

## КОНКУРЕНЦИЯ И СТРАТЕГИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СРЕДНЕГО КЛАССА: ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ

**Шаститко А. Е.**, д.э.н., профессор МГУ им. М.В. Ломоносова, генеральный директор Фонда «Бюро экономического анализа»

**Авдашева С. Б.**, д.э.н., профессор ГУ-ВШЭ, зав. сектором Фонда «Бюро экономического анализа»

**Овчинников М. А.**, зам. начальника аналитического управления Федеральной антимонопольной службы

*Выявлено влияние конкуренции на положение отдельных групп представителей среднего класса. Оценен спрос представителей среднего класса на институты в области конкурентной политики. Сделаны выводы о возможностях превращения среднего класса в ядро коалиции в поддержку модернизационного проекта в российской экономике. Намечена программа экономических исследований, направленных на выявление соотношения стратегий среднего класса и конкуренции.*

### ВВОДНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ

Интенсивность конкуренции на товарных рынках определяет их развитие, так как высокий уровень конкуренции заставляет участников искать новые способы использования доступных ресурсов или собственно выявлять новые ресурсы. Высокий уровень конкуренции стимулирует хозяйствующих субъектов к производительной деятельности, что соответствует благоприятным условиям долгосрочного развития рынков, отраслей, экономики в целом. Отсутствие конкуренции ведет к распространению перераспределительной деятельности, результатом которой, в свою очередь, является ограничение конкуренции посредством создания барьеров входа, низкое качество механизмов защиты от недобросовестной конкуренции и недобросовестного поведения контрагентов.

Рыночная свобода еще не означает наличия или самостоятельного развития добросовестной конкуренции, так как инновационная (производительная) стратегия может проигрывать распределительной в краткосрочном периоде. Для смещения стимулов экономических агентов в пользу долгосрочных производительных стратегий необходимо эффективное функционирование институтов защиты прав собственности, институтов, регулирующих конкурентные отношения. Однако наличие спроса на такие институты со стороны различных общественных групп неоднозначно. Кроме того, внутри таких групп могут наблюдаться разнородные интересы в отношении спроса на институты, способствующие развитию добросовестной конкуренции.

Успешность реализации конкурентной политики зависит от ориентации на общественные интересы. Ее реализация вне потребностей общества, вне стимулов различных общественных групп, пассивное принятие ими этой политики ни к чему не приведут. Успешная политика требует такого дизайна, при котором предлагаемые меры в целом будут поддержаны без сравнительно высоких издержек принуждения — благодаря тому, что инициаторов поддержат заинтересованные группы, а незаинтересованные получают достаточную компенсацию, чтобы не создавать препятствия

экономическим преобразованиям [Григорьев Л.М., Аузан А.А. и др., 2007; Коалиции для будущего..., 2007].

В качестве важнейшего действующего лица преобразований социально-экономических институтов в последние годы справедливо рассматривается так называемый средний класс. В силу его инициативности и сравнительно высоких адаптационных возможностей (прежде всего речь идет о восприятии и трансляции инноваций), стратегии среднего класса на рынках потребительских благ и ресурсов в сфере создания и распределения доходов могут сыграть ключевую роль в модернизации российской экономики. Эти стратегии испытывают на себе воздействие широкого круга факторов, которые, в свою очередь, являются объектами государственной политики. Один из таких факторов — состояние конкуренции на товарных и финансовых рынках. Чем выше ожидаемый выигрыш от предпринимательской деятельности и меньше ограничений для ее свободы, тем выше вклад предпринимательских усилий среднего класса в процессы модернизации и повышения эффективности использования ресурсов (что важно для экономистов) и тем больше средний класс настроен на поддержку конкуренции (что важно для социологов и политологов). Таким образом, взаимосвязь между состоянием и поведением среднего класса с одной стороны и конкуренцией с другой стороны — это еще и важное основание для обсуждения вопросов сопряженности социальной и конкурентной политики.

Влияние конкуренции на поведение среднего класса недостаточно исследовано в России. Тем более не рассматривались вопросы о том, каким образом активная деятельность среднего класса воздействует на условия конкуренции, рассматривая их широко — как характеристику конкурентного порядка. А ведь именно этот вопрос принципиально важен для вывода о том, может ли средний класс стать ядром коалиции в поддержку модернизационного проекта российской экономики, и если да, то при каких условиях. Вот почему одна из задач данной работы — интерпретировать результаты исследований российских социологов в контексте взаимосвязи развития среднего класса и конкурентного порядка.

Для целей настоящей статьи неважно как противопоставление «субъективного» среднего класса (по выражению Хахулиной Л.А. и др. [см., например, Хахулина Л.А., 1999]) некоторому «объективно» выделенному среднему классу, так и противопоставление ресурсного подхода к выделению среднего класса поведенческому. Мы понимаем, что во многих других случаях это противопоставление имеет большое значение, особенно для обсуждения комплекса мер экономической политики но, однако для нас самоидентификация важнее объективных показателей благосостояния, а поведенческие характеристики должны рассматриваться и как факторы, и как результат обладания теми или иными ресурсами.

В задачу данной статьи не входит описание различных подходов к объяснению состава и структуры среднего класса, так же, как и специальное объяснение феномена конкуренции и конкурентного порядка, поскольку исследованию данных вопросов в отдельности посвящено необозримое множество публикаций. Вместе с тем считаем необходимым сформулировать несколько предварительных замечаний, которые существенны для понимания контекста использования этих понятий и позволяют точнее оценить границы применимости тех или иных интерпретаций.

Относительно первой категории — *средний класс* — мы исходим из того, что данный термин не вполне удачно отражает характеристику социальной груп-

пы, поскольку, строго говоря, классом не является<sup>1</sup>. Определение социальных классов связано со структуралистским подходом в общественных науках, которые значительно упрощают а) проблему внутригрупповой дифференциации, что в свою очередь, б) является следствием заниженного методологического статуса модели принятия индивидуальных решений (модели индивидуального выбора). Авторы данной статьи разделят идею о наличии множества средних классов как групп людей, объединенных в соответствии с различными наборами признаков [Аврамова Е. М., Григорьев Л. М., Космарская Т. П. и др., 2000; Малева Т. М., 2003]. В том числе для нас важна идея о так называемых «новом» и «старом» средних классах, различие, которое может оказаться существенным при обсуждении вопросов о формировании коалиции в поддержку модернизации, соответственно в пассивной и активной форме поддержки.

Применительно ко второй категории — *конкуренции* — отметим, что нами принято несколько ограничений на использование данного термина.

Во-первых, речь идет только и исключительно о рынках товаров и ресурсов. Вот почему политическая конкуренция, например, остается за пределами нашего внимания как объект исследования, хотя имеет существенное значение для объяснения различных вариантов построения коалиций в поддержке той или иной стратегии развития.

Во-вторых, мы не рассматриваем конкуренцию как некоторое состояние или положение дел. Речь идет, как уже говорилось, о выявлении скрытых возможностей использования доступных ресурсов и/или поиске новых ресурсов, что больше соответствует пониманию конкуренции в рамках традиции исследований, ориентированной на объяснение процесса принятия решений в условиях неосведомленности (*ex ante*) о значительной части вариантов выбора (а также неопределенности их последствий), чем на цепочку артефактов индивидуального выбора [Шаститко А. Е., 2008].

В-третьих, определение конкурентного порядка, в котором действия экономических агентов направлены на выявление и сравнение альтернатив на множестве взаимосвязанных рынков, не дает возможности связывать интенсивность конкуренции с количеством участников рынка (чем больше продавцов — тем интенсивнее конкуренция), что, к сожалению, довольно широко распространено как в исследованиях, так и в различных ведомственных документах.

В-четвертых, в научном и повседневном обороте используется множество понятий, характеризующих ту или иную форму конкуренции. В их числе — равная (неравная) конкуренция, добросовестная (недобросовестная) конкуренция, потенциальная конкуренция, конкуренция на рынке и за рынок, эталонная конкуренция. В данной работе мы исходим из представления о добросовестной конкуренции (не использующей методы, противоречащие нормам и обычаям делового оборота), однако специально не оговариваем форму конкуренции, если только этого не требует контекст изложения.

Объяснения условий, при которых средний класс (или как минимум его основная часть) станет ядром коалиции в поддержку модернизации, предполагает не только выявление влияния конкуренции на развитие среднего класса (отдельных его групп) в стране, но и оценку спроса среднего класса на институты в области конкурентной политики, что существенно для объяснения как различных форм коллективного действия (бездействия), так и индивидуальных действий, основанных на избирательных стимулах, обусловленных существованием (созданием) такого рода институтов.

