

*Мартынович*

На правах рукописи

Мартынович Галина Ивановна

**СТАНОВЛЕНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ СУБЪЕКТОВ  
РЫНОЧНОЙ ТОРГОВЛИ: АНАЛИЗ ГРУППОВОЙ  
СПЕЦИФИКИ И ПРОЦЕССОВ САМООРГАНИЗАЦИИ**

22.00.03 – «Экономическая социология и демография»

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

Новочеркасск – 2005

Работа выполнена в государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Южно-Российский государственный технический университет (Новочеркасский политехнический институт)» на кафедре «Гуманитарные и социальные науки» Шахтинского института (филиала)

**Научный руководитель**

доктор экономических наук Москаев Шамиль Абдуллович

**Официальные оппоненты:**

доктор социологических наук, профессор Лукичев Павел Николаевич  
кандидат социологических наук Бородай Владимир Александрович

**Ведущая организация**

Ростовский институт сервиса  
Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса

Защита состоится «18» февраля 2006 г. в 12 часов на заседании диссертационного совета К 212.304.01 по социологическим наукам в Южно-Российском государственном техническом университете (Новочеркасском политехническом институте) по адресу: 346500 г. Шахты Ростовской области, пл. Ленина, Шахтинский институт (филиал) ЮРГТУ (НПИ), ауд.324.

С диссертацией можно ознакомиться в научно-технической библиотеке Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института) (г. Новочеркасск, ул. Просвещения, 132).

Автореферат разослан «18» января 2006 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



Щербакова Л.И.

2006А

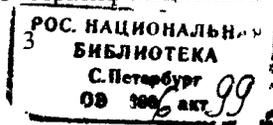
2472

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Одной из наиболее ярких социальных примет развития малого бизнеса, частной инициативы и экономической конкуренции в новой российской действительности стало возникновение и функционирование вещевых рынков, вовлекающих в свою сферу значительную часть самозанятого населения и наемных работников. Большинство людей, пришедших в эту сферу деятельности в качестве мелких предпринимателей, рассматривали свое новое социальное положение как имеющее временный, ситуационный характер. Такая амбивалентность групповой идентификации продолжает сохраняться у многих из них до сих пор.

В период радикальных, крупномасштабных социально-экономических реформ российского общества вещевые рынки, как социально-экономическое явление, уже в своей первоначальной во многом стихийной по своему характеру фазе развития, сыграли существенную роль в снижении социальной напряженности в стране посредством обеспечения вторичной и полной самозанятости многочисленных представителей различных профессиональных групп. Процесс становления и функционирования вещевых рынков стал поступательно институционализироваться, организуя и регламентируя деятельность своих агентов, формируя специфическую субкультуру отношений инсайдеров, вовлекаясь в механизм общей социальной регуляции.

Вещевой рынок в сложившейся социально-экономической ситуации привлек значительную часть индивидуальных предпринимателей, превосходящую по своей численности занятых в организационно более крупных коммерческих структурах. Безусловно, это требует повышенного внимания экономических социологов к анализу данной сферы экономической активности и выявлению специфических характеристик социальной группы ее акторов. При этом анализ региональных аспектов представляется особо актуальным, поскольку в ряде социумов до 40% трудоспособного населения участвуют в функционировании этого сектора экономики. В качестве модельного нами выбран регион Кавказских Минеральных Вод, что обусловлено типичностью многих его социальных и экономических параметров. Он характеризуется, как и многие другие территории и субъекты РФ, полиэтничностью состава своего населения, низким уровнем доходов большей части жителей, ординарностью стратификационной структуры



социальной группы работников вещевых рынков. Это позволяет сопоставлять, обобщать и экстраполировать отдельные выводы о сложившихся системах отношений между владельцами, наемными работниками, участниками семейного бизнеса, субъектами управления и контроля за деятельностью рыночных агентов, а также покупателями.

Социальный феномен возникновения вещевых рынков во многом был обусловлен стихийными, стохастическими процессами, которые, с одной стороны, проявлялись как латентные, нелегальные в период административно-командного управления советской экономикой, с другой стороны, мощно развившимися в начальный период постсоветской истории, когда в политике государства возобладали «попустительский» принцип *laissez faire, laissez passer*. Исследование социально-экономической динамики формирования рынка представляется особенно интересным с позиций синергетической концепции. Стихийность частных экономических интеракций, порождающая социальную самоорганизацию и становление системных характеристик возникающего нового рыночного института, заслуживает того, чтобы быть объектом изучения. Актуализирует подобный подход и стремление государства внести элемент регуляции в хозяйственную жизнь страны, что требует установления допустимых границ вмешательства в системную самоорганизацию рынка, и обоснования управляющих параметров, при которых регулирование будет эффективным. В равной мере это актуально с позиций анализа взаимосвязи развития групповой, а также интересубъектной самоорганизации рыночных акторов, и повышения качества институционального экономико-политического регулирования.

**Степень разработанности проблемы.** В изучении торговой сферы приоритет имеют, как правило, экономические и юридические науки. Торговля возникла как продолжение производства, что и объясняет обращение к ее исследованию экономических наук. Однако эта сфера представляет большой интерес и для социологических исследований. С развитием такого направления, как социология управления, в поле зрения исследователей попали некоторые социологические аспекты торговой сферы. В ряду таких работ можно указать труды Е.М.Бабосова, Т.П.Галкиной, М.В.Удальцовой. Среди ученых, обратившихся к оценке «челночного бизнеса», «вещевых рынков», торгового предпринимательства следует отметить И.Браима, А.А.Глушечкого и А.Г.Певзнера; А.К. Кабалкина и Л.И.Саненко, Н.И.Кабушкина и Р.М.Карсеко, А.И.Кравченко, П.Н.Лукичева и А.П.Скорика. В работах В.Н.Титова проводится анализ положения, сло-

жившегося на вещевых рынках г. Москвы. Посреднические виды торговли с экономической точки зрения проанализированы в монографии И.А.Бланка. Анализ субъектов малого предпринимательства в торговле предпринят Н.П.Ващекиным и С.И.Королевым.

