

## НОВЫЕ ПЕРЕВОДЫ

Р. Дор

# Добрая воля и дух рыночного капитализма



**ДОР Рональд Филип** (Dore, Ronald Philip) — профессор, старший научный сотрудник Центра экономической эффективности (Centre for Economic Performance) Лондонской школы экономики (Лондон, Великобритания).

Email: [rdore@alinet.it](mailto:rdore@alinet.it)

Источник: Dore R. 1983. Goodwill and the Spirit of Market Capitalism. *British Journal of Sociology*. 34 (4); 459–482.

Публикуется с разрешения журнала «British Journal of Sociology».

Перевод с англ. А. В. Шевчука.

Науч. ред. — В. В. Радаев, Г. Б. Юдин.

*В данной работе речь идёт о возможности построения капиталистического хозяйства на основе доброй воли. Автор показывает, что роль эгоистических мотивов в хозяйственной жизни обычно преувеличивается экономистами. В действительности взаимные долгосрочные обязательства, готовность опереться на добрую волю и отношенческая контрактация могут быть даже более успешным путём к эффективному управлению экономикой и улучшению качества жизни. Основным эмпирическим материалом выступают наблюдения автора за особенностями институциональной организации хозяйственной жизни в Японии. Практики отношенческой контрактации, основанной на доброй воле, существуют и в других странах и могут служить источником важных преимуществ в организации хозяйственной деятельности.*

**Ключевые слова:** добрая воля; благожелательность; отношенческая контрактация; контрактация, основанная на обязательствах; экономика Японии; рынки промежуточной продукции; X-эффективность.

## Лекция памяти Хобхауса<sup>1</sup>

Почему в японской текстильной промышленности господство крупных фабрик сменилось системой производства, объединяющей специализированные семейные фирмы? Одна из причин состоит в том, что в японском бизнесе доминирует «отношенческая контрактация, основанная на взаимных обязательствах» (*obligated relational contracting*). В отличие от высоконкурентных потребительских рынков торговля промежуточными продуктами в Японии в основном осуществляется в рамках долгосрочных деловых отношений, где добровольные взаимные уступки призваны обуздать личный интерес.

*Непривычное* доминирование подобных отношений в Японии объясняется культурными факторами, однако в действительности и в западных экономиках такого рода отношения встречаются чаще, чем это допускается в учебниках. В самом деле, наблюдающийся в последнее время (особенно на рынках труда) рост отношенческой контрактации лежит в основе той «ригидности», которая, по общему мнению, ответственна за нынешнюю стагфляцию. Япония демонстрирует, что ликвидация этой ригидности и возвращение рынкам их первоначальной силы — это не единственное лекарство от стагфляции. Именно благодаря, а не вопреки отношенческой контрактации японская экономика более

<sup>1</sup> Хобхаус Леонард Трелоуни (Hobhouse Leonard Trelawny; 1864–1929) — британский социолог, идеолог социального либерализма. — *Примеч. перев.*

чем компенсирует потерю в аллокативной эффективности<sup>2</sup> повышением других форм эффективности. Нам тоже стоит уделить этим формам эффективности больше внимания.

Одно из излюбленных экономистами мест у Адама Смита (A. Smith) — пассаж из «Богатства народов», в котором он формулирует одну из своих главных исходных посылок: «Не от благожелательности мясника, пивовара или булочника ожидаем мы получить свой обед, а от соблюдения ими своих собственных интересов. Мы обращаемся не к гуманности, а к их эгоизму, и никогда не говорим им о наших нуждах, а лишь об их выгодах» [Smith 1910: 13; Смит 2007: 77].

Я хочу поставить под сомнение такое жёсткое противопоставление благожелательности (*benevolence*) и личного интереса. Пожалуй, читатель должен быть предупреждён о некоторой возможной предвзятости. В молодые годы я увлекался работами японских конфуцианцев XVIII–XIX вв., благодаря чему уверовал в достоинства благожелательности и даже порой злосью, когда кто-нибудь слишком пренебрежительно о ней отзывается. В любом случае, по поводу благожелательности, или доброй воли, я хотел бы заявить, что вокруг нас её гораздо больше, чем мы порой предполагаем. Более того, признание этого факта могло бы помочь в решении извечной проблемы совмещения эффективного управления экономикой и построения достойного общества. Стремление решить именно эту задачу всю жизнь вдохновляло Хобхауса, и, как показал М. Гинзберг в 1950-е годы в своём предисловии к книге Хобхауса «Мораль в процессе эволюции», даже тяготы старости и появление фашизма в 1920-е годы не разрушили оптимизма учёного в данном вопросе<sup>3</sup>.