<sup>1</sup> В известном смысле это аналогично совершенной конкуренции как противоречию в определении.

Выход на вопросы экономической динамики, экономического развития в контексте взаимосвязи между средним классом и конкуренцией обусловлен тем, что существует открытый вопрос о приоритетности того или иного вида экономической политики в зависимости от уровня, на котором находится страна, и задач ее развития. В первую очередь, речь идет о соотношении между конкурентной и промышленной политикой в терминах формирования стимулов и распределения ресурсов между различными сферами экономической деятельности<sup>2</sup>.

Данная статья является постановочной в том плане, что намечает программу экономических исследований, направленных на выявление соотношения стратегий среднего класса и конкуренции в рамках обсуждения вопроса о построении коалиции в поддержку модернизации и с учетом результатов социологических разработок по проблематике среднего класса в России.

## ФОРМИРОВАНИЕ КОАЛИЦИЙ В ПОДДЕРЖКУ МОДЕРНИЗАЦИИ

### Воздействие конкурентного порядка на разные социальные группы

Исследование стратегий представителей среднего класса важно не само по себе, а в плане решения проблемы устойчивости экономического развития. Однако необходимо отметить, что не существует однозначного соответствия между выбором стратегии модернизации, содержание которой раскрыто в работах группы «СИГМА» [Григорьев Л.М., Аузан А.А. и др., 2007; Коалиции для будущего..., 2007; Шаститко А.Е., Афонцев С.А., Плаксин С.М., 2008], в том числе применительно к проблемам развития конкуренции, и интересами представителей среднего класса как безотносительно принадлежности к его отдельным группам, так и с учетом такого рода принадлежности.

Исходный тезис состоит в том, что экономическое развитие проявляется в потоке нововведений (продуктовых, технологических, организационных), основанных на выявлении субъектами экономической деятельности новых возможностей использования известных ресурсов, а также создания новых ресурсов. В этом — сердцевина конкуренции как процесса. По умолчанию мы будем исходить из того, что рассматриваемый конкурентный порядок и соответствующие ему действия экономических агентов имеют своим результатом создание новой стоимости (т.е. участниками реализуется производительная стратегия)<sup>3</sup>. Влияние конкурентного порядка (или восприятие такого влияния) на благосостояние (включая перспективы) представителей среднего класса является важным фактором, объясняющим отношение к формированию условий для развития конкурентного порядка представителей той или иной социальной группы<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Более подробно по данной проблеме см.: [Авдашева С.Б., Шаститко А.Е., 2003].

<sup>3</sup> Строго говоря, вполне возможна ситуация конкуренции в перераспределительной деятельности, результатом которой может быть получение прав на присвоение ренты.

<sup>4</sup> Вместе с тем принадлежность к группе бенефициаров того или иного социального порядка (в данном случае — конкурентного) не является достаточным основанием утверждать, что данный субъект является по определению хотя бы пассивным его сторонником ввиду того, что значительная часть его характеристик является незапланированным побочным результатом деятельности множества субъектов и групп. В связи с этим существуют основания асимметричной оценки социального порядка в терминах процесса и результатов данного процесса: даже если результаты в целом оцениваются положительно, сам порядок может рассматриваться как минимум в качестве объекта критики в значительной мере из-за непонимания заложенных в нем механизмов. Такая асимметрия была подмечена около 70 лет назад Фридрихом фон Хайеком в одной из самых известных его работ «Дорога к рабству».

Если все общество разделить на три группы, то аналитическое выделение среднего класса в контексте формирования конкурентного порядка будет основано на следующих предположениях:

1. Представители *среднего класса* обладают возможностями (как материальными, так и личностными, связанными со способностью добывать релевантную информацию, обрабатывать ее, взвешивая варианты решений, и реализовывать принятые решения) извлекать для себя выгоды от существования и развития конкурентного порядка. Таким образом, некоторые из групп среднего класса — потенциальные новаторы [Радаев В. В., 2003], а сам средний класс характеризуется высокой степенью диффузии инновации посредством сильных и слабых связей [Granovetter M., 2005].
2. Перечисленными возможностями обладают и представители «низшего класса», которые характеризуются более низкими доходами, меньшей автономией в экономическом поведении, *что сопряжено с* меньшим количеством располагаемых материальных ресурсов, а также более низким уровнем квалифицированности принятия индивидуальных решений, в том числе по причине ограниченности опыта индивидуального выбора (следовательно, и меньшей потенциальной отдачи от развития конкурентного порядка). В таких условиях чаша весов, *ceteris paribus*, может склоняться не в пользу системы свободного предпринимательства (термин, который мы будем использовать как синоним конкурентного порядка).
3. Представители *высшего класса* обладают такими ресурсами, которые, строго говоря, позволяют им решать проблемы индивидуального выбора в обход рыночных механизмов, формируя свою внешнюю среду собственными действиями. Более того, возможен и вариант размена между представителями данной группы, заключающегося в реализации действий по ограничению конкуренции на товарных рынках по «запросу» влиятельных групп интересов<sup>5</sup>.

С позиции рационального экономического агента, участвующего в производстве товаров и услуг, высокий уровень конкуренции не является желаемым условием. В этом, кстати, проявляется доминирование распределительных характеристик любого проектируемого института над координационными, которые, в свою очередь, выступают как побочный результат решения вопроса о распределении ожидаемых выгод.

Однако в условиях, когда незначительная часть групп интересов имеет доступ к «рынку влияния» [Hellman J. S., 2007], некоторым создаются систематические распределительные преимущества за счет ограничения конкуренции (создания барьеров входа, инфраструктурных ограничений, неэффективной среды функционирования и т. п.), вытесненные с «рынка влияния» группы

<sup>5</sup> Многие страны с развивающейся рыночной экономикой, в том числе группа стран с переходной экономикой, попали в так называемую ловушку «плохого равновесия», или «равновесия на низком уровне» (low-level equilibrium trap), в котором реформы, угрожающие концентрации экономической и политической власти ресурсных групп интересов, были отклонены на этапе подготовки или подорваны (имитированы) в ходе их реализации. Могушественные компании создавали себе перераспределительные преимущества (перераспределение экономических выгод, возможностей и экономических преимуществ [Bromley, 1989, p. 130]) посредством воздействия на процессы формирования правил игры, то есть «захвата государства». Судя по результатам сравнительных межстрановых исследований, наиболее высокий уровень захвата государства наблюдается в Юго-Восточной Европе — Боснии, Герцеговине, Албании, Македонии, Сербии и Черногории. В таких странах, как Албания, Армения, Россия и Азербайджан, в 2002–2005 гг. наблюдается ухудшение ситуации с точки зрения негативного воздействия практики «захвата государства» на функционирование бизнеса [World Bank, 2006]. Такого рода преимущества нередко приводили к ограничению конкуренции, тем самым образуя порочный круг ловушки «равновесия на низком уровне».

заинтересованы в защите своих интересов, что *совпадает* с условиями развития конкурентного порядка и реализуется посредством развития институтов конкурентной политики. Особенно ярко данная заинтересованность проявляется в условиях экономического кризиса. Уже на первых его этапах региональные власти стремятся создать распределительные преимущества для местного бизнеса, выстраивая барьеры входа на региональные рынки. Данная практика, чем бы она ни была мотивирована, в значительной степени ограничит возможности многих экономических агентов преодолеть текущий кризис.

В целом антикризисная политика правительства, характеризующаяся селективными методами поддержки различных отраслей и субъектов, может иметь антиконкурентные последствия в среднесрочном периоде. В этих условиях важную роль играет общественное представление о рисках антикризисных мер и важности развития конкуренции в долгосрочном периоде вне зависимости от текущих обстоятельств.

Таким образом, через призму открывающихся возможностей и ограничений для каждой из выделенных выше аналитических групп можно показать, что коалиция против конкурентного порядка может формироваться в первую очередь из представителей высшего и низшего классов. Сказанное однако не означает, что средний класс в целом или его значительная часть по определению является хотя бы пассивным сторонником конкурентного порядка.

В связи с этим следует обратить внимание на весьма показательное высказывание Зингалеса и Раджана: «...существование свободных рынков зависит от политической конъюнктуры, у них есть могущественные политические противники среди сильных мира сего, поэтому их наличие не может считаться естественным, само собой разумеющимся, даже в развитых странах» [Зингалес Л., Раджан Р., 2004, с. 29].