Новое направление теоретического анализа – социология рынков – обосновано в работах В.В.Радаева, а также С.Ю.Барсуковой, Т.П.Казанцевой, В.В.Карачаровского, З.В.Котельниковой.

Аналізу подвергался и национальный фактор формирования рыночных отношений, о чем свидетельствуют труды Ю. Ольсевича, Б.Д.Смагамбетовой, С.В.Рязанцева и Е.Е.Письменной. Большой вклад в рассмотрение проблемы, связанной с преодолением реальных барьеров в легальной экономической деятельности, внесли исследования И.А.Бланка, В.В.Герасименко, Б.Н.Ичитовкина, В.В.Радаева и др.

Развитию современных инновационных процессов в управлении собственностью посвящены работы В.А.Гневко, С.Л.Ермакова, А.Б.Крутика и М.В.Решетовой, Е.А.Смолиной и А.Н.Салущева и др. Особый интерес вызывает диссертация В.А.Бородая, посвященная процессам изменений в сфере торговли в плане рассмотрения коммуникативных и макроструктурных аспектов, анализа маркетинговых стратегий современной торговли. Социально-экономические аспекты путей оптимизации такой структуры малого бизнеса, как сфера бытового обслуживания населения, рассмотрены в работах В.Г.Ильина, Л.А.Минасян и других, результаты исследований которых могут быть перенесены и на анализируемую в настоящей работе область.

Проблема стратификационной структуры современного российского общества и, в том числе, стратификации акторов рыночных структур рассмотрена в работах З.Т.Голенковой, Т.И.Заславской, Е.Д.Игитхянян и др. Привлекала исследователей и проблематика исторического развития российского предпринимательства. Она отражена в работах Л.С.Гребнева, Ст.Гулишамбарова, Н.В.Минаева, В.А.Сущенко. В последнее время актуальной стала тема гендерных особенностей, проявляемых в экономической деятельности и предпринимательстве. В отечественной и зарубежной литературе она получила развитие в исследованиях Т.В.Бендас, Р.Козмецки, П.М.Чиркова, Л.Г.Шинелевой, А.Х.Эгли, Б.Т.Джонсон и др. Существенное отношение к рассматриваемой теме имеет проблема маргинальности (Р.Парк, Б.Манчини, Е.Стариков, А.Атоян, И.Попова). Российские объединения малых предпринимателей как институт гражданского общества рассматриваются в работе А.В.Виленского.

Несмотря на значительный вклад, внесенный рассмотренными трудами в решение большого числа социологических задач монографического описания институциональных субъектов формирующихся рынков, представляется, что сфера торговли, с нарастающими в ней тенденциями монопольного характера, образования сетевых торговых комплексов, с постоянно меняющейся конъюнктурой рынка, изучена недостаточно глубоко. Это не позволяет обоснованно прогнозировать в условиях России с ее самобытной культурой и ментальностью пути эволюции торговли, которые были бы предпочтительны с общечеловеческой и государственной точек зрения. Возможно, что сделать это, оставаясь в рамках прежних научных методов анализа, весьма затруднительно. Для решения подобных сложных задач перспективно использовать синергетический подход. Синергетическая парадигма, берущая свое начало в работах Г. Хакена, И.Пригожина и И.Стенгерс, получила содержательное развитие в трудах В.И. Аршинова, В.В. Васильковой, И.А. Евина, И.С. Добронравовой, Ю.А. Жданова, С.П. Капицы, С.П. Курдюмова и Г.Г. Малинецкого, Ю.Л. Климонтовича, Е.Н.Князевой, Г.А. Котельникова, П.Н. Лукичева, Л.А. Минасян, А.П.Назаретяна, Е.Я.Режабека, В.С.Степина и др. Основой эвристической базы для нас послужили труды классиков экономической и социологической мысли: Д.Рикардо, К.Маркса, М.Вебера, Э.Гидденса, Д.М.Кейнса, Н.Смелзера. Идеи этих авторов заставили задуматься над проблемами применимости экономических теоретических конструкций, созданных на основе анализа индустриального общества, к информационной стадии его развития и их переосмысления с синергетических позиций. Синергетическая методология утвердила себя в качестве междисциплинарной в самых различных сферах науки, а в последнее время привлекает все больше сторонников и в социологии.

**Объектом исследования** в диссертационной работе выступают субъекты торговли на вещевых рынках.

**Предметом исследования** являлся процесс становления институциональных субъектов рыночной торговли, выразившийся в управляемой самоорганизации агентов вещевых рынков, формировании их специфических социально-групповых признаков.

**Гипотеза исследования.** Динамика перехода субъектов рыночной торговли от хаотического и атомизированного состояния к системному самоорганизованному повышает их включенность в систему социальной регуляции и определяет способность вещевых рынков как институциональных

экономических организаций трансформироваться под влиянием управляющих воздействий.

После периода бурного стохастического развития вещевые рынки пришли в состояние стагнации, предшествующее точке бифуркации. Адекватное регулирующее воздействие со стороны государства, в том числе содействие в создании Ассоциации торговцев вещевых рынков, позволит обеспечить управляемое движение маргинальных субъектов рознично-вещевой торговли по направлению к цивилизованным институциональным формам малого торгового бизнеса.