В названии этого выступления говорится о доброй воле (*goodwill*), а не о благожелательности, потому что благожелательность в моей конфуцианской книге (в отличие, полагаю, от Адама Смита) — это нечто, проявляющееся в отношениях между неравными сторонами, от вышестоящего к нижестоящему; взаимность последнего в этом случае обычно называется лояльностью. Понятие доброй воли в статусном отношении более нейтрально и точнее отражает «принцип взаимности» Хобхауса. И я имею в виду именно этот, более широкий смысл. Формально предмет моего выступления можно определить следующим образом: атмосфера дружественности и ощущение всепроникающих личных обязательств, которые укрепляются между индивидами, вовлечёнными в экономический обмен с повторяющимися сделками. (Под «экономическим» я понимаю только то, что вовлечённые в такой обмен товары и услуги обычно оцениваются на рынке.)

Конечно, для делового мира «добрая воля» является специальным термином<sup>4</sup>. В мире мелкой собственности (знакомом большинству из нас), если вы продаете магазинчик на углу, то устанавливаете цену на помещения, товарные запасы и репутацию. Давным-давно, во времена А. Маршалла (A. Marshall), когда экономисты черпали свои понятия из повседневной жизни, а не пытались вывести эту жизнь из своих понятий, добрая воля означала то же самое и для них. Экономический словарь Полгрейва 1923 г. определяет добрую волю следующим образом: «Ожидание продолжительного личного доверия или привычки возвращаться на то же место, либо в то же самое помещение, либо в известный торговый дом или фирму, со стороны клиентуры или группы потребителей к выгоде правопреемника данного бизнеса» [Palgrave 1923–1926].

<sup>2</sup> Аллокативная эффективность (*allocative efficiency*, от *англ.* allocate — распределять, размещать) — эффективность в распределении ресурсов. — *Примеч. перев.*

<sup>3</sup> См.: [Ginsberg 1951]. — *Примеч. науч. ред.*

<sup>4</sup> В качестве специального финансово-бухгалтерского термина *goodwill* обычно переводится на русский язык как «деловая репутация», или же используется транслитерация с английского — гудвил. — *Примеч. перев.*

Следующий экономический словарь, который я отыскал, словарь McGraw-Hill<sup>5</sup>, вышел ровно полстолетия спустя и содержит совершенно иное определение доброй воли: «Бухгалтерский термин, используемый для объяснения разницы между той ценой, за которую одна компания покупает другую, и тем, что она получает в виде материальных активов» [Greenwald 1973].

К чести П. Самуэльсона, его учебник — один из немногих, в алфавитном указателе которого можно отыскать термин «добрая воля». Самуэльсон иллюстрирует это понятие на примере покупки Дж. П. Морганом (J. P. Morgan) сталелитейной компании Carnegie, объясняя, что Морган заплатил приличную надбавку сверх рыночной стоимости основных средств главным образом потому, что благодаря этому он стал существенно ближе к положению монополиста [Samuelson 1980: 121–122]. Другими словами, понятие доброй воли было расширено и стало включать не только те выгоды, которые покупатель бизнеса получает от имеющегося расположения и привычек потребителей, но и те, что возникают из появляющейся возможности диктовать цены и в результате шантажировать потребителей. Чтобы быть справедливым по отношению к экономистам, которые стали использовать термин подобным образом, и несколько смягчить мои прежние насмешки, можно сказать, что стандартное определение термина изменилось вслед за самой жизнью. Мир, в котором нормой были термины, подходящие малому бизнесу, управляемому своим владельцем, уступил дорогу миру крупных корпораций с их бухгалтерскими терминами. Конечно, если бы кто-то захотел сочинить пророческое разоблачение современного капитализма в стиле К. Маркса (K. Marx), он едва ли нашёл бы лучшую иллюстрацию, чем упадок понятия доброй воли, этого примордиального воплощения базовых социальных уз, которое проделало путь до обозначения самых неприглядных антисоциальных форм погони за прибылью.