Принимая во внимание ограниченную операциональность термина «свободный рынок», можно обнаружить важные параллели с дискуссиями по вопросам антимонопольной политики. В качестве одного из фундаментальных аргументов против такого рода политики выступает тезис о негативном ее влиянии инструментов на стимулы действующих лиц ввиду ограничения прав (частной) собственности и вытекающих из такого рода ограничений принципа свободы заключения договоров. Действительно, данный принцип провозглашен в том числе и в российском ГК, где одновременно обозначены и изъятия из него ввиду того, что неограниченное применение данного принципа приводит к ограничению конкуренции в части взаимодействия участников экономических обменов с заведомо различной (в экономическом плане) переговорной силой, что влияет:

- а) на распределение выигрышей от обмена между его участниками;
- б) в качестве побочного результата — на эффективность результатов такого обмена.

Возвращаясь к вопросу о конкурентном порядке в контексте формирования коалиций в поддержку модернизации, важно отметить, что слабость политической поддержки конкурентного порядка, конечно же, зависит от состояния среднего класса (его численности, а также сложившихся формальных и неформальных практик в области предпринимательства, потребления). В связи с этим важно отметить, что принадлежность к среднему классу потребителей является характеристикой, на которую следует обращать внимание при выявлении общности интересов. Действительно, следствием ограничения конкуренции является сужение возможностей выбора, повышение цен и, соответственно, возникновение значительных перераспределительных

эффектов (в первую очередь, в пользу представителей высшего класса как обладающих собственностью в сфере массового производства). Это относится и к мелким предпринимателям, и к государственным служащим (а в более широком плане — к работникам бюджетной сферы), и к квалифицированным рабочим, и к лицам свободных профессий.

Несколько сложнее обстоят дела с формированием коалиций в поддержку модернизационного проекта в контексте профессиональной деятельности представителей среднего класса. Особенно хорошо это видно на примере соотношения интересов мелких предпринимателей и государственных служащих. Это связано в значительной степени с особенностями получаемого дохода (в части волатильности и степени верифицируемости для налогообложения).

### **Эффекты конкурентного порядка для разных групп в рамках среднего класса**

Как уже было указано выше, экономические исследования в области идентификации эффектов конкурентного порядка (или оценки восприятия таких эффектов) для различных общественных групп в России не проводились. И даже мировой опыт исследований в данной области не так богат. Гораздо обширнее литература, посвященная воздействию на общественное благосостояние антимонопольной политики, хотя, как указано выше, между антимонопольной политикой и действиями по созданию конкурентного порядка ни в коем случае не следует ставить знак равенства. Результаты анализа воздействия антимонопольной политики, которая в идеале должна содействовать развитию конкурентного порядка<sup>6</sup>, на выигрыши разных групп весьма показательны.

Попытки выявления связи между практикой антимонопольного регулирования и общественным благосостоянием, а также благосостоянием отдельных групп, в США не дали однозначных результатов. Авторы существующих работ условно делятся на два лагеря. Одни утверждают, что антимонопольное регулирование выступает механизмом повышения эффективности размещения ресурсов, защиты потребительского излишка и т. п. [Bork R., 1966, 1978; Posner R., 1976; Kleit A., 1992; Lande R., 1982]. Другая группа авторов придерживается мнения о том, что антимонопольное регулирование используется узкими группами заинтересованных людей в своих целях и ничего общего не имеет с повышением благосостояния потребителей [di Lorenzo T., 1985; di Lorenzo T., High J., 1988; Shughart W. F., Tollison R. D., 1991; McChesney F. S., Shughart W. F., 1994]<sup>7</sup>. Наиболее поздние эмпирические исследования при этом не дают однозначного ответа в отношении правоты одного из подходов [Delorme C. D., Frame W.S., Kamerschen D. R., 1995].

В публикациях многих авторов показано, что существуют различные подходы к определению состава среднего класса по профессиональным, поведенческим и иным характеристикам индивидов, в целях же настоящего анализа выделим ряд следующих аналитических групп, входящих в состав среднего класса:

- владельцы малых предприятий (с численностью менее 200 человек);
- менеджеры (среднего и высшего звеньев) средних предприятий;

<sup>6</sup> В действительности представления о воздействии антимонопольной политики на благосостояние общества и разных общественных групп различаются в различных исследовательских традициях.

<sup>7</sup> Сравнение различных подходов к объяснению оснований и возможностей антимонопольной политики см. также в [Шаститко А. Е., 2008].

- федеральные чиновники среднего уровня;
- региональные чиновники среднего и высших уровней;
- высококвалифицированные специалисты (то, что в английском варианте звучит как professionals — адвокаты, врачи и т. п.).

Выделенные группы, разумеется, не охватывают всех представителей среднего класса, однако оказывают определяющее влияние на воспроизводство и развитие конкурентного порядка посредством реализации тех или иных практик.

Владельцы малых предприятий заинтересованы не только в защите от недобросовестной конкуренции, злоупотребления доминирующим положением, незаконного ограничения входа на рынок или функционирования на нем, но и в устранении дискриминирующих условий, воспроизводимых регулятором. В последнем случае дискриминация осуществляется в пользу относительно крупных игроков, тем самым распределяя преимущества в их пользу. Крупный бизнес способен лоббировать свои интересы, «захватывать государство» с целью формирования под себя наиболее благоприятных институтов. Средний бизнес использует неформальные связи с чиновниками федеральных и региональных властей с целью обхода сложившихся барьеров и создания перераспределительных преимуществ. В этих условиях рынок вознаграждает не за инновации, а за неформальные связи, а перераспределительная деятельность, в меньшей степени доступная для владельцев малых предприятий, становится доминирующей стратегией. Интервьюирование представителей бизнеса косвенно подтверждает данный факт. Например, государственная поддержка, как правило, осуществляется не в пользу малых, а в пользу средних и крупных промышленных предприятий (от 201 до 1000 работников), в секторе услуг поддержку в основном получают крупные предприятия.

Средний бизнес — группа неоднородная в отношении развития конкурентного порядка. С одной стороны, бизнес заинтересован в устранении практики дискриминационного доступа к инфраструктуре субъектов естественных монополий (острота данной проблемы в разных регионах варьируется), что также зависит от состояния конкуренции в потенциально конкурентных сегментах рынка продукции естественных монополий, практики ограничения доступа на региональные рынки, а также защите от монополистической деятельности крупных компаний, защите контрактов. С другой стороны, представители данной группы выступают инициаторами тех самых барьеров входа на региональные рынки, осуществляют давление на федеральных и региональных чиновников с целью получения преимуществ при распределении государственных ресурсов, прав на реализацию государственных заказов. В этих условиях инновационная стратегия проигрывает распределительной, что в долгом периоде является ограничением развития данной группы, в большей степени препятствуя развитию малых предприятий. Компании с численностью сотрудников более 500, с одной стороны входят в состав доноров для нужд региональных властей, с другой — в состав реципиентов, получающих поддержку от региональных властей [Яковлев А., Фрай Т., 2007]. Это может свидетельствовать об устойчивых связях между представителями среднего бизнеса и должностными лицами, так как данный размен, как правило, растянут во времени, следовательно, ограничен в условиях высокого уровня неопределенности.

В отсутствии политической конкуренции, при наличии дискреционных зон в законодательстве и ухудшающего отбора в государственном аппара-



те, а также узком горизонте планирования должностных лиц (особенно в 1990-е гг. — стратегия выживания) коррупционная карьера становится не только привлекательной, но и планируемой для большинства чиновников. Таким образом, выбор рассматриваемой группы (региональные, федеральные чиновники) осуществляется в пользу извлечения скрытых доходов, а не развития конкурентного порядка. Данная группа в определенном смысле является ресурсной группой, так как имеет возможность противодействовать, блокировать, имитировать институциональные изменения в соответствующей области. Показательными являются результаты исследования ВШЭ [Яковлев А., Фрай Т., 2007], которые фиксируют наибольшее соответствие интересов бизнеса и программ региональных властей для относительно крупных предприятий (более 500 работников), — то есть именно для тех субъектов, которым доступен «рынок влияния», — и наименьшее соответствие для малых предприятий, которым такой рынок недоступен.