**Цель диссертационного исследования** состоит в выявлении социальных закономерностей институционализации агентов вещевых рынков при активном воздействии государственного регулирования.

Для достижения этой цели в диссертации предполагается решение следующих задач:

- проанализировать развитие системы рыночных институтов в постсоветской России;
- изучить особенности институционализации вещевых рынков;
- выявить социальные характеристики субъектов торговли на вещевых рынках, особенности их структуры и динамики;
- обобщить результаты проведенного автором эмпирического исследования агентов вещевого рынка;
- описать социальные аттракторы самоорганизации групповых агентов вещевых рынков;
- обосновать необходимость социальной регуляции социоструктурного становления субъектов вещевой торговли.

**Теоретико-методологической основой** диссертационного исследования являются структурный и институциональный подходы, основные положения социологии рынков, исторический и генетический методы, синергетические методы изучения систем, обусловленные применением соответствующего понятийного аппарата, метод сравнительного анализа, метод теоретического моделирования, прогностический метод.

В качестве конкретно-социологических методов использовался метод включенного наблюдения (для анализа и обобщения личного опыта автора), метод анкетирования с применением методики выборочного обследования основного массива и связанные с изучением полученных данных методы научной интерпретации статистического материала, в частности, метод корреляционного анализа, а также метод интервьюирования и метод контент-анализа.

Эмпирической базой исследования являются результаты конкретно-прикладных социологических исследований. Автор подверг вторичному анализу опубликованные результаты исследований, проведенных в 2000-2002 гг. Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Центром РОМИР, Независимым институтом социальной политики (НИСП), а также данные Госкомстата России, Пенсионного Фонда Российской Федерации, Фонда социального страхования Российской Федерации, оперативную информацию Минтруда России. К анализу были привлечены также данные, полученные лично автором в ходе анкетирования и интервьюирования акторов «вещевых рынков», включая предпринимателей разного уровня, наемных работников и покупателей. Полученные данные приведены в приложениях к тексту диссертации.

Научная новизна исследования состоит в доказательстве следующих положений:

- фактором становления рыночных институтов в переходном российском обществе является действие неформальных регуляторов отношений, соответствующие им нормы и правила социального взаимодействия субъектов; свидетельством деформализации внутринституциональных связей региональных вещевых рынков служит язык их агентов, имеющий преимущественно криминальное происхождение и порождающий соответствующие способы и модели общения; влияние неформальных регуляторов определяется аксиологической структурой сознания агентов, что подтверждено при исследовании системы ценностей субъектов вещевого рынка;

- социальная группа субъектов вещевого рынка находится в процессе становления, что проявляется в амбивалентности организационных связей, несформированной идентичности, неинституциональном характере ряда субкультурных признаков; определяющей чертой этой группы является социальная маргинальность, охватывающая культурные, структурные и ролевые аспекты, а также субъективное сознание участников рынка;

- рыночные агенты: продавцы, покупатели, контролеры и другие ассоциированные субъекты – вписаны в жесткую систему стратификационной иерархии, которая проецируется на физическое пространство рынка; в формировании стратификации участвуют такие признаки, как объем капитала; этническая принадлежность; наличие влиятельной поддержки; образовательный уровень; опыт и продолжительность участия в конкретном рынке; пол и возраст;

- после относительно долгого периода стагнации развитие вещевых рынков подходит к точке бифуркации, после которой возможны два разно-

вероятных пути институциональной эволюции: одним из аттракторов выступает развитие торгового бизнеса в его цивилизованных формах (обычные и сетевые магазины), другим – сохранение открытых рынков с преобладанием теневых, в том числе криминальных форм торговли. Действующие тенденции в групповой самоорганизации агентов вещевых рынков подталкивают к аттрактору теневой экономики, эгоистически более выгодному в минимизации трансакционных издержек и укорененности в массовом сознании;

- для увеличения вероятности достижения цивилизованного бизнес-аттрактора необходимо целенаправленное государственное воздействие, включающее налоговое и таможенное стимулирование, совершенствование правовой базы, создание эффективных предпринимательских ассоциаций, идеологическую поддержку позитивной институциональной динамики торгового бизнеса. Развитие самоорганизации, в том числе создание Ассоциации торговцев вещевых рынков, является другим необходимым условием институционализации рыночно-торговых отношений, обеспечивающим эффективное социальное регулирование в сфере торговли.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. В процессе трансформации современного российского общества появились новые социальные акторы и формы массовой торговли, такие как «челноки» и «вещевые рынки», инспирированные резким падением уровня жизни населения в начале 90-х гг. XX века, региональной, структурной безработицей, сокращением объемов курортного обслуживания. Социальная обусловленность поведения субъектов торговли вещевых рынков, носящая зачастую вынужденный, ситуативный характер, а также влияние разнообразных форм теневой экономики, вызывают его частичную деформацию, осложняют процесс институционализации вещевых рынков.

2. Большинство акторов вещевых рынков имеют высшее образование, способные быстро адаптироваться, гибко перестраиваться в соответствии с изменившимися обстоятельствами, усваивать инновационные технологии в бизнесе и торговле. Они рассматривают свою социально-экономическую роль как вынужденную и временную, призванную решить ситуативные материальные затруднения и не планируют расширение бизнеса. Занятые люди на вещевом рынке, как правило, трудоспособного возраста (30-40 лет), при этом возрастная структура имеет тенденцию естественного старения, поскольку пополняется преимущественно выходцами из семей, уже занятых в этой

сфере. Взаимодействие субъектов–инсайдеров на вещевых рынках строится с учетом этнических факторов: национальность потребителя торговых услуг не имеет существенного значения, однако между оптовым и розничным торговцем взаимодействие устанавливается на основе национального признака, что нередко приводит к появлению неформальных лидеров рынка, контролирующих на основе «личного авторитета» представителей своего этноса.