## Дезагрегирование фабричного производства

К размышлениям о значении доброй воли для хозяйственной жизни меня подтолкнул мой недавний опыт исследования организации текстильной промышленности, а точнее ткацкого производства, в Британии и Японии. Одним из мест, которое я посетил в ходе исследования, был небольшой город Нишиваки на западе Японии. Практически вся промышленность города связана с производством крашеной хлопчатобумажной ткани, главным образом — для экспорта в Гонконг, где её превращают в предметы одежды для американцев, танцующих square dance на Среднем Западе<sup>6</sup>. Корни ручного ткачества в Нишиваки уходят в глубь столетий. Механические ткацкие станки появились здесь в конце XIX столетия и, как и в других местах, принесли с собой фабричную систему. Хотя небольшие предприятия сумели выжить, 25 лет назад основную массу продукции вырабатывали крупные фабрики, многие из которых были частью вертикально интегрированных фирм, имеющих собственные прядильное и отделочное производства, а также подразделение для импорта хлопка.

Однако к 1980 г. картина изменилась. Крупные фабрики закрылись, а интегрированные фирмы отказались от полного производственного цикла и вернулись к прядению. Многие из них всё ещё производили окрашенные и отделанные предметы одежды под собственной маркой, самостоятельно или совместно с торговыми компаниями, но делали это посредством координации деятельности большого количества семейных предприятий. Ключевым семейным бизнесом были предприятия посредников-

<sup>5</sup> The McGraw-Hill Companies, Inc. — американская издательская компания, одна из наиболее авторитетных среди издателей словарей. — *Примеч. ред.*

<sup>6</sup> Народный танец в США, напоминающий кадрили; см: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Сквэр\\_данс](http://ru.wikipedia.org/wiki/Сквэр_данс) — *Примеч. перев.*

конвертеров<sup>7</sup>, которые заключали с компаниями–производителями пряжи контракт на изготовление из неё определённого типа одежды по установленной цене. Посредник-конвертер отправлял пряжу на следующее малое семейное предприятие, специализирующееся на её крашении. Ещё одна фирма наматывала определённым образом пряжу на ткацкий навой и обеспечивала шлихтование тканевой основы. Затем её доставляли к ткачу, который мог самостоятельно подготовить уточную нить и осуществить пробирание основы или же доверить это своим партнёрам из другого семейного бизнеса. И так далее, вплоть до аппретурщиков, которые отбеливают ткань, придают ей текстуру или делают набивку<sup>8</sup>.

Каковы причины такой фрагментации производства? Какие изменения в японском обществе и японском хозяйстве ответственны за то, что с точки зрения традиционных представлений о направлении развития современных экономик выглядит как регресс — за замену производства, координируемого внутри вертикально интегрированных фирм, системой с координацией между большим числом раздробленных малых фирм (используя терминологию О. Уильямсона, замену координации через иерархию на координацию через рынок) [Williamson 1981]?

Я полагаю, что существует четыре долговременные тенденции, которые могли бы помочь в объяснении этих изменений.

1. Рост заработной платы и сокращение рабочей недели наёмного персонала в фирмах с присутствием профсоюзов. В малых фирмах зарплаты обычно меньше — особенно в Японии, где жёстко закрепились привилегированная позиция элиты, состоящей из крупных предприятий, и разрыв в уровне заработных плат между малыми и крупными фирмами очень велик. Но это ещё не всё. Зачастую семейные фирмы сами стремятся работать гораздо больше, чем 40 часов в неделю; при этом *совокупный* доход может быть как больше, так и меньше того, что получают работники на зарплате, но *средняя* отдача на час работы (а следовательно, и издержки на зарплату на каждый метр продукции) у них ниже уровня зарплаты наёмного рабочего. Можно сказать, семейные фирмы сегодня готовы эксплуатировать себя сильнее, чем позволяют это делать профсоюзы и законодательство по отношению к наёмным рабочим. Такого не было раньше, когда *наёмные рабочие* также трудились на пределе человеческих возможностей, по 70 часов в неделю, за

<sup>7</sup> Посредник-конвертер (*англ.* merchant-converter) — функция в цикле ткацкого производства, предполагающая доведение суровой ткани до готового вида и продажу получившегося продукта ритейлеру или конечному потребителю. В русском языке этому элементу цикла соответствует термин «отделка» — крашение, набивка рисунка и др. В ситуации отсутствия вертикальной интеграции текстильного производства в целом, которую описывает Р. Дор, предприниматель, занятый отделкой, берёт на себя функцию торгового посредника и может раздавать на субподряды заказы на отделку, а также на реализацию других производственных функций, предшествующих отделке. Он вынужден владеть целым рядом компетенций, не относящихся непосредственно к технологии ткачества (управление запасами, поиск субподрядчиков, налаживание дистрибьюторской сети, кредитование дистрибьюторов и конечных потребителей и т. д.). Следовательно, в условиях горизонтальной организации технологической цепочки посредник-конвертер играет ключевую координирующую роль в устроенной таким образом отрасли; см. также: Vidyasagar P. 2000. *Encyclopaedia of Textiles: Textile Management*. New Delhi: Mittal Publications; 50–52. Для отечественной текстильной промышленности такой способ координации вплоть до недавнего времени не был характерен, вследствие чего точного эквивалента данному английскому термину в русском языке, по-видимому, нет. — *Примеч. науч. ред.*