### **Отношение среднего класса к конкурентному порядку в социологических исследованиях: экономическая реконструкция**

Сформулированное выше противоречивое отношение среднего класса к конкуренции (относительно других групп в обществе средний класс заинтересован в развитии конкурентного порядка, но абсолютной заинтересованности, то есть на уровне ценностей, может и не существовать) нашло отражение и в российских социологических исследованиях. Представим себе условия жизненного успеха (в самом материалистическом понимании этого слова) в разрезе трех компонентов: в терминах экономистов — «первоначальные ресурсы», «социальный капитал» и «вымогательство ренты» (*rent-extortion*). Все эти три компонента могут приносить успех, однако судя по результатам опросов [Хахулина Л. А., 2004, с. 47]<sup>8</sup>, по сравнению с большинством зарубежных стран, в России важно именно «вымогательство ренты» (*рис. 1*).

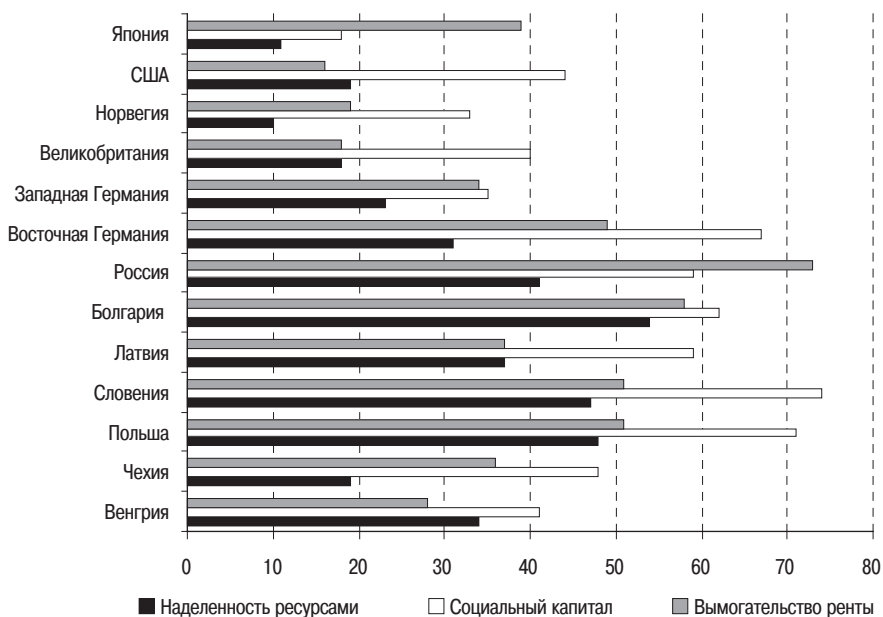
«Вымогательство ренты» по определению противоположно конкуренции и конкурентному порядку: для извлечения ренты необходимо не только ограничение конкуренции при данном спросе, но и противодействие конкурентному порядку, который может создавать угрозу для извлечения ренты.

Собственно, претензии в недостаточной поддержке конкурентного порядка предъявлялись не только российскому среднему классу. Еще тридцать лет назад социологи, исследовавшие средний класс в западных странах, приходили к выводу о том, что этот класс элитарен и эгоистичен, использует свои особые знания для достижения собственных целей и власти, а также для контроля своего собственного положения на рынке труда [Gouldner A., 1979, цит. по Кивинен М., 2004].

Однако если на рынке труда представители среднего класса не проявляют прямой заинтересованности в конкуренции, то в сфере потребления они не только заинтересованы в конкуренции, но и своими действиями объективно создают конкуренцию. Важным индикатором этого процесса является применение инновационных практик в деятельности среднего

<sup>8</sup> Мы понимаем проблему относительности результатов опросов, но именно в данном случае полученные результаты кажутся нам не только соответствующими действительности, но и весьма показательными. Анализ причин этого положения выходит далеко за рамки данной работы, однако он исключительно важен как для понимания взаимоотношения российского среднего класса с идеей конкурентного порядка, так и для выработки рекомендаций экономической и социальной политики по отношению к среднему классу.

Рисунок 1. Источники благосостояния в глазах общества, % респондентов, считающих их важными



*Примечание:* «Наделенность ресурсами» — ответ на вопрос «Насколько важно, для того чтобы преуспеть в жизни, происходить из богатой семьи?»; «Социальный капитал» — «Насколько важно, для того чтобы преуспеть в жизни, иметь нужные знакомства, связи?», «Вымогательство ренты» — «В какой мере Вы согласны с тем, что... для того чтобы подняться наверх, необходимо давать и брать взятки?».

*Источник:* Л. А. Хахулина, 2004, с. 47.

класса [Радаев В. В., 2003]<sup>9</sup>. Представители российского среднего класса используют инновационные практики в ходе поиска работы, создания нового бизнеса, при выборе форм сбережений, организации кредитования в социальных сетях, организации досуга [Радаев В. В., 2003]. Они создают намного более высокий спрос практически на все типы страховых услуг [Малева Т. М., 2003, с. 332]. Инновационная деятельность неизбежно стимулирует рынки и конкуренцию — это убедительно демонстрируют данные о том, что объем использования инновационных услуг представителями среднего класса в 3–5 раз превышает аналогичные показатели более бедных слоев [Малева Т. М., 2003, с. 332]. В значительной степени создание новых рынков связано с изменением стиля жизни, когда часть услуг, ранее производимых внутри домохозяйства, отныне приобретает на рынке, то есть домохозяйства среднего класса активно используют аутсорсинг [Гладарев Б. С., Цинман Ж. М., 2007].

Кроме того, даже если представители среднего класса в целом и не заинтересованы в развитии конкурентного порядка, то очень часто каждый

<sup>9</sup> В этом контексте мы используем понятие «инновационные практики» так же, как и В. В. Радаев, обозначая им все виды деятельности, которые вчера еще не применялись и были неизвестны, а завтра, может быть, станут широко используемыми. Обратим внимание, что возникновение инновационных практик при таком понимании прямо перекликается с определением конкурентного порядка Ф. Хайеком как процесса открытия новых ресурсов и новых способов использования уже существующих [Хайек Ф., 1989]. В свою очередь, распространение инновационных практик и превращение их в неинновационные служит хорошим индикатором получения обществом выигрышей от конкурентного порядка.

из них индивидуально является агентом влияния именно этого порядка<sup>10</sup>. Во всяком случае, доля занятых на «новых» (в отличие от приватизированных) предприятиях среди представителей среднего класса не только двукратно превышает аналогичную долю среди остальных слоев, но и вообще достаточно велика — более 1/5 даже на начало нынешнего десятилетия [Малева Т. М., 2003, с. 281]. Положение в системе рынков и производства соответствует установкам поведения, среди которых центральное место занимает ориентация на активную жизненную позицию, инициативу, предприимчивость, и самое главное — индивидуальную свободу. Показательно, что на этой платформе средние слои среднего класса солидаризируются с высшими [Тихонова Н. Е., 2000, с. 15].

Помимо потребности представителей среднего класса в товарах как таковых они предъявляют спрос на «закон и порядок». В российских исследованиях [например, Левинсон А.Г. и др., 2004] отмечалось, что средний класс (включая салиариат — работающих за зарплату) заинтересован в действенной системе законов, в отличие от низших и высших слоев. Если низшие слои заинтересованы в первую очередь в справедливости и соответствующей ей социальной поддержке, а высшие могут обеспечивать реализацию своих интересов и внезаконными способами, то представители средних классов заинтересованы в действии и выполнении универсальных законов. Перефразируя этот результат в терминах прав собственности, можно сказать, что низшие слои общества, как правило, не располагают объектом защиты, верхние могут защитить свою собственность в любой институциональной среде (и если быть честным, то именно несовершенство институциональной среды является источником благосостояния высших классов в переходный период), и только для среднего класса защита прав собственности важна принципиально. Данный тезис корреспондирует с идеей Норта [North D., 1993, с. 160] о том, что конкуренция играет ключевую роль в снижении издержек, связанных с обеспечением соблюдения условий контрактов и, соответственно, защиты относительных прав собственности, специфицированных в данных контрактах.

## **ОЦЕНКА ОТНОШЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СРЕДНЕГО КЛАССА К КОНКУРЕНТНОМУ ПОРЯДКУ: РЕЗУЛЬТАТЫ СЕРИИ УГЛУБЛЕННЫХ ИНТЕРВЬЮ**

### **Цели и гипотезы исследования**

Цель нашего исследования — проанализировать отношение представителей среднего класса к конкуренции на уровне ценностных установок, поведения в сфере извлечения доходов и в сфере потребления. Основное предположение состоит в том, что большая часть представителей среднего класса объективно заинтересована в конкурентном порядке как потребители и в значительной степени как наемные работники, собственники малых предприятий, однако часть из них абсолютно в нем не заинтересована в связи с тем, что получает деньги из государственного бюджета или благодаря предоставляемым государством привилегиям.

