

В. И. ПЛЕЩЕНКО

**Социально-экономические
феномены СССР: история
и современность**

НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЕ ИЗДАНИЕ



Вячеслав Игоревич Плещенко
Социально-экономические
феномены СССР: история
и современность. Научно-
популярное издание

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=19272965
ISBN 9785447496869

Аннотация

Субботники и соцсоревнование, статусное распределение и коллективы коммунистического труда, Госплан и Госснаб, дефицит и «нужные люди» – все это социально-экономические феномены советской эпохи. Издание посвящено функционированию специфичных координационных институтов в экономике СССР и советском обществе и их возможному применению в современных условиях. Предназначено для широкого круга читателей, интересующихся экономической историей России и СССР.

Содержание

Введение	5
Глава 1. Об особой роли клубных и сетевых структур в современных условиях	8
Конец ознакомительного фрагмента.	16

**Социально-экономические
феномены СССР:
история и современность
Научно-
популярное издание**

**Вячеслав Игоревич
Плещенко**

© Вячеслав Игоревич Плещенко, 2017

ISBN 978-5-4474-9686-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Одной из характерных особенностей современного этапа развития является интенсификация межорганизационной и межличностной координации. В экономической сфере данные процессы связаны с тем, что предприятия столкнулись с существенным усложнением внешней среды, вызванным научно-техническим прогрессом, информационной революцией и глобализацией мирового хозяйства.

Желание компаний обеспечить себе стабильное развитие, сформировать модель устойчивого взаимодействия с контрагентами для снабжения производства и сбыта готовой продукции стимулировало переход от случайных, разовых транзакций к долгосрочному взаимовыгодному партнерству. Институционализация сотрудничества находит свое выражение в использовании различных средств и методов координации производственно-хозяйственной деятельности, в формировании стратегических альянсов или деловых сетей. Различные координационные механизмы, такие, как клубы, деловые сети, состоящие из множества предприятий и организаций, возникают вне зависимости от общественно-политического устройства государств.

Хотя экономическая теория клубов начала развиваться в середине XX века на Западе, отражая протекавшие там социально-экономические процессы, в СССР парал-

тельно также возникли формальные и неформальные клубные структуры и механизмы, которые способствовали координации коллективных действий в рамках сообществ. Поэтому намерение проиллюстрировать специфику советских коллективных сообществ, деловых сетей, показать их роль в социально-экономической жизни страны, а также влияние на нынешнее состояние институтов в России стало основным мотивом написания настоящей работы.

Понятно, что функционирование клубных структур в то время во многом определялось спецификой советской социально-экономической системы. Как известно, в СССР в течение многих десятилетий действовала централизованная модель снабжения и сбыта, предусматривавшая тотальное регулирование хозяйственной деятельности предприятий со стороны государственных ведомств. Кроме того, в стране длительное время существовала государственная монополия на внешнюю торговлю. В части межличностного взаимодействия отметим, что в СССР были распространены такие формы коллективных действий, как субботники, социалистическое соревнование и рационализаторское движение.

Автор полагает, что изучение полученного в годы существования СССР опыта, анализ специфики советских социально-экономических и культурных феноменов могут стать полезными сегодня, когда вновь обсуждается вопрос о роли и месте координационных институтов (в том числе государственных) в экономике, а также происходит адаптация биз-

нес-моделей и общества к условиям «новой экономики».

Книга составлена на основе отдельных журнальных статей автора, опубликованных в 2014—2016 годах [42—49].

Глава 1. Об особой роли клубных и сетевых структур в современных условиях

Возникновение экономической теории клубов неразрывно связано со становлением и развитием современного общества потребления. Его теоретико-методологические основы начали формироваться в конце XIX века, найдя отражение в известной работе американского ученого Торстейна Веблена «Теория праздного класса» [13]. В данном труде он показал, что возвышение и обогащение буржуазии (на фоне обнищания родовой аристократии) сопровождалось тем, что главную роль в жизни верхушки общества стало играть демонстративное расточительство, безделье, показное потребление. Таким образом, ценность товара стала определяться не его полезностью, а символическим значением – способностью его обладателя отличаться от ближних самим фактом владения данной вещью. Соответственно, общественный престиж индивида из «праздного класса» определялся степенью его расточительности, способностью удерживать лидирующие позиции в безудержной гонке тщеславия. Следует отметить, что Т. Веблен включал в свой «праздный класс» лишь наиболее крупных финансовых магнатов и не считал мелких и средних предпринимателей социаль-

ными иждивенцами [40, с. 327].