<sup>8</sup> Ткань на ткацком станке образуется в результате последовательного переплетения двух систем нитей — основы (нитей, идущих вдоль ткани, намотанных на специальный вал — ткацкий навой) и утка (нитей, расположенных перпендикулярно). Шлихтование — нанесение на нити основы тонкого слоя клеящего состава (шлихты) для увеличения сопротивления нитей истиранию и многократному растяжению в процессе ткачества. Пробирание основы — операция по подготовке нитей основы к ткачеству; нити последовательно пробираются (продеваются) в рабочие органы ткацкого станка. Аппретирование — финальная обработка ткани специальным крахмальным или химическим раствором (аппретом), в результате которой ткань приобретает повышенную износоустойчивость, безусадочность, несминаемость, водоотталкиваемость, а также становится равномерной по ширине; см.: Большая советская энциклопедия. <http://bse.sci-lib.com> — *Примеч. перев.*



зарплату, обеспечивавшую им прожиточный минимум. Когда это стало невозможным, очевидное преимущество, которым обладала фабричная система, было утрачено.

2. Долговременные тенденции, в соответствии с которыми налоги становятся всё выше, вызывая возрастающее неприятие. Это предоставляет семейным предприятиям заманчивые преимущества, связанные с возможностями уклонения и ухода от налогов (*vide* рост второй, «теневой» или квазитеневой экономики во многих других странах).
3. Технический фактор: некоторые новые технологии могут быть использованы только фирмами достаточно большого масштаба (*the capital lumpiness of some of new technologies*). К примеру, в рамках отдельной фирмы дорогое, громоздкое и быстрое шлихтовальное оборудование едва ли будет загружено настолько, чтобы его использование стало прибыльным. Межфирменная специализация позволяет наилучшим образом реализовать экономию от масштаба.
4. Возросший уровень грамотности (в том числе математической) привёл к гораздо более широкому распространению необходимых для ведения малого бизнеса бухгалтерских и управленческих навыков, способности предусмотрительно рассчитать рентабельность инвестиций и т. п.

Все эти факторы характерны не только для Японии и могут с равным успехом объяснить, почему шерстяная промышленность в Прато<sup>9</sup> в последние годы также подверглась фрагментации. Но существует и ещё один, чисто японский фактор. Причина того, почему на Западе преобладает обратная тенденция (от координации через рынки к координации через иерархию в вертикально интегрированной фирме), кроется, как неустанно повторяет нам Оливер Уильямсон, в транзакционных издержках. Они возникают из-за несовершенства рынков с малым количеством покупателей и продавцов, на которых транзакции затрудняются тем, что на жаргоне называется «спрессованная информация» (*impacted information*). Эти особенности рынков настолько увеличивают переговорную силу каждой стороны, что если взаимная независимость не создаёт какой-то значимой экономии от масштаба, одна из них (обычно более сильная) поглощает другую, чтобы покончить с её «оппортунизмом» (быстро реагируя не только на ценовые сигналы, что всегда желательно, но и на информацию об уязвимых местах другой стороны).

## Отношенческая контрактация

Перед нами ещё одно из тех универсальных обобщений по поводу капиталистических экономик, которые в случае с Японией заводят в тупик. Транзакционные издержки крупных японских фирм значительно ниже, чем в других странах. «Оппортунизм» представляет для Японии меньшую опасность из-за открытого поощрения и преобладания на практике того, что можно назвать моральными (*moralized*) деловыми отношениями, основанными на взаимной доброй воле.