<sup>10</sup> С точки зрения экономистов, это проявление центральной проблемы коллективных действий. В отношении российского среднего класса эта проблема означает, что каковы бы ни были коллективные интересы (если они существуют), если каждому домохозяйству или отдельному представителю среднего класса приносит выигрыш участие в конкуренции, то он будет объективно способствовать конкуренции и установлению конкурентного порядка, с оговоркой, что представители класса не смогут создать действенные механизмы (институты), ограничивающие индивидуальные решения.

С целью проверки указанного предположения в рамках исследования предполагалось:

- охарактеризовать отношение различных групп представителей среднего класса к конкурентному порядку;
- охарактеризовать потребительское поведение представителей среднего класса в плане отбора альтернатив, склонности к потреблению новых продуктов и т. п.;
- оценить степень готовности представителей среднего класса нести издержки (материальные, нематериальные) в пользу поддержки, развития конкурентного порядка.

При исследовании поведенческих характеристик представителей разных групп среднего класса с точки зрения поддержки и развития конкурентного порядка сформулированы гипотезы, обоснованность которых проверялась посредством углубленных интервью членов выборки, представленной в *табл. 2*. Изложим кратко содержание каждой гипотезы.

**Н1.** Представители среднего класса заинтересованы в конкурентном порядке как потребители. Это в первую очередь связано с расширением возможностей выбора ассортимента товаров и услуг, относительно низкими ценами при условии приемлемого качества.

**Н2.** Представители среднего класса не заинтересованы в конкурентном порядке как участники системы создания и распределения доходов. Это связано с тем, что конкуренция подрывает их доходную базу как производителей (продавцов).

**Н3.** Представители среднего класса не идентифицируют конкурентный порядок с источником выигрышей, которые они получают. Фактически это означает, что представители среднего класса, пользуясь преимуществами, происходящими от конкурентного порядка, не считают развитие конкуренции важной задачей, имеющей отношение к их персональному благосостоянию.

**Н4.** Представители среднего класса не всегда ясно представляют суть конкурентного порядка, иногда не имея представления о содержании, элементах конкурентного порядка вообще, либо, наоборот, имея свое собственное, порой существенно отличающееся от общепринятого мнение по данным вопросам.

**Н5.** Отношение представителей среднего класса к конкурентному порядку зависит от их места в разделении труда и от возраста.

Проверка выдвинутых гипотез позволит выстроить стратегию по созданию среди представителей средних классов коалиции, ставящей целью защиту и развитие конкурентного порядка. Однако следует отметить, что даже без создания этой коалиции средний класс (или средние классы) России объективно будут поддерживать конкурентный порядок путем продолжения инновационных практик и создания новых рынков.

### **Конкуренция как инновационные потребительские практики**

Представители среднего класса обладают как ресурсами (образование, опыт, навыки выбора), так и стимулами для создания конкурентного давления на продавцов (при достаточно высоком объеме расходов даже незначительная в процентном отношении экономия может дать существенную сумму).

Процесс выбора, продемонстрированный респондентами, полностью соответствует представлениям о рациональном поведении в современной

экономической теории. В зависимости от издержек выявления и сопоставления альтернатив [Стиглер, 1961], являющихся одним из ключевых факторов, объясняющих оптимальные масштабы поиска в условиях ненулевых информационных издержек, потребитель может осуществлять как прямое и непосредственное сопоставление, так и отказываться от него. Большинство опрошенных респондентов демонстрирует знакомство с набором продуктов и услуг, предлагаемых в торговых точках, и приблизительно 1/4 не считает необходимым такое знакомство. Хотелось бы обратить внимание, что последний вариант сам по себе может свидетельствовать о достаточном уровне развития конкуренции. И действительно, в тех случаях, когда респонденты утверждали «смысла выбирать нет, везде услуги одинаковы», при дальнейшем разговоре они оказывались способными к экспертным выводам о том, какие именно характеристики услуг для них доступны.

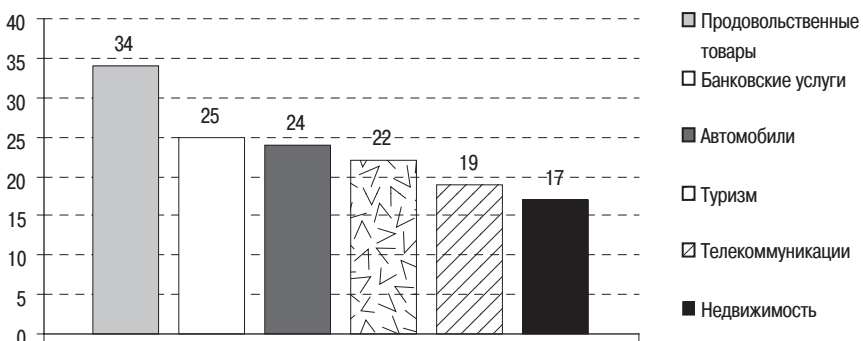
В части процедуры выбора значительная часть респондентов демонстрирует готовность к анализу и сопоставлению альтернатив (рис. 2). Судя по результатам интервью, главный недостаток доступных рынков — не только высокие цены (цены на недвижимость, с точки зрения всех респондентов, выглядят высокими), а именно недостаточно широкий выбор, недостаток альтернатив. При этом показательно, что даже в тех случаях, когда респонденты (преимущественно мужчины) отрицают непосредственное участие в планировании и совершении покупок, при продолжении разговора они оказывались в состоянии дать вполне развернутую характеристику городского или регионального рынка продовольственных товаров.

Недостатки рынков потребительских благ интерпретируются респондентами в контексте недостаточной конкуренции как *результат недостаточной интенсивности входа на рынок более эффективных участников*.

*«В Новгороде до недавнего времени она была монополизирована. Были только новгородские поставщики, даже Псков не пускали. Сейчас открылся рынок, и пошла нормальная и достойная конкуренция. Я считаю, что так и должно быть [о сопоставлении условий]. — С Москвой и Питером — у нас цена выше на продукты питания... хотя мы везем туда свои продукты. В Питере можно купить в полтора раза дешевле».*

Следует отметить, что оценки значения конкуренции потребителями предсказуемо отличаются от тех оценок, которыми обычно оперируют специалисты в области экономической теории, исследующие проблемы конкуренции и конкурентной политики. Действительно, вряд ли можно ожидать

Рисунок 2. Число респондентов, выбиравших услуги из сравнительно широкого круга альтернатив (всего 24 респондента)



от потребителей описания значения конкуренции в терминах суммарных выигрышей от обмена и тем более аллокативной или технической эффективности. Вместе с тем их оценки не так прямолинейны и примитивны, как это может поначалу показаться. Понимание роли конкуренции выходит далеко за пределы связки «цена—конкуренция» и даже «цена—качество товара—конкуренция», поскольку фактически они улавливают такие характеристики, как качество услуг, сопровождающих приобретение товаров (обучение персонала, форма одежды и т. п.).

В рамках полученных интервью важным фактором и оценки уровня конкуренции на рынках розничной торговли, и оценки выигрышей/проигрышей от конкуренции является наличие опыта развития конкуренции на региональном рынке. В этом контексте резко выделяются респонденты из Великого Новгорода, где, вероятно, изменение структуры региональных рынков, снижение издержек входа и усиление конкуренции произошло сравнительно недавно. Эти респонденты наиболее высоко ценят полученные ими выигрыши. Контрастом выглядит отсутствие позитивных оценок конкуренции в Архангельске, где, судя по ответам респондентов, входа новых участников на рынки повседневных товаров еще не произошло, и в Санкт-Петербурге, где в отличие от Новгорода достаточно высокая интенсивность конкуренции уже стала привычной.

Таким образом, полученные данные полностью подтверждают гипотезу Н1 (представители среднего класса получают выигрыши от конкуренции в качестве потребителей) и не поддерживают в полной мере гипотезу Н3 (представители среднего класса не видят связи между конкуренцией и получаемыми ими выигрышами). Тем самым можно заключить, что ценности конкуренции вполне могут объединять представителей российского среднего класса как потребителей. Вместе с тем важно обратить внимание на временной аспект связки «выигрыш от конкуренции потребителем—осознание выигрышей от конкуренции потребителем». В частности, роль конкуренции недооценивается в ситуации, когда нет понимания этой роли в силу отсутствия конкуренции. Похожая ситуация просматривается, когда к конкуренции уже привыкли. Только тогда, когда есть возможность сравнить «до» и «после» и это сравнение имеет высокую субъективную ценность, видимо, можно рассчитывать на максимальную оценку роли конкуренции.