3. Нынешние вещевые рынки находятся в состоянии стагнации – на протяжении семи последних лет численность занятых в этом секторе экономики остается почти без изменений, с учетом инфляции практически не увеличивается товароборот. В то же время происходит сужение «челночной практики», что связано с количественным ростом сетевых торговых точек, возрастанием конкурентоспособности монополизирующихся торговых центров, использующих рычаги ценовой и территориальной доступности. Это позволяет сделать вывод, основанный на использовании синергетического подхода, о том, что вещевой рынок приближается к точке бифуркации, и определение вероятностей постбифуркационных траекторий существенно зависит от проводимой государством политики в данном секторе экономики. Она обуславливает привлекательность двумя аттракторами – либо индивидуальные предприниматели пойдут по пути легальной самоорганизации малого и среднего бизнеса в институциональных формах, либо организованная преступность поставит «индивидуальщиков» под свой контроль.

4. При применении синергетической методологии и понятийной парадигмы для выявления управляющих параметров, способствующих оптимальным процессам самоорганизации в торговой среде вещевых рынков, необходимо учитывать соответствующие системные характеристики. Внешнее регулирующее воздействие государства должно носить принципиально рыночный, некомандный характер; в то же время неприемлемой является и попустительская политика *laissez faire, laissez passer*, которая отдает данный сектор экономики на откуп организованной преступности, и что особенно опасно – наркомафии. В то же время интересы общества и государства требуют поддержки индивидуального предпринимательства и поддержки процессов самоорганизации и организационного укрупнения структур малого и среднего бизнеса в торговле, что будет способствовать стабилизации социальных отношений и формированию массового среднего класса.

5. Движению к аттрактору развития легального предпринимательства должно способствовать создание в рамках Торгово-промышленных палат координирующих органов, обеспечивающих связь государства и рыночных структур, способствующих становлению Ассоциации торговцев вещевых рынков. Эта организация призвана обеспечить индивидуальных предпринимателей необходимой профессиональной переподготовкой, заемными средствами на льготных условиях, помощью при законодательном оформлении организационных структур малого и среднего бизнеса, при взаимодействии с налоговыми и другими органами государства и стимулировать дальнейшие процессы самоорганизации данного сектора экономики, как привычной для населения и необходимой формы коммерческих коммуникаций.

**Практическая значимость исследования** заключается в том, что результаты, выводы и рекомендации диссертационной работы могут быть использованы в деятельности органов местного самоуправления и депутатских комиссий законодательных собраний, а также служить материалом для совершенствования учебных курсов и программ по «Экономической социологии», «Социологии организаций и управления», «Экономической теории» и «Маркетологии».

**Апробация работы.** Основные результаты диссертации докладывались на научно-практических конференциях Ессентукского института бизнеса и права (2001, 2002-2004 гг.), Пятигорского государственного технологического университета (2003 г.), Межрегиональной научной конференции «Наука XXI века – индустрии сервиса» (г. Ростов-на-Дону, 2004, 2005 гг.). Результаты исследования внедрены в учебный процесс при чтении дисциплин «Экономический потенциал», «Таможенный менеджмент», «Свободные экономические зоны» в Пятигорском технологическом университете и в Ростовском институте сервиса Южно-Российского государственного университета экономики и сервиса. По теме исследования опубликовано 4 научные работы общим объемом более 3,95 п.л.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав, состоящих из шести параграфов, заключения и приложений. Библиографический список включает 286 наименований.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертации, характеризуется степень разработанности проблемы, определяются цели и задачи

диссертационного исследования, описываются научная новизна и практическая значимость работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

Первая глава работы **"Институционализация рыночных отношений в современном российском обществе: проблемы социологического анализа"** посвящена становлению рыночных институтов, в особенности вещевых рынков, в постсоветской России. В первом параграфе этой главы изучается **"Развитие системы рыночных институтов в постсоветской России"**. С собственно социологической точки зрения понятие рынка включает такие взаимосвязанные элементы, как действующие агенты (продавцы, покупатели, контролеры, вспомогательные участники); способы структурной организации элементов; набор институциональных ограничений, задающих правила и нормы взаимодействия; методы контроля, детерминирующие стратегии агентов. В целом можно принять следующее определение: «рынок представляет собой совокупность структурно связанных продавцов и покупателей определенного товара (товарной группы), деятельность которых регулируется сходными правилами и разделяемыми большинством участников концепциями контроля»<sup>1</sup>.

Институциональный подход к рынкам трактует их как совокупность иерархически организованных позиций, взаимодействие которых определяется специфическими нормами и правилами, природа которых, в свою очередь, связана с товарно-денежными отношениями. Иерархическое преимущество получают те агенты, которые обладают большей покупательной способностью или соответственно большей способностью к продажам по более высокой цене. Институциональная иерархия неразрывно связана с властью, поскольку обладающие большими ресурсами агенты способны устанавливать свои правила и навязывать их выполнение всем остальным.

В строго рыночной теоретической модели учитываются лишь денежные оценки, отношения эквивалентного обмена и информационное регулирование посредством цен спроса и предложения. Однако действительные субъекты реальных рынков руководствуются более широким спектром мотивов и ценностей, определяемых социоструктурными и социокультурными факторами. Так, зачастую реальный статус рыночного субъекта зависит не столько от его личных способностей и даже объема финансового капитала, сколько от позиции во влиятельной социальной сети (например,

---

<sup>1</sup> Радаев В.В. Рынок как идеальная модель и форма хозяйства. К новой социологии рынков // Социологические исследования. 2003. №9. С. 19.