Ключевую роль здесь играет стабильность отношений. Обе стороны признают своё обязательство поддерживать их. Если аппретурщик произведёт техническое переоснащение процесса крашения и снизит таким образом издержки, это даст ему возможность предоставить контрагенту ценовую скидку, но вовсе не означает, что он автоматически получит все контракты. Он может получить заказы от одного-двух конвертеров, если у них имеются какие-либо *иные* причины, чтобы быть неудовлетворенными своими аппретурщиками. Но обычно в таких случаях посредник-конвертер идёт к своему аппретурщику и говорит: «Смотри, как *X* снизил свою цену. Мы надеемся, что ты сможешь сделать то же самое, потому что если разница в цене будет сохраняться месяцами, нам придётся задуматься. Если тебе

<sup>9</sup> Прато (*Prato*) — столица итальянской провинции Прато в регионе Тоскана, текстильная столица Италии. — *Примеч. перев.*

понадобится взять в банке кредит для внедрения нового типа чанов, мы готовы помочь, выступив гарантом по займу».

В терминах школы Уильямсона это скорее не разовая контрактация (*spot contracting*)<sup>10</sup>, а отношенческая контрактация (*relational contracting*), или (если использовать более поздний термин) «контрактация, основанная на обязательствах» (*obligational contracting*) [Williamson 1979; Goldberg 1981]. Скорее брачные узы, чем встреча на одну ночь, как сказал Роберт Солоу о современных отношениях занятости [Solow 1980]. Однако правила приличия не везде одинаковы. Как правило, на нижних этажах царит моногамия. Ткач, имеющий две дюжины автоматических прядильных станков, которые стоят под навесом на заднем дворе, обычно выполняет работу только для одного конвертера. Поэтому не будет и споров относительно приоритетного права на плоды его труда — никакого конфликта в связи с выражением лояльности к разным покупателям. Специалисты, быстро обеспечивающие большую выработку, такие как сновальщики, встречаются реже, более привлекательны и пользуются большим спросом, и потому могут позволить себе «любовь» втроём или вчетвером<sup>11</sup>. У конвертеров, которые в местной иерархии находятся на вершине, сложились необычные соглашения вроде сожителства с несколькими мужчинами. В Японской ассоциации прядильщиков доминируют фирмы так называемой Большой девятки. Ни одна из них не допустит, чтобы кто-то из её конвертеров закупал пряжу у другого представителя Девятки. Однако одним уровнем ниже Большой девятки располагаются так называемые Новые прядильщики, а под ними — начавшие деятельность в послевоенное время Новые новые прядильщики. Представитель Большой девятки терпимо относится к тому, что его конвертеры будут иметь отношения с новыми прядильщиками, однако новый прядильщик, разумеется, не потерпит параллельных отношений конвертера с себе подобным. Таким образом, конвертер должен выбрать себе одного первого, одного второго и одного третьего «мужа».

Как это принято практически во всех брачных системах, здесь случаются и разводы. Именно поэтому я заметил ранее, что аппретурщик с преимуществом в издержках всё же может привлечь других конвертеров, если они по каким-либо иным причинам недовольны своими аппретурщиками. Используя аналогию с разводом, я имею в виду скорее традиционный развод в обществах, уважающих обязательства, а не развод в современной Калифорнии, где достаточно сказать: «Извини, но я люблю другого. Давай останемся друзьями». Это означает, что, как правило, разрыв сопровождается взаимными упреками и оставляет чувство горечи, поскольку обычно он должен быть обоснован через обвинение партнёра в отсутствии доброй воли или, как говорят японцы, в «недостаточной искренности». Ссылки на внешние обстоятельства, которые не позволяют снизить цену, в качестве оправдания не принимаются.

Из того, что я сказал, может показаться, что эти отношения напоминают систему родства в гималайской деревне, но, разумеется, конкретные правила, которые определяют, кто именно и с кем может вступать в торговые отношения, возникли совсем недавно. Что является глубоко традиционным, так это, во-первых, базовый подход к деловым отношениям как к партикулярным личностным отношениям; во-вторых, ценности и чувства, которые поддерживают возникшие обязательства; и в-третьих, такие вещи, как обмен подарками в середине лета и в конце года, символизирующий признание этих обязательств.