### **Конкуренция на рынках производимых товаров**

Экономическая теория говорит о том, что рациональный участник рынка должен избегать конкуренции. При прочих равных условиях повышение интенсивности конкуренции снижает суммарную прибыль, которую продавцы делят между собой. Поэтому продавцы не заинтересованы в обострении конкуренции в сфере предложения производимых ими товаров либо товаров, схожих по своим потребительским свойствам. Правда, прочие равные условия включают в себя одинаковую производительность использования ресурсов — допущение, которое редко выполняется в действительности. Обладающий преимуществами в издержках поставщик может быть в большей степени заинтересован в конкуренции, нежели в поддержании явного или молчаливого сговора.

В то же время экономическая теория говорит и о тех обстоятельствах, при которых конкуренция способна приносить участникам рынка выигрыши, даже если речь не идет о группе более производительных поставщиков (если

предположить, что поставщики однородны по производительности). В первую очередь конкуренция является дополнительным стимулирующим механизмом в рамках управления поведением исполнителя (агентских отношений), в том числе и внутри компании. Руководителю тем проще стимулировать работника, чем острее конкуренция на рынке производимой продукции (поскольку в условиях более интенсивной конкуренции ожидаемый штраф каждого отдельного работника за низкую производительность повышается). В таком контексте конкуренция оказывает положительное воздействие не только на общественное благосостояние, но и на производительность внутри компании, и в конечном итоге — на ее конкурентоспособность и прибыль.

Учитывая, что далеко не все экономисты-профессионалы способны воспринимать конкуренцию в этом контексте, тем более удивительно, что некоторые респонденты продемонстрировали именно такой способ рассуждений:

«[Конкуренция] —... *положительный фактор. Конкретно для моего бизнеса: мы оцениваем свою долю на рынке как 60%, у нас немало конкурентов, и удержаться на нем — азарт конкуренции и профессиональный интерес. Если бы конкуренции не было, ее надо было бы придумать, [в противном случае] хотелось бы на пузе полежать, на ручеек посмотреть, было бы неинтересно. Но это касается той конкуренции, при которой ты выживаешь, а не умираешь*».

Иными словами, конкуренция должна быть достаточно жесткой, чтобы мобилизовать организационные возможности предприятия, и в то же время равной в том смысле, что шансы на выживание достаточно высоки. Не должна складываться ситуация, когда конкуренты выступают на одном рынке, хотя и принадлежат к принципиально разным весовым категориям как с точки зрения финансовых возможностей (что может проявляться в практике хищнического ценообразования), так и с точки зрения применяемой технологии (слишком большие технологические разрывы).

Как и ожидалось многими экспертами, препятствием для безусловно положительной оценки конкуренции является высокая оценка вероятности проигрыша в соперничестве с более крупными и в особенности пользующимися поддержкой, обладающими административным ресурсом конкурентами.

*Пример 1. «... конкуренция конкуренции рознь. Конкурировать с себе подобным — достаточно интересно и продуктивно. А конкурировать с монстрами, олигархами и т. д. — контрпродуктивно. Чувствуешь себя униженным и оскорбленным».*

*Пример 2. «Конкуренция — это всегда хорошо. Это стимул. Если наши наверху когда-нибудь захотят благополучия для населения, а не только для себя, они начнут организовывать нормальную конкуренцию. А пока конкуренция у нас там, где не очень сильно представлен административный ресурс, который может подавить всех. Как только появляется бешеный административный ресурс, который всех давит, конкуренция исчезает».*

Негативное отношение к конкуренции в ряде случаев возникает именно в силу распространения недобросовестной конкуренции, а также случаев использования административного ресурса в конкурентной борьбе. Как правило, недобросовестная конкуренция ассоциируется у респондентов с коррупционными сделками между бизнесом и властью.

В целом, однако, наши ожидания по поводу отрицательного отношения представителей среднего класса к конкуренции, скорее, не оправданы. Это

подтверждается и тем, что респонденты в ходе интервью выбирали гипотетическую ситуацию, которая характеризовалась высоким уровнем конкуренции при высоком уровне защиты от недобросовестного поведения конкурентов и контрагентов, а не низким уровнем конкуренции при низком уровне защиты.

Одно из наиболее критических отношений:

*«Конкуренция все равно будет. Но чем ниже конкуренция, тем меньше у меня врагов, тем мне спокойнее жить. Но, с другой стороны, я понимаю, что так не будет, и это нормально. Я готов принять эти правила игры... В краткосрочной перспективе добросовестность нехороша, но в долгосрочной перспективе мир устроен так, и опыт исторический показывает, что в конце концов выживет тот, кто беспокоится не только о достижении наибольшей прибыли, но и о том, чтобы при этом быть и остаться человеком»* [респондент 1].

Таким образом, гипотеза об отрицательной оценке конкуренции со стороны представителей среднего класса, и в особенности предпринимателей, не находит подтверждения в результатах интервью.

### **Конкуренция в системе представлений и ценностей среднего класса**

Вопросы о ценности конкуренции для представителей среднего класса как компонент исследования были связаны с рядом существенных рисков<sup>11</sup>. Главный риск был связан с отказом респондентов говорить об умозрительных проблемах, к каковым значительная их часть должна относить конкуренцию. Кроме того, ожидалось неблагоприятные для исследования результаты — в первую очередь негостеприимное отношение респондентов к конкуренции. Однако по результатам интервью оказалось, что практически все респонденты (за исключением одного) осознают важность конкуренции. Именно единодушие респондентов является препятствием для подтверждения гипотезы Н5.

Следует, правда, заметить, что положительная оценка конкуренции, в принципе, не эквивалентна высокой оценке состояния конкуренции на современных российских рынках.

**Вопрос:** «Важна ли для Вас конкуренция?» **Ответ:** *«Нет. Потому что она нездоровая. Она неправильная. [Клиенты] клюют на тех, кто, грубо говоря, недобросовестный... Идет специальное занижение цен. По крайней мере, на тех же аукционах. Смета, составленная по закону на 7 миллионов, на аукционе падает до 3,5 миллиона. Что будут делать потом, неизвестно? На выходе мы проигрываем, а выигрывают те фирмы. Как они будут это делать, мы не знаем».*

Критическое отношение к конкуренции, в том виде, в каком она существует на российском рынке, не означает, однако, что даже для этого конкретного человека она не является ценностью. Указание на *неправильность* конкуренции (часто встречалось в интервью) означает, что у респондентов существуют представления о норме добросовестной и достаточно интенсивной конкуренции.

<sup>11</sup> В ходе предварительных обсуждений методологии проекта большая часть коллег сомневалась в том, что оценочные суждения респондентов о конкуренции предоставят возможности для содержательного анализа. В частности, высказывалась точка зрения о том, что коль скоро вопросы конкуренции выглядят неоднозначными даже в экономической теории (продолжается спор по поводу определений), то нельзя ожидать от респондентов, не являющихся экспертами, квалифицированных суждений о конкуренции. Однако, на наш взгляд, результаты интервью не подтвердили этих опасений.



Естественно, на уровне сформулированных представлений респонденты не связывают конкуренцию с защищенными правами собственности или защитой закона. Однако на уровне оценки происходящего вполне способны отделить конкуренцию от силовых методов перераспределения собственности, то есть связать конкуренцию с защищенными правами собственности.

*«В настоящее время она [конкуренция] стала гораздо больше. При старом губернаторе конкуренции практически не было. Все было поделено, и все регулировалось решениями в верхах, в администрации. Конкуренции просто быть не могло. Любой приходящий извне должен был получить одобрение теневых структур либо администрации. Он сразу получал соинвестора, не мог ни с кем конкурировать. Если он рыпался, шли санкции. Разные были методы, даже силовые. Были и пожары у конкурентов. Было несколько убийств. Сейчас конкуренция появилась».*

В отношении законодательства, касающегося конкуренции, подавляющее большинство респондентов демонстрировали вполне отчетливое отстранение. В ответах очень часто подразумевалось, что само по себе содержание законодательства не оказывает воздействия на ту хозяйственную практику, которая формирует среду действий респондентов.