этнической). Огромную роль играют и культурные факторы, которые не выступают чем-то внешним по отношению к хозяйственной деятельности, а постоянно порождаются ею и в то же время играют роль регуляторов наряду с институциональными ограничениями. Например, укорененный в культуре предпринимательства индивид не решает в каждой отдельной сделке, выгодно ему обмануть партнера или нет, он просто не рассматривает такую возможность как культурное табу.

Важнейшей функцией культуры является производство и интерпретация символов. В рыночном обществе потребления товары и услуги представляют собой символические ценности, значение которых выходит далеко за рамки реальной потребительной стоимости, определяя социальный статус, престиж, жизненный успех их обладателя.

В Советском Союзе рыночные отношения были нелегальны и в значительной степени нелегитимны. Однако в реальности модель строго централизованной плановой экономики с общественной собственностью на средства производства оказалась нежизнеспособной и вынужденно дополнялась многообразными неформальными связями и отношениями вполне рыночного характера. Сюда относились бартерные сделки между предприятиями, торговля из-под прилавка, спекуляция и «фарцовка», реализация продукции личных подсобных хозяйств, мелкая ремесленная деятельность и многое другое. Отсутствие образцов цивилизованного рынка и многочисленные действующие неформальные схемы привели к тому, что рыночная институционализация в 1990-х годах приобрела сильнейшую неформальную составляющую.

Необходимо признать, что торговля как система, как социальный институт может быть представлена в двух ракурсах:

– в качестве компонента гражданского общества, в котором происходят самоорганизующиеся процессы на основе принципа соподчинения. В этом случае частные производители, торговые посредники и потребители предоставлены сами себе, действуют свободно, а регулятивное участие государства минимально;

– в качестве объекта государственного воздействия, и в этом случае направленность государственной политики в отношении торговой сферы может осуществляться в следующих формах: декларация торговых прав граждан, разрешительная регистрация торговых фирм (или запрет); налогообложение; запрет на реализацию некоторых видов товаров; объявление частичной или полной монополии на торговлю; организация государственного сектора торговли; назначение цен; дотация нерентабельных торговых

предприятий; осуществление государственных закупок; распродажа государственного имущества.

Во втором параграфе первой главы работы изучается *"Институционализация рынков розничной торговли: особенности формирования вещевых рынков"*. Предпосылки этого формирования можно разделить на две группы.

С одной стороны, крупномасштабные социально-экономические реформы на исторически ничтожном отрезке времени имели следствием стремительный рост цен и еще более стремительное снижение уровня жизни широких масс населения. Особенно следует подчеркнуть, что практически исчезла зависимость между трудом и доходом. Таким образом, шоковое внедрение многосекторной экономики, отказ от государственного регулирования зарплаты, отсутствие общенационального рынка труда, отсутствие реальной социальной страховочной сети, множественность локальных очагов безработицы, многомесячные задержки зарплаты за уже выполненную работу привели сферу доходов в состояние хаоса.

С другой стороны, появились организационно-правовые предпосылки, обеспечивающие возможность развития вещевой торговли. Очевидно, что характер и структура функционирования такого компонента коммерческих коммуникаций, как «вещевой рынок», напрямую зависит от торгового права, юридического регулирования торговых сделок. Загнанный в подполье в советское время рынок мог выйти на поверхность только на основе новой государственной политики, опирающейся на соответствующие регулятивные законы, президентские указы, правительственные постановления.

Следует отметить, что «челночный бизнес» и вещевой рынок с учетом сформировавшейся вокруг них инфраструктуры сконцентрировали в своих рядах большой процент населения. В 1997 году в этой сфере трудилось 30 млн. человек, что составило 41 % занятого населения страны, так что роль этого сектора в предотвращении социального взрыва в стране вряд ли можно переоценить. «Челноки» с успехом выполнили основную социальную и экономическую задачу того момента: обеспечение работой тысяч безработных, ликвидация пустых прилавков магазинов и очередей за дефицитом.

Вещевой рынок возник как средство пресечения «неорганизованной торговли» на тротуарах, площадях, дворах, переходах и т.д. На 1998 год оборот от указанного вида торговли составил 25-28% от общего объема розничного товарооборота.

Помимо организованных, в большом количестве возникли также стихийные вещевые рынки. Особенное распространение они получили на Северном Кавказе, где стихийная торговля и различные формы обслуживания стали единственным источником доходов для миллионов людей, потерявших прежнюю работу.<sup>2</sup> Стихийная торговля и сервис всецело принадлежат к неформальному сектору экономики. В значительной степени неформальную природу имеют и организованные рынки, что обуславливает важность анализа распространения неформальной экономики с социологической точки зрения. Социальными причинами широкого развития неформальной торговли в постсоветской России являются:

- рост явной и скрытой безработицы и резкое снижение жизненного уровня широких масс населения. С одной стороны, эти обстоятельства порождают продавцов, вынужденных зарабатывать на жизнь торговлей и услугами вместо своей прежней профессиональной деятельности, не обеспечивающей больше нормальных средств к существованию. С другой стороны, тот же процесс формирует и множество покупателей, не способных по бедности приобретать более качественные товары в дорогих магазинах;

- легализация частного предпринимательства, отсутствие былой необходимости обязательного официального трудоустройства;

- социокультурные предпосылки «теневой» деятельности, недоверие к государственным органам, нежелание официально регистрировать свою хозяйственную деятельность и платить налоги;

- несовершенство законодательства, которое, с одной стороны, оставляет многочисленные «лазейки» для неформальной деятельности, а с другой, действительно затрудняет легальное предпринимательство.

Большинство мотивов деятельности агентов вещевых рынков характеризуют так называемое вынужденное предпринимательство, которым приходится заниматься людям, лишенным возможности зарабатывать на жизнь своим профессиональным трудом.