«Но как тогда вообще можно чётко определить цены и количество заказанного товара?» — захочет знать экономист. По-видимому, ответ на этот вопрос заключается в том, что однажды установленные

<sup>10</sup> Разовые, или спотовые, контракты заключаются на спотовых рынках (*spot-markets*) — рынках товарно-сырьевой продукции, где товары продаются за наличный расчёт и доставляются без промедления (в течение нескольких дней). — *Примеч. перев.*

<sup>11</sup> Снование — навивка нитей основы с одноплощадных паковок (бобин или катушек) на многоплощадную паковку (сновальный валик или барабан), начальная стадия формирования ткацкого новая; см.: Большая советская энциклопедия. <http://bse.sci-lib.com/article103674.html> — *Примеч. перев.*

цены могут пересматриваться по инициативе любой из сторон в случае изменения либо издержек, затрагивающих любого из партнёров, либо условий конкурентной среды на конечных рынках ткани, где продаётся данный бренд. Также в качестве ориентиров выступают цены на смежных спотовых рынках хлопковой пряжи и суровой ткани<sup>12</sup>, которые приводятся в ежедневной отраслевой прессе. Дело усложняется наличием коллективных переговоров. Ткачи и конвертеры в Нишиваки имеют собственный совместный профсоюз, что позволяет им согласовывать между собой ориентировочные цены. Иначе обстоит дело в некоторых других текстильных областях, где ассоциация ткачей устанавливает минимальную цену контракта и её члены не должны опускаться ниже этой цены (впрочем, присутствует общий скептицизм относительно эффективности таких договоренностей).

## Отношенческая контрактация между неравными сторонами

Существуют три основных принципа, на которых базируются переговоры о ценах и количестве. Во-первых, и убытки в плохие времена, и доходы в хорошие должны делиться между участниками. Во-вторых, признание иерархической природы взаимоотношений — того факта, что ткачи более зависимы от конвертеров, чем конвертеры от ткачей, — означает, что равномерное (*fair*) распределение убытков от падения рынка приведёт к тому, что более слабые ткачи пострадают больше, чем конвертеры, и их ожидает более серьёзное сокращение прибыли. Однако, в-третьих, более сильный конвертер должен избегать использования своего превосходства во время рецессии и не злоупотреблять конкуренцией между ткачами-субподрядчиками — не урезать их заказы до минимума, чтобы не довести их до последней грани и не допустить банкротства.

Впрочем, при интерпретации этих принципов возникает неоднозначность. Благожелательность слишком уж легко превращается в эксплуатацию, когда возможность «развода», то есть разрыва отношений, для одной стороны связана с меньшими издержками, чем для другой. Существует даже официально финансируемая Ассоциация поддержки модернизации деловых отношений в текстильной промышленности Японии, которая побуждает использовать письменные, а не устные контракты, и стремится усилить моральные ограничения на то, что она называет злоупотреблением рыночной властью, а наши экономические учебники наверняка назвали бы правомерным использованием всей её полноты. Что касается сути подобных злоупотреблений, то проведённые ассоциацией исследования показывают, что поставщики, полагающиеся на устные договорённости, с большей вероятностью столкнутся с возвратом товара из-за неудовлетворительного качества, чем те, кто имеют грамотно составленный письменный контракт [Association for the Promotion... 1980]. Ткачи с иронией замечают, что возвраты странным образом учащаются, когда цены падают (и возвращаемый лот, поставленный по более высокой цене, может быть заменён на новый, более дешёвый).

Работа Ассоциации является интересной иллюстрацией формальной институционализации этики отношенческой контрактации. Ассоциация делает для этого то же, что сделала послевоенная трудовая реформа для превращения системы занятости в крупных фирмах из манипулятивного патернализма во что-то не столь эксплуататорское, что лучше всего назвать корпоратизмом благосостояния [Doge 1973: 269 ff.]. Этика в достаточной степени институционализирована и накладывает достаточные ограничения на весьма большое число фирм и семей в текстильной промышленности Нишиваки, чтобы можно было говорить о стабильности и жизнеспособности вышеописанной модели торговли.

Такая модель воспроизводится во многих других областях японской экономики — например, между автомобильной компанией Toyota и её субподрядчиками. В этих отношениях обязательства также не являются равнозначными; чтобы сохранить свои заказы, субподрядчики должны проявить больше

<sup>12</sup> Суровая ткань, или суровьё — неотделанная, необработанная ткань или пряжа. — *Примеч. перев.*

доброй воли и «искренности», чем материнская компания, для того чтобы сохранить свои поставки. Но обременённость обязательствами опять же не является полностью односторонней и, к примеру, ограничивает для материнской компании возможность прекращения отношений с субподрядчиками в кризисные времена с целью сохранения занятости на собственных фабриках.