Большая часть респондентов не удовлетворены существующим уровнем развития конкуренции, высказывают чрезвычайно критическое отношение к общему направлению эволюции хозяйственной системы. Некоторые респонденты выражали готовность поддерживать либеральные ценности с одновременным осуждением наблюдаемых тенденций:

*«...Наша страна семимильными шагами идет... к олигархическо-государственному капитализму, когда влияние крупных корпораций и крупного бизнеса настолько велико, что малому и среднему никак не развиться. [В этих условиях] рано или поздно крупный околосударственный бизнес выдавливает с рынка конкурентов, он постепенно становится плохим спортсменом. Ему уже лень тренироваться, и он становится паразитом, тем самым еще больше уменьшая прослойку среднего класса. Сегодня потенциальный вектор развития среднего класса намного проблематичнее, чем это было в 1990-е гг. Сегодня молодому человеку выгоднее и удобнее работать менеджером, чем открыть свое дело. Теперь другой уровень [издержек] входа на рынок».*

На фоне негативного восприятия существующих практик бизнеса наблюдается достаточно пессимистическое отношение к государству как гаранту добросовестной конкуренции, что связано, с одной стороны, с низким уровнем доверия к государственным институтам, с другой стороны, с низким уровнем осведомленности о механизмах защиты прав в конкурентной борьбе. Последнее приводит к искажению хозяйствующими субъектами оценки издержек использования формальных механизмов защиты прав, в том числе и потому, что не осознаны все существующие альтернативы таких механизмов.

При этом нельзя сказать, что респонденты демонстрируют неприятие судебной системы и/или неготовность защищать свои интересы в суде. Напротив, можно отметить, что при решении достаточно серьезных вопросов большинство респондентов готово использовать судебную защиту после того, как доступные до- и внесудебные методы урегулирования конфликтов исчерпаны.

Вообще, несмотря на несовершенство институциональной среды и действующего законодательства, респонденты демонстрируют готовность принимать непосредственное участие в новых практиках в той степени,

в которой они для них доступны. В рамках проведенного интервью обращает на себя внимание полярность оценок двух осуществляемых в настоящее время реформ — реформы электроэнергетики и реформы жилищно-коммунального хозяйства. Общая оценка реформ скорее негативна, что отражает традиционное недоверие к государству и крупным монополиям. Отчасти это связано с недоиспользованием принципа вовлеченности в проектирование реформ, включая обсуждение проектов нормативных правовых актов на различных стадиях их разработки с представителями целевых групп.

Применительно к электроэнергетике в интервью поднимается вопрос ограничения доступа в потенциально конкурентные сферы:

*«...Мои коллеги озадачились вопросом альтернативной электроэнергетики... Им мягко пока намекнули, что они делают это зря. Если не прекратят своих экспериментов [пусть пеняют на себя]. Вот почему у нас в ближайшее время не будет альтернативной электроэнергетики... Есть интересные начинание (например, биогаз). В Нижнем Новгороде сейчас есть предприятие, которое выпускает необходимую аппаратуру. Если начать перерабатывать промышленные отходы, можно продавать биогаз на сторону. Не дадут это сделать. В общую сеть не дадут продать. На сторону нельзя будет продавать через сети. Право монополистов тут. Очень агрессивно ведут себя. Ребята только подумали, а им уже дали по голове...»*

Столь же негативные оценки и относительно реформы жилищно-коммунального хозяйства:

*«Она провалится. Потому что ею занимаются те же люди, которые раньше занимались ЖКХ. Во всяком случае, на местах, в регионах. Изменять они ничего не будут. В лучшем случае все переложат на плечи рядовых граждан, при полном разрушении всей инфраструктуры ЖКХ, которая существует сейчас. Если искать других ответственных, то нужно передавать на каком-то уровне готовности. Как передавать теплосети, электросети, крыши и т. п. в разрушенном виде? Потом требуют [найти специальную организацию] и тут же предлагают те организации, которые будут курировать этот вопрос, независимые. Как они будут создаваться? Они тут же выставляют счета фактически капитального ремонта на рядовых людей, у которых таких возможностей просто не существует».*

Однако при этом в отношении реформы ЖКХ респонденты проявляют даже не столько большой оптимизм, сколько большую готовность непосредственно участвовать в новой системе. По сравнению с реформой электроэнергетики респонденты демонстрируют гораздо больший уровень вовлеченности. Интервью выявили глубокое понимание респондентами компромисса цен и услуг, необходимости вести переговоры и проходить определенные процедуры, тратить и деньги, и время. Однако если судить о процессе реформирования ЖКХ в России только по результатам интервью, то может возникнуть впечатление о том, что опасения по поводу «дилеммы безбилетника» в данной сфере преувеличены. В целом, представители среднего класса (заметим, все респонденты — люди занятые) способны воспользоваться предоставляющимися возможностями. При этом даже когда респондент остается пассивным, в большинстве случаев он понимает и свои права, и свои возможности, и планирует будущие действия, связанные с реформой.

Необходимо обратить внимание еще на одну черту респондентов. Их абсентеизм по поводу защиты конкуренции в значительной степени ограничивается общими высказываниями (такого рода абсентеизм находил свое отражение в утверждении респондентов о том, что они не готовы нести издержки

в поддержку конкурентного порядка), и улечувивается, когда речь заходит о конкретных проблемах. Так, респондент, давший отрицательную оценку и конкуренции, и действующего законодательства, одновременно признал факт обращения в исполнительные органы, ответственные за контроль над проведением конкурсов на поставки товаров и услуг для государственных нужд, причем обращения неоднократного. Очевидно, что ожидаемая полезность такого обращения расценивается респондентом как положительная.

При рассмотрении ценностных установок респондентов немаловажной характеристикой являются «обстоятельства успеха». В рамках интервью предлагалось выбрать не больше двух из трех важных для них экономических преобразований: либерализация в начале 1990-х, приватизация в начале и середине 1990-х, экономический подъем 2000-х гг. Наиболее типичными ответами оказались первый и третий, *только один респондент указал на вышгерыши от приватизации*. Тем самым наделение дополнительными ресурсами оказалось гораздо менее важным, чем свобода предпринимательства наряду с ростом спроса на целевых рынках.

Результаты интервью дают основания для заключения о том, что конкуренция играет важную роль в ценностях представителей среднего класса. Выдвинутая гипотеза Н4 не находит в материалах интервью подкрепления. На наш взгляд, этот вывод важен, по крайней мере по двум соображениям. Во-первых, он опровергает традиционные представления об инертности и близорукости российских граждан. По результатам интервью, в той степени, в которой можно говорить об инертности, она имеет вполне рациональное обоснование — люди отказываются участвовать в практиках, на результаты которых они не могут повлиять ни в коей мере. Однако даже незначительное увеличение зависимости результата от персональных усилий, пусть даже в неблагоприятной институциональной среде, способствует резкому повышению активности представителей среднего класса. Во-вторых, опровержение гипотезы Н4 означает, что возможности вовлечения представителей среднего класса в коалицию по развитию конкуренции достаточно высоки. Вместе с тем обязательным условием такого вовлечения остается возможность непосредственного влияния на практику и результаты действий.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Согласно полученным в рамках серии углубленных интервью ответам, представители среднего класса заинтересованы в конкурентном порядке как потребители. Причем существенных различий в позиции потребителей, которые одновременно являются представителями бизнеса или власти, не прослеживается. Важный нюанс в части потребительского поведения на рынке продовольственных товаров состоит в том, что доминирующими критериями выбора являются скорее качество и удобство приобретения товаров, а не их цена. Полученный результат может говорить и о том, что представители данной группы в процессе отбора альтернатив неосознанно исходят из существования некоторого уровня конкуренции, который приводит к отсутствию значительной дифференциации цен на рынке продовольственных товаров. Таким образом, предварительный анализ собранных материалов *подтверждает выдвинутую гипотезу о заинтересованности среднего класса в конкурентном порядке как потребителей*, что дает основание считать данную функциональную группу

- как минимум латентно поддерживающей меры, направленные на развитие и поддержание конкурентного порядка. Однако это не означает, что при формировании мер по развитию конкурентного порядка и их реализации не нужно предпринимать усилий по разъяснению общественным группам их сути и вовлечению заинтересованных общественных групп в процесс проектирования этих мер.
2. Вторая гипотеза, которая отражала незаинтересованность представителей среднего класса в конкурентном порядке как участников системы создания и распределения доходов, скорее не подтвердилась, что в первую очередь связано с тем, что существует взаимосвязь между конкуренцией (конкурентным порядком) и адаптационными способностями представителей среднего класса. В отсутствии конкуренции адаптационные способности оказываются функционально избыточными. В случае возникновения отрицательного внешнего шока представители среднего класса оказываются незащищенными, в том числе и по той причине, что они не обладают достаточными материальными активами, чтобы снизить негативные последствия такого шока и поддерживать образ и уровень жизни (включая уровень личного потребления на достигнутом до внешнего шока уровне). Таким образом, данная *функциональная* группа вовсе не обязательно окажется пассивным противником конкурентного порядка.
  3. Поскольку подтвердилась первая гипотеза и скорее не подтвердилась вторая (представители среднего класса заинтересованы в конкурентном порядке как потребители, но в определенном смысле они заинтересованы в нем и как участники процесса создания и распределения доходов), можно сделать вывод о том, что *коалиция в поддержку конкуренции фактически существует в том смысле, что здесь не требуется разработки каких-то специальных компенсационных схем*. Главная задача — решение проблемы коллективного действия для формирования этой коалиции и ее активации, преодоление «проблемы безбилетника».
  4. Анализ углубленных интервью демонстрирует неготовность респондентов (независимо от их статуса) нести издержки для развития конкурентного порядка как такового, однако в конкретных случаях (например, реформа ЖКХ) положительные стимулы наблюдаются. Это говорит прежде всего о том, что в рамках конкретного случая более очевидны выигрыши и издержки, ассоциируемые с действиями, направленными на такую поддержку. С точки зрения оценки соответствующих развитию конкуренции выигрышей, существенную роль играет опыт извлечения индивидами выгод от развития конкурентного порядка. Выигрыши не всегда очевидны в случае умеренного развития конкуренции, которая воспринимается как данность, стало быть, и смысла в ее поддержке индивиды для себя не видят. Именно поэтому адвокатирование (объяснение необходимости поддержки) конкуренции как одно из направлений активной конкурентной политики должно реализовываться в контексте как общей проблематики, так и специфических сфер.
  5. Ограничением в поддержке конкурентного порядка также является низкий уровень доверия среднего класса к государственным институтам вкуче с недостаточными знаниями в области действующих механизмов разрешения споров и защиты прав. В данном случае помимо действий, направленных на ограничение вмешательства органов власти в функционирование конкурентных рынков, восстановление доверия к инсти-

- тутам исполнительной и судебной властей (что возможно посредством вовлечения общественных групп в процесс обсуждения вводимых правил и их применения, а также снижения уровня коррупции), необходима целенаправленная работа по разъяснению действующих механизмов разрешения споров и защите прав в конкурентной борьбе, создание действенных инструментов возмещения ущерба от недобросовестной конкуренции и иных нелегальных антиконкурентных действий (речь прежде всего идет о гражданско-правовых конфликтах).
6. Предварительный анализ собранных материалов лишь частично подтверждает гипотезу о том, что представители среднего класса не могут идентифицировать содержание конкурентного порядка. Среди респондентов встречаются такие, которые отражают очень зрелое отношение к проблемам конкуренции. В этом плане адвокатирование конкуренции должно быть направлено не на описание взаимосвязей между благосостоянием общественных групп и развитием конкуренции, а на идентификацию конкретного выигрыша, получаемого данными группами в рамках динамики развития конкуренции в соответствующих сферах.

## ЛИТЕРАТУРА

- Авдашева С. Б., Шаститко А. Е.* Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России // Вопросы экономики. 2003. № 9.
- Аврамова Е. М., Григорьев Л. М., Космарская Т. П. и др.* Средний класс в России: количественные и качественные оценки. Бюро экономического анализа. — М.: ТЕИС, 2000.
- Гладарев Б. С., Цинман Ж. М.* Потребительские стили петербургского среднего класса: от экономики дефицита к новому быту // Экономическая социология. 2007. Т. 8. № 3. С. 61–81.
- Григорьев Л., Аузан А. и др.* Коалиции для будущего: стратегии развития России в 2008–2016 гг. // Россия в 2008–2016 гг. Сценарии экономического развития. — М.: Научная книга, 2007. С. 457–753.
- Григорьев Л. М., Овчинников М. А.* Коррупция и развитие. — М.: ТЕИС, 2008. — 51 с.
- Григорьев Л. М., Овчинников М. А.* Коррупция как препятствие модернизации (институциональный подход) // Вопросы экономики. 2008. № 2.
- Зингалес Л., Раджан Р.* Спасение капитализма от капиталистов. Скрытые силы финансовых рынков — создание богатства и расширение возможностей. — М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2003.
- Кивинен М.* Средний класс в современной России // Мир России. 2004. № 4. С. 143–170.
- Коалиции для будущего. Стратегии развития России / Коллектив экономистов «СИГ-МА»; под ред. И. Юргенс. — М.: Промышленник России, 2007.
- Левинсон А., Стучевская О., Щукин Я.* О тех, кто называет себя «средний класс» // Вестник общественного мнения. 2004. № 5 (73). С. 48–62.
- Радаев В. В.* Обычные и инновационные практики в деятельности российского среднего класса // Мир России. 2003. № 4. С. 89–119.
- Средние классы в России. Экономические и социальные стратегии / Под ред. Т. М. Малевой. — М.: Гендальф, 2003.
- Тихонова Н. Е.* Российский средний класс: особенности мировоззрения и факторы социальной мобильности // Социологические исследования. 2000. № 3. С. 13–22.
- Хайек Ф. А.* Конкуренция как процедуры открытия // Мировая экономика и международные отношения. 1989. № 12.
- Хахулина Л. А.* Субъективные оценки социального неравенства: результаты сравнительного международного исследования // Вестник общественного мнения. 2004. № 3 (71). С. 45–51.

- Хахулина Л. А.* Субъективный средний класс: доходы, материальное положение, ценностные ориентации // Вестник общественного мнения. 1999. №2 (40). С. 24–33.
- Шаститко А.* Неоавстрийский подход к исследованию проблем конкуренции и анти-монопольной политики. — М.: ТЕИС, 2008.
- Яковлев А. А.* Агенты модернизации. — М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2007.
- Яковлев, А., Фрай, Т.* Реформы в России глазами бизнеса // «Pro et Contra». 2007. Сентябрь.
- Anderson J. H., Gray C. W.* Who Is Succeeding... and Why? // World Bank. 2006.
- Bork R.* Legislative intent and the policy of the Sherman Act // Journal of Law and Economics. 1966. Vol. 9. P. 7–48.
- Bork R.* The antitrust paradox: A policy at war with itself. — NY: Basic Book.
- Boudreaux D. J., DiLorenzo T. J., Parker S.* (1992 circa). The origins of antitrust: An empirical study. — Mimeographed, 1978.
- Bromley D. W.* Economic interests and institutions: The conceptual foundations of public policy. — NY, 1989.
- Delorme C. D., Frame W. S., Kamerschen D. R.* Empirical evidence on a special-interest-group perspective to antitrust // Public Choice. 1997. Vol. 92. P. 317–335.
- di Lorenzo T.* The origins of antitrust: An interest-group perspective // International Review of Law and Economics. 1985. Vol. 5. P. 73–90.
- di Lorenzo T., High J.* Antitrust and competition historically considered // Economic Inquiry. 1988. Vol. 26. P. 423–435.
- Gouldner A.* The Future of the Intellectuals and the Rise of the New Class. — L: Basingstoke, 1979.
- Granovetter M.* The Impact of Social Structure on Economic Outcomes // Journal of Economic Perspectives. 2005. Vol. 19. № 1.
- Hellman J. S.* Strategies to Combat State Capture and Administrative Corruption in Transition Economies. Background Paper Prepared for the Conference: «Economic Reform and Good Governance: Fighting Corruption in Transition Economies». 2007.
- Kleit A.* Beyond the rhetoric: An inquiry into the goal of the Sherman Act // Federal Trade Commission Working Papers. 1992. № 195.
- Lande R.* Wealth transfers as the original and primary concern of antitrust: The efficiency interpretation challenged // Hastings Law Journal. 1982. Vol. 34. P. 65–131.
- North D.* What do we mean by rationality // Public Choice. 1993. Vol. 77. P. 159–162.
- Posner R.* Antitrust law: An economic perspective. — Chicago: University of Chicago Press, 1976.
- Shughart W. F. II, Tollison R. D.* The employment consequences of the Sherman and Clayton Acts // Journal of Institutional and Theoretical Economics. 1991. Vol. 147. P. 38–52.
- Slinko I., Yakovlev Y., Zhuravskaya E.* // State Capture in the Russian Regions. CEFIR. 2002. November 14.
- The causes and consequences of antitrust: The public choice perspective / F. S. McChesney, W. F. Shughart II (Eds.). — Chicago: University of Chicago Press, 1994.