Вместе с тем, многие агенты вещевых рынков практикуют собственно предпринимательскую активность, что выражается в активном ведении своего бизнеса и стремлении к его расширению, склонности к риску, использовании наемных рабочих, обращении к передовым методам менеджмента, освоении экономических и правовых знаний, информационных тех-

---

<sup>2</sup> См.: Рязанцев С.В., Письменная Е.Е. Безработица и новые формы занятости населения на Северном Кавказе// Социологические исследования. 2005. № 7. С. 38-40.

нологий. Символическим выражением подлинного предпринимательства является использование современных, достаточно дорогих технических средств (автомобили, мобильные телефоны), деловой стиль одежды, подчеркнута вежливое обращение с покупателями и другими участниками рыночной деятельности. Именно с этой подгруппой субъектов вещевых рынков связаны надежды на их цивилизованную институционализацию.

Одной из ключевых практик, определяющих институционализацию рыночно-вещевых отношений, служит используемый их субъектами язык.<sup>3</sup> Язык не только выполняет непосредственные функции речевой коммуникации, но и служит символическим выражением реальности. Большая часть понятий рыночного языка свидетельствует о преобладании на российских вещевых рынках неформальных практик, имеющих преимущественно криминальное происхождение.

Вторая глава "Субъектная система институциональных агентов вещевых рынков" посвящена теоретическому и эмпирическому анализу указанных агентов. В первом параграфе главы изучаются *"Социологические характеристики субъектов торговли на вещевых рынках: особенности структуры и динамики"*. Анализ социальной группы субъектов вещевых рынков предполагает решение вопроса о «реальности» этой группы. В переходных обществах, к числу которых относится современное российское, большинство социальных групп находится в процессе становления и полностью не отвечает требованиям «реальности». Это относится и к группе субъектов российских вещевых рынков, лишь до некоторой степени обладающей определяющими реальную группу свойствами.

Субъектная структура группы включает следующие основные элементы: 1) продавцы; 2) покупатели; 3) ассоциированные с рынком субъекты. Продавцы образуют основу субъектной структуры и являются главным объектом анализа в настоящей работе. Продавцы подразделяются на две большие, категориально различные группы: владельцы и реализаторы. По своей природе владельцы являются предпринимателями: они организуют торговлю, вкладывая в нее свои личные финансовые средства. Владельцы арендуют торговые места на рынке, договариваются о поставках товаров, нанимают при необходимости продавцов-реализаторов, взаимодействуют с контролирующими органами, привлекают специалистов-профессионалов или сами

---

<sup>3</sup> См.: Титов В.Н. Социальный механизм функционирования и воспроизводства системы неформальной экономики// *Общественные науки и современность*. 2005. № 4. С. 47.

выполняют бухгалтерские, юридические и иные обеспечивающие торговлю функции. Предпринимательская природа владельцев обуславливает их интересы, мотивы деятельности, систему ценностей и нормы поведения. Реализаторы – это наемные работники, непосредственно торгующие принадлежащими владельцам товарами. При небольших размерах бизнеса владельцы могут торговать своим товаром сами, однако с теоретической точки зрения это означает совмещение двух различных социальных ролей и может приводить к ролевому конфликту. Реализаторы не вкладывают в торговлю собственные средства и получают от владельцев зарплату, которая обычно включает фиксированную часть и дополнительный доход, пропорциональный сумме проданных товаров. Главное требование к реализаторам – коммуникабельность, умение общаться с покупателями и выгодно подавать («развешивать»), а затем и продавать полученный им товар.

Покупатели более однородны, но также могут быть подразделены по следующим признакам: оптовые/розничные и постоянные/случайные. Оптовые покупатели, естественно, более выгодны для продавцов и поэтому могут рассчитывать на скидки и более внимательное к себе отношение. Однако основную массу сделок купли-продажи обеспечивают розничные покупатели, поэтому большинство рыночных практик ориентированы на взаимодействие с ними. «Сверхзадачей» продавца выступает перевод наибольшего количества случайных покупателей в категорию постоянных. В то же время, случайные покупатели могут стать объектом недобросовестных действий (их могут «кинуть»), что исключено по отношению к постоянным клиентам.

Обширную группу составляют ассоциированные с рынком субъекты, непосредственно не участвующие в системообразующем процессе купли-продажи, но выполняющие необходимые обеспечивающие по отношению к нему функции. Целесообразно подразделить их на «контролеров» и «партнеров». В свою очередь, контролеры делятся на официальных (милиция, налоговая служба, санэпидстанция, пожарники) и криминальных (рэкет, «крыша»). Наиболее разнообразную и неоднородную группу образуют «партнеры» рыночных агентов. Сюда относятся поставщики товара – «челноки» (которые в действительности могут быть также владельцами и/или реализаторами товара, но теоретически эти функции следует разделять), различные специалисты-профессионалы (экономисты, юристы, программисты, рекламисты), водители автотранспортных средств, сторожа, охранники, подсобные рабочие, уборщики и т.п.

Субъекты, принадлежащие к каждой из перечисленных групп, занимают свое место в стратификационной системе. К факторам, определяющим место того или иного субъекта в рыночной стратификационной системе, относятся величина его капитала, принадлежность к некоторой этнической группировке, влияние «крыши», давность работы на данном рынке. В свою очередь, социальный ранг продавца проецируется на его место в физическом пространстве рынка. В физическом пространстве вещевого рынка торговые места далеко не равноценны и однозначно отражают социальную иерархию продавцов: чем больше объем социального капитала, тем более удобное и выгодное место занимает соответствующий субъект. В рыночном тезаурусе даже существует специальный термин «прикормить место», отражающий это обстоятельство.