Японский экономист Х. Окумура, автор наиболее интересных работ об этих взаимоотношениях, сделал мне замечание за то, что я говорю об «обременённости обязательствами» таких фирм, как Toyota, как будто корпорация является человеческой личностью или ведёт себя, как живой человек [Okumura 1982a; Okumura 1982b]. И всё же я полагаю, что «обременённость обязательствами» — удачный термин. Эти механизмы даже легче понять интуитивно, чем обстоятельно разложив по полочкам. Прежде всего, существуют *реальные* персональные отношения между менеджером по закупкам Toyota и менеджером или собственником-менеджером фирмы-субподрядчика. Менеджеры, конечно, часто меняются, а в фирмах с бюрократической структурой карьерных лестниц подобных Toyota это происходит особенно быстро. Однако преданность менеджеров фирме проявляется, в частности, в том, что они идентифицируют себя со своей компанией или подразделением. Если вокруг будут говорить, что Toyota (или конкретно её закупочный департамент) ненадёжно ведёт себя с субподрядчиками, ответственный менеджер почувствует, что подвёл фирму. Если бухгалтеры в планово-экономическом отделе (*costing department*) будут требовать проведения жёсткой линии во взаимоотношениях с субподрядчиками, менеджер может сказать, что они недальновидны или даже не лояльны фирме, поскольку недооценивают важность её репутации. Мне это представляется весьма наглядным примером того механизма, благодаря которому модель обязательств между индивидами — менеджерами-собственниками из числа конвертеров и ткачей в Нишиваки — проецируется на отношения между корпорациями.

Мы обсудили два случая деловых отношений, построенных на обязательствах, которые имеют ярко выраженную иерархическую природу. Если есть какие-либо сомнения относительно того, кто на ком ездит в этой неформальной иерархии, можно взглянуть на практику преподнесения подарков в середине лета и конце года. Подарки иногда меняются в зависимости от того, какие именно уступки стороны стремились получить или получили в предыдущие шесть месяцев, а также рассчитывают получить в следующие шесть. И всё же обычно подарок ткача конвертеру будет стоить дороже, чем подарок конвертера (за исключением тех случаев, когда кто-нибудь из них просчитается с темпами инфляции подарков в момент перехода от «виски “Black Label” против виски “Suntory Old”» к «бренди “Napoleon” против виски “Dimple Haig”»).

### **Отношенческая контрактация между равными сторонами**

Контрактация, основанная на обязательствах, присуща не только иерархическим отношениям и встречается также между фирмами сравнительно равной силы. В Японии интенсивная конкуренция между фирмами существует только на рынках, которые являются, во-первых, потребительскими и, во-вторых, растущими. На потребительских рынках, не являющихся растущими, быстро происходит картелизация; впрочем, это совсем другая история, которая выходит за рамки нашей темы. Нас же интересуют рынки промежуточной продукции, или полуфабрикатов, и во многих случаях лишь с натяжкой можно сказать, что такие рынки вообще существуют. Рассмотрим, к примеру, сталь и одно из её основных назначений — автомобильную промышленность. Семь автомобильных фирм покупают сталь через торговые компании, каждая — у двух-трёх основных сталелитейных компаний в соотношениях, которые из года в год практически не меняются. Цены на этих рынках устанавливаются годовым контрактом между лидерами — Toyota с одной стороны и New Japan Steel — с другой.

Концентрация таких отношений является главной характеристикой знаменитых бизнес-групп, состоящих из крупных предприятий; в Японии они известны как *gūri*, а за её пределами — как



зайбацу или кейрецу. Существует шесть основных групп, из которых больше всего известны две — *Mitsui* и *Mitsubishi*. Эти группы сильно отличаются от иерархической концентрации аффилированных и дочерних компаний вокруг некоторых фирм-гигантов вроде *Hitachi*, *Matsushita* или МНН<sup>13</sup>. Группа *Mitsubishi*, к примеру, не имеет ярко выраженной иерархической структуры. В ней есть ядро из 28 фирм, и между ними существует определённая доля взаимного владения собственностью — в среднем 26% совокупных активов распределено внутри группы долями по 3–4%. Имеется также совсем небольшая доля переплетённых директоратов — 3% всех директорских мест. Для большинства фирм банк группы выступает головным банком и последним прибежищем, но при этом он предоставляет членам группы меньше 20% всех заёмных ресурсов. Единственным формальным признаком, позволяющим определить принадлежность к группе, является обед в последнюю пятницу месяца, когда президенты всех компаний группы собираются вместе. Там они зачастую слушают лекции (скажем, о перспективах рынка нефти в 1990-е годы), обсуждают дела (вроде пожертвований политическим партиям), иногда узнают, как продвигается новый совместный проект фирм группы или операция по спасению столкнувшегося с проблемами предприятия группы, и выражают поддержку таким начинаниям [Okumura 1982c; Okumura 1983].