Заметно ускорившееся в XX веке экономическое развитие вызывало все большую диффузию явлений и принципов, характеризующих «праздный класс», в целом по обществу. В результате желание выделиться перекинулось и на менее обеспеченные слои. Потребление неуклонно расширялось и становилось все более массовым. Намерение граждан-«первопроходцев» каким-то образом отгородиться от многочисленных последователей и подражателей вело к созданию ограниченных социальных групп, роль которых выполняли клубы. При этом, будучи изначально лишь сетями (совокупностью связанных определенными интересами людей), постепенно эти образования обрастали правилами и традициями, переходя в разряд институтов.

Тот факт, что общество потребления стало массовым, делает его принципиально иным относительно «праздного класса», ранее описанного Т. Вебленом. Тем не менее, как отмечает известный российский институционалист, исследователь проблем «новой экономики» А. Б. Долгин, индивиды из сегодняшнего «праздного класса» продолжают потреблять не конкретный товар, а его воздействие на окружающих (в том числе и в плане цены блага) [19, с. 31]. Следовательно, на переднем плане оказывается символическое значение покупки и информация об ее цене. При нынешнем характере общественного потребления данные вещи становятся базой для стратификации социума, являются маркерами,

служащими для опознания людей на предмет их принадлежности к определенной группе. Вытекающая из этого феномена необходимость ограничения круга взаимодействия ведет к установлению правил отбора в группы, а также появлению различного рода цензов: имущественных, культурных, возрастных, гендерных и др.

Экономическая теория клубов зародилась на Западе в середине XX века. В ее основе находится описанная американским экономистом, лауреатом Нобелевской премии Джеймсом Бьюкененом идея свободной самоорганизации индивидов для совместного достижения определенных целей, заключающихся, как правило, в обладании какими-либо благами или ресурсами. Блага, производимые в рамках такого сообщества, являются эксклюзивными, поскольку они распределяются исключительно между его членами.

То есть внутри клуба все участники получают эти блага в равной степени, не конкурируя между собой. Или, говоря иными словами, клубы характеризуются возможностью исключить посторонних лиц из процесса их потребления, неся разумные затраты [18, с. 31]. К сказанному добавим, что известную «проблему безбилетника», характерную для потребления общественных благ, легче решить в пределах локального коллектива, нежели чем в масштабах региона или страны¹.

¹ Организованный коллектив воспитывает эффективнее формальных санкций [18, с. 136].

Создаваемые клубы могут быть как формальными, так и неформальными. Под формальными клубами в контексте настоящей работы автор понимает объединения индивидов, имеющие организационную структуру, установленные регламенты функционирования, а также зарегистрированные в уполномоченных государственных органах (к примеру, некоммерческие партнерства или потребительские кооперативы). Неформальные клубы, напротив, могут не соответствовать ни одному из этих условий. Тем не менее, в рамках данных объединений также культивируются определенные традиции, возникают лидеры, реализуются совместные проекты. Фактически это «протоклубы» – или сети с правилами, представляющие собой начальную стадию развития институтов. На взгляд автора, генезис общественных структур должен происходить по направлению: «сети» – «неформальные клубы» – «формальные клубы».

В условиях «новой экономики»² такое понятие как

² Под данным термином понимается экономика знаний, широкого применения информационных технологий, принципиально новых бизнес-процессов, обеспечивающих конкурентные преимущества и рыночное лидерство. Также распространено понятие «интернет-экономики», что обуславливается стремительным развитием информационно-коммуникационной среды, создаваемой на базе сети Интернет. Тот факт, что Интернет до недавнего времени мало кем контролировался и развивался как самостоятельная и независимая система, послужил поводом для ряда исследователей объявить сетевую экономику символом побеждающего либерализма [37, с. 223]. Считается, что всеобщая доступность и малая контролируемость сети стимулируют развитие общественных и экономических инициатив, применение творческого подхода в работе. Процессы управления в «новой экономике» основаны на концепции сетевых структур и теории