Важнейшим характерным свойством группы рыночных субъектов, определяющим ее неполное становление в качестве реальной группы, служит маргинальность.<sup>4</sup> Все три основные разновидности маргинальности: культурная, структурная и ролевая – полностью применимы к современным субъектам российских вещевых рынков. В культурном аспекте они в большинстве своем далеки от предпринимательских образцов, однако и свою прежнюю культуру все более утрачивают в силу нового образа жизни и диктуемых им правил. Структурная маргинальность обычно трактуется как результат социального неравенства, которое также очевидно имеет место по сравнению, например, с крупными, ассоциированными с властными органами предпринимателями. Отсюда и ролевая маргинальность, определяемая принадлежностью к маргинальной группе с не полностью определенным статусным поведением.

Еще одной важной субъектной характеристикой является разделяемая субъектами система ценностей. Как показывают исследования в этой области, система ценностей российских предпринимателей содержит серьезные основания для оправдания неформальной экономики.<sup>5</sup>

Субъектная система рыночных агентов возникла не на пустом месте, а на определенной основе, сформированной еще в советские времена. Поэтому в диссертации подробно проанализировано развитие рыночных от-

---

<sup>4</sup> См.: Park R.E. Human migration the marginal man// Amer. Journal of Sociology. Chicago. 1928. Vol. № 6. P. 881-893.

<sup>5</sup> См.: Бондаренко О.В. Ценностный мир россиян. Ростов н/Д.: изд-во СКНЦ ВШ, 1998.

ношений в советском периоде и порождаемые им предпосылки современного предпринимательства в сфере торговли.

Во втором параграфе второй главы строится *"Социальный портрет агентов вещевых рынков"*. Анализ организационной стороны функционирования «вещевого рынка» инициирует рассмотрение его агентов – людей, продающих и покупающих, служебного персонала, чиновников, отвечающих за организацию вещевой торговли на рынке, челноков и таможенников.

Изучение социальной структуры лиц, вовлеченных в торговлю, включает рассмотрение целей и мотивов действий. Именно они под влиянием внешних факторов приводят людей к прилавку, на рынок. Не менее важны связанные с целями и мотивами нравственные параметры, этикет, этика и т.д. Все эти аспекты были предметом проведенного автором исследования (метод опроса) по четырем темам: «Торговец» (Приложение №1); «Покупатель» (Приложение №2); «Торговый челнок» (Приложение №3); «Таможенник» (Приложение №4).

Проведенный в настоящей главе анализ эмпирических данных позволяет сделать вывод о том, что торговцы «вещевого рынка» повторяют имущественную и этническую структуру общества, нет данных о занятости торговлей только бедных или только богатых или отдельных этнических групп. Однако расслоение общества проявляет себя и в данном срезе: сравнительно состоятельные люди преобладают среди предпринимателей-организаторов, а несостоятельные или малосостоятельные торговцы – в числе наемных.

В структуре агентов вещевых рынков значительная доля лиц с высшим образованием. Эта группа положительно влияет на повышение профессиональной культуры, норм, морали. Однако торговый труд недоиспользует потенциал высокообразованных людей.

Проведенный в настоящей главе анализ имеет существенное значение с точки зрения синергетического подхода к определению совокупности способов оптимальных социальных действий в изменяющемся социуме. Естественно, что с изменением социума по-новому организуется и субъективный фактор. Поэтому и расчленение социальной деятельности на элементы, в которых высвечены не только профессиональные качества, но и социально-психологические аспекты, в социальном взаимодействии имеют первоочередное значение в случае выхождения системы из равновесия и достижения ею критической точки бифуркации. В рассматриваемой нами подсистеме социума, представляющей собой «вещевые рынки», есть веро-

ятность переломов, выступающих для отдельных индивидов в качестве кризисных, проблемных жизненных ситуаций.

Предметом третьей главы диссертационной работы служит **"Групповая самоорганизация институциональных субъектов вещевых рынков: модели социальной эволюции"**. В первом параграфе главы изучаются *"Социальные аттракторы самоорганизации групповых агентов вещевых рынков"*. Понятие бифуркации, которое сегодня стало столь популярным у исследователей, оказалось чрезвычайно полезным при описании изменений как в мотивационной сфере личности и общества, так и в социальных, экономических и управленческих подсистемах социума. В настоящем исследовании рассмотрены две возможные бифуркационные ветви. Одна из них соответствует случаю абсолютного невмешательства государственных структур в процессы, складывающиеся в социальном сообществе вещевых рынков, когда все предоставляется на откуп самоорганизующихся рыночных эффектов. Вторая должна соответствовать аттрактору, появляющемуся благодаря регулированию системы через управляющие параметры со стороны административных государственных и муниципальных органов.

Первый аттрактор соответствует цивилизованному развитию торгового бизнеса, что означает переход от открытых вещевых рынков к обычным и сетевым магазинам как апробированной эффективной форме торговли.

Однако существует и второй аттрактор, не менее реальный – это сохранение вещевых рынков в рамках неформальных институтов теневой экономики. Известные российские исследователи этой проблемы понимают под институционализацией теневой экономики «закрепление теневого экономического поведения (например, «обналичивание» денег, теневой вывоз капитала) в те или иные организационно устойчивые формы, признаваемые всеми участниками данной деятельности и транслируемые следующим поколениям занятых ею субъектов»<sup>6</sup>.