Но в первую очередь *raison d'être*<sup>14</sup> этих групп составляют сети преференциальных, стабильных, *двусторонних* деловых отношений, основанных на обязательствах — сети отношенческой контрактации. Это не конгломераты, поскольку отсутствует центральный орган управления или холдинговая компания. Это не картели, поскольку все фирмы принадлежат к разным сферам бизнеса. В каждой группе есть свой банк и своя торговая компания, своя сталелитейная, автомобильная, химическая, кораблестроительная и машиностроительная и другие фирмы. Причём, за редким исключением, не более одного предприятия в каждой сфере. (Принцип «одного набора», как говорят японцы.) В результате внутри группы идет оживлённая торговля промежуточными товарами. Развивая проведённую выше аналогию, можно сказать, что это напоминает расширенную семью, где дела стараются по возможности вести в рамках семейного круга, а стремление к соперничеству за рыночные преимущества несколько смягчается действием принципа взаимопомощи (например, готовностью некоторое время платить сверх рыночной цены, чтобы помочь деловому партнёру, испытывающему серьёзные трудности).

### Преобладание отношенческой контрактации: культурные источники?

В самом начале я поставил вопрос о том, почему прядильные фирмы, производящие брендованную ткань, для координации производства предпочли использовать не иерархию как полную вертикальную интеграцию, в понимании Уильямсона, и не рынок в обычном понимании как постоянное стремление к наиболее выгодной сделке, а именно отношенческую контрактацию. Как я сказал, это произошло, потому что в Японии на этот механизм легче *положиться*, чем в большинстве других стран. О том, до какой степени на него в действительности полагаются, говорит один поразительный статистический показатель. Объём оптовой торговли в Японии не менее чем в четыре раза превышает объём розничных сделок. Для Франции аналогичное соотношение составляет 1,2 раза; для Британии, Западной Германии и США — 1,6–1,9 раза [Okumura 1982b].

Как же объяснить разницу между Японией и другими капиталистическими экономиками? Пытаясь теоретически истолковать эти отношения, основанные на обязательствах, Уильямсон описал условия, в которых они должны возникать: когда уровень идиосинкразии, или специфичности торгуемых товаров (то есть ситуация, когда эффект экономии от масштаба может быть легко присвоен продавцом

<sup>13</sup> МНН (*Mitsubishi Heavy Industries, Ltd.*) является частью кейрецу *Mitsubishi*. Дор, вероятно, подчёркивает разницу между фирмами, аффилированными с МНН, и кейрецу, куда сама МНН входит. — *Примеч. перев.*

<sup>14</sup> Смысл существования (*фр.*) — *Примеч. науч. ред.*

или покупателем), а также уровень инвестиций в оборудование или специфические знания, имеющие ценность только в рамках взаимодействия с данным контрагентом, не достигают значений, при которых становится оправданной вертикальная интеграция, однако приближаются к ним. Он также утверждает, что в таких отношениях стороны будут склонны изменять не цены, а объёмы торговли, и цены будут искусственно привязаны к объективным внешним индикаторам (Уильямсон, впрочем, мельком допускает «несущественную» и «малоинтересную» возможность того, что «ситуативные ценовые послабления» могут быть предоставлены как акт доброты одной из сторон по отношению к другой) [Williamson 1979].

Возможно, у Уильямсона имеются основания полагать, что в Америке дело обстоит именно так, и то, что он излагает свою теорию в форме универсального обобщения, просто отражает склонность американских экономистов полагать, что весь мир не отличается от Америки. (Точно так же, как британские микроэкономисты считают весь мир Америкой, а макроэкономисты — Британией.) А может быть, у Уильямсона нет данных и относительно Америки, а просто он выводит всё из предположения, что человек — это сугубо практичный максимизатор прибыли в краткосрочном периоде, подозрительно относящийся к любому, с кем имеет дело. В любом случае, позиция Уильямсона не дает нам инструментов для объяснения различий между японской и британской или американской экономиками. Как правило, продажа стали или ткани, связанная с обязательственными отношениями, не предполагает никакой дополнительной специфики, и здесь используется не так много специфических активов (хотя в субподрядах в автомобильной промышленности они имеют место). Также нет очевидного стремления избегать корректировки цен (на самом деле цены на ткацкие контракты выглядят как графики деловых