивной и т.п.

Объяснительные и описательные схемы моделей экономического поведения есть у многих экономистов разных школ и направлений. Однако в большинстве своем они фрагментарны, дискретны и используются для построения и иллюстрации отдельных гипотез и концепций. Яркий пример — мотивы монетарного поведения Дж. М. Кейнса, которые лежат в основе его теории спроса на деньги.

По нашему мнению, Н.Д. Кондратьев — один из немногих, кто уделил особое внимание не отдельным компонентам экономического поведения, а разработал целостную социологическую концепцию. Она не потеряла своей актуальности и может служить надежным средством рациональной реконструкции разнообразных моделей, которые реализуются во всех фазах воспроизводственного цикла. Например, с ее помощью можно осуществлять социологическую инверсию микро- и макроэкономических моделей экономической теории, описанных в вербализованной или математической форме.

Важный аспект социологического анализа экономических процессов — изучение взаимодетерминации субстратного поведенческого слоя, различных компонентов и структур хозяйственной жизни общества. Мету и интенсивность этих социальных взаимодействий, их вектор и напряженность можно оценить, изучая аксиологическую матрицу экономического поведения. Последняя дает представление о его социокультурных составляющих, объединяющих в единый комплекс субъекты социальных действий и экономические элементы, причем в разных комбинациях и сочетаниях. Таким образом, изучение экономической культуры как важнейшей детерминанты социального поведения является центральной проблемой экономической социологии.

Экономическая культура — устойчивая система нормативных стандартов, образцов поведения, культурных эталонов, традиций, социальных привычек и умений, которые воспроизводят доминирующие способы и методы контроля над экономическими ресурсами. Так называемая социокультурная матрица экономического поведения, сформированная в определенных конкретно-исторических условиях, консервируется в стереотипах массового сознания. Последние приобретают относительно автономное существование и начинают оказывать обратное воздействие на функционирование экономических институтов. Эта проблема в настоящее время привлекает пристальное внимание социологов [8].

В предметную область экономической социологии должны быть включены исследования субъектной стороны социальных действий, развертывающихся в структуре экономических процессов. Весьма актуален анализ субъектов экономического поведения, их мотиваций, предпочтений, способностей и интересов. Особое значение имеет

социологическая интерпретация таких понятий и категорий, как фирма, производитель, товарищество, партнерство, акционерное общество, домашнее хозяйство и т.п. Эти понятия отражают функциональные и стратификационные характеристики реальных субъектов (индивидов, групп, организаций, семей и т.п.), которые включены в экономическую жизнь общества.

В заключение назовем еще одну важную проблему социологического анализа — изучение и измерение экономической стратификации общества, которая связана с функционированием института собственности и ее модификаций. Модели социального поведения, отражающие меру исключительности доступа к благам, типы правовых режимов и разные комбинации элементов прав собственности, определяют результативность включения субъектов в экономическую структуру общества, пределы социального воспроизводства, степень и вектор свободы их социального поведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кондратьев Н.Д.* Основные проблемы экономической статики и динамики. М.: Наука, 1991. С. 104—111.
2. *Самуэльсон П.* Экономика. Т. 17 М.: ВНИИСИ, 1992. С. 7.
3. *Смелзер Н.Дж.* Социология экономической жизни//Американская социология. М.: Прогресс, 1972. С. 188—189.
4. *Леонтьев В.* Экономические эссе. М.: Политиздат, 1990. С. 49.
5. *Хайек Ф.* Пагубная самонадеянность. М: Новости, 1992. С. 173.
6. *Верховин В.И.* Структура и функции монетарного поведения // Социол. исслед. 1993. № 10. С. 67—73.
7. *Сорокин П.* Система социологии. Т. 1. Сыктывкар: Коми книж. изд-во, 1991. С. 126—127.
8. *Заславская Т.И., Рывкина Р.В.* Социология экономической жизни. Новосибирск: Наука, 1991. С. 196—227.