Необходимой частью первого, «цивилизованного» аттрактора является орган, обеспечивающий каналы взаимодействия, например, Ассоциация торговцев вещевых рынков, соответственно для региона Кавказских Минеральных Вод – Ассоциация торговцев вещевых рынков КМВ. Именно через этот орган власти будут иметь надежную информацию складывающе-

---

<sup>6</sup> Косалс Л.Я., Рывкина Р.В. Становление институтов теневой экономики в постсоветской России // Социологические исследования. 2002. №4. С.13.

гося положения дел, позволяющую им предпринимать действия по разрешению и учреждению кризисных ситуаций в системе вещевых рынков.

Новейшая история российского предпринимательства отмечена созданием сотен различных предпринимательских объединений. В 1990-х годах такие объединения создавались по отраслевому, региональному, политическому, гендерному и иным признакам. Однако эти первые ассоциации были недостаточны эффективны и служили в основном удовлетворению политических амбиций их организаторов. В 2000-х годах возникло новое поколение деловых ассоциаций, которое можно подразделить на две группы: инициированные политической властью (ОПОРА, представляющая интересы малого бизнеса; Деловая Россия, представляющая средний бизнес; РСПП, действующий от имени крупного бизнеса); порожденные инициативой «снизу», например, РАТЭК – ассоциация торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники; АКОРТ – ассоциация компаний розничной торговли, и другие. Главной целью создания этих ассоциаций стало решение коммерческих задач их членов политическими средствами.

С апреля 2004 года начала функционировать Пятигорская Торгово-промышленная палата, учредителями которой выступили 24 предприятия региона КМВ. В настоящее время Пятигорская ТПП объединяет 35 предприятий и представителей КМВ. С самого начала своего создания ПТПП охватывает широкий спектр деятельности: способствует экономической безопасности предпринимательства, развитию малого предпринимательства, обеспечивает защиту интересов предпринимателей в созданном при ПТПП Третейском суде, осуществляет сертификацию товаров и услуг, проводит оценку и экспертизу прав и объектов собственности, оказывает консультационные услуги по многим видам деятельности, осуществляет помощь в разработке бизнес-планов и инвестиционных проектов и т.д. Однако ПТПП проблемы развития вещевых рынков не поднимает.

Во втором параграфе третьей главы диссертации исследуется *"Влияние системы социальной регуляции на социоструктурное становление субъектов вещевой торговли"*. Обыденное представление о рынке как полностью свободной «стихии», поддерживаемое отчасти наиболее крайними течениями либерального направления, не имеет ничего общего с действительностью. Хотя абстрактная модель самоорганизации равенства спроса и предложения имеет важное теоретическое значение, реальные рынки являются объектами активного воздействия со стороны общества и государства.

В России на протяжении всей ее истории государство играло определяющую роль в социально-экономическом развитии. В. Радаев выделяет пять стратегий деловых ассоциаций, успешная реализация которых требует целенаправленной государственной поддержки; 1) общественного объединения; 2) лоббистской структуры; 3) экспертной структуры; 4) договорной площадки; 5) делового клуба.<sup>7</sup> Все эти функции весьма актуальны для деятельности предлагаемой Ассоциации торговцев вещевых рынков. Деятельность ассоциации как общественного объединения позволит консолидировать силы субъектов вещевых рынков, позволит им осмыслить себя как социальную группу, заявить о себе на местном, региональном и федеральном уровнях. Успешное лоббирование необходимо для принятия законодательных актов, благоприятных для субъектов вещевых рынков. Квалифицированная экспертиза позволит разработать и реализовать бизнес-проекты, наиболее адекватные сложившейся в регионе социально-экономической ситуации. В частности, весьма перспективно проанализировать различные варианты развития рекреационного обслуживания с возможностью вложения накопленных в процессе торговли капиталов в этот вид деятельности. Функция договорной площадки обеспечивает вытеснение бандитских «разборок» и патриархальных переговоров старейшин этнических кланов более цивилизованными формами контрактных отношений. Важную социальную роль играет функция ассоциации как делового клуба, повышающая престиж, статус, социальное самоощущение членов ассоциации: особенно это важно для людей с высоким образовательным цензом, в прошлом занимавшим более значимые социальные позиции.

Как с точки зрения «социологии быстрого реагирования», так и с позиций синергетической теории можно заключить, что целенаправленное государственное воздействие, и только оно позволит направить процесс самоорганизации малого торгового бизнеса в направлении общественно желательного аттрактора, соответствующего цивилизованным рыночным институтам. При отсутствии такого воздействия более вероятным является движение по траектории, соответствующей институционализации теневых экономических отношений.

**Заключение** к работе суммирует ее результаты и намечает перспективы дальнейших исследований.

**Список опубликованных работ по теме диссертации:**

---

<sup>7</sup> См.: Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ-ВШЭ. 2003.

1. Мартынович Г.И. Социологические черты вещевых рынков// Научные труды. Вып. 17. – Ставрополь: Сев.-Кав.ГТУ, 2002. – 0,3 п.л.
2. Ильин А.Г., Мартынович Г.И., Миносян Л.А. Торговая сфера как сложная нелинейная система// Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2005. - № 2. – 0,4 п.л.
3. Мартынович Г.И. Социальный портрет агентов вещевых рынков. – Ростов н/Д.: изд-во «Логос», 2005. – 28 с. (1,75 п.л.).
4. Мартынович Г.И. Субъекты торговли на вещевых рынках. – Ростов н/Д.: изд-во «Логос», 2005. – 24 с. (1,5 п.л.).

---

Отпечатано: ЗАО «Полиграфист», 346500,  
г. Шахты, Ростовской обл., пер. Красный шахтер, 68.  
Сдано в набор 16.01.2006 г. Подписано в печать 16.01.2006 г.  
Формат 60x84. Заказ № 29. Объем 1,5 п.л. Тираж 100 экз.

2006A  

---

2472

# - 2472