«клуб» получило право на достаточно широкую трактовку, которая не ограничивается его пониманием как инструмента для получения и распределения бонусов среди участников. В частности, по мнению А. Б. Долгина, в качестве клубов могут выступать все виды групп по интересам: союзы, кружки, лиги, общины, отряды и др. Это объединения людей, полезных друг другу (в достижении результата или создании благоприятной атмосферы при занятии чем-либо) [18, с. 34]. Также теорией предполагается возможность извлечения общественной пользы от существования сообществ за счет утилизации активности индивидов³. Считается, что клубы являются важнейшим элементом современного либерализма, поскольку клубная теория позволяет решить основную проблему, стоящую перед либеральной мыслью – проблему границ свободы и суверенитета [18, с. 32]. Объяснение заключается в следующем: в рамках клуба человек может развивать свою индивидуальность, поскольку каждый из них в результате отбора представляет собой довольно однородную среду.

Особую важность коллективных сообществ в современных условиях отмечает и другой известный российский исследователь институциональных проблем – член-корреспондент клубов.

³ Такие многофункциональные клубы получили название волонтерских. В отличие от обычных сообществ, волонтерский клуб учитывает не только соотношение издержек и бонусов, но и степень доступности членства и привлекательности сообщества для третьих лиц, что обеспечивает его репутацию [56].

дент РАН Г. Б. Клейнер. Он констатирует, что в новых экономических парадигмах существенную роль начинают играть средовые социальные образования, в том числе интеграционные клубы и сети, объединяющие не только агентов – потребителей и производителей, но и различные уровни экономики (включая государство и предприятия) [26, с. 33]. Кроме того, в понимании А. Б. Долгина, клуб – это ключевая форма существования современного общества потребления, поэтому «новая экономика» в основном работает с обустройством и содержательным наполнением клубов, сообществ, коммуникационных кругов [19, с. 23]. Следовательно, в условиях «новой экономики» роль клубов в общественной жизни будет планомерно возрастать.

Типология современных клубов достаточно широка и многогранна. Их разделение возможно по различным признакам, среди которых мы выделим следующие:

- степень формализации клубной деятельности;
- форма деятельности клуба (реальная, виртуальная);
- степень однородности участников клуба;
- массовость участия;
- территориальный охват;
- специализация;
- основные цели (или направления) деятельности (деловые, общественно-политические, культурно-досуговые);
- платность вступления (и/или участия) и ее форма (при наличии таковой).

Поскольку современные клубы являются, в первую очередь, общественными институтами, отметим особые проблемы, возникающие в России. Многие современные исследователи говорят о том, что институты в нашей стране не действуют должным образом, не приживаются. Как подчеркивал Б. Дубин, большинство институтов в России работает плохо потому, что граждане им исходно не доверяют [20]. Хотя граждане не связывают с формальными институтами своих надежд на возможность решения проблем, в то же время они полагают, что государство должно о них заботиться и быть справедливым. Самоорганизация, распространенная на Западе, в нашей стране сдерживается невысоким уровнем гражданского сознания, низкой заинтересованностью в достижении общего результата. Это объясняет тот факт, что в России (как и ранее в СССР) неплохо развиты сети, как инструменты решения личных проблем (нехватка средств, информации, недостаток общения и др.), но не общественные институты. Однако сети – это прежде всего связи, а институты – это уже правила и отношения. В этой связи важно указать, что современные клубы предполагают синтез сетей и институтов, представляя собой взаимосвязанных людей, добровольно соблюдающих определенные правила взаимодействия. Как следствие, более интенсивное развитие клубов могло бы способствовать преодолению институционального кризиса в России.

Следует указать, что в России недостаточная развитость

и эффективность клубов (в широком понимании этого термина) во многом вызвана инерцией общественного развития, влиянием рудиментов административно-командной системы управления. Так, в СССР формальные координационные институты далеко не всегда (и не для всех) работали эффективно, поэтому их дополняли теневые отношения и неформальные клубы, которые не в полной мере соответствовали каноническим представлениям о самоорганизации свободных индивидов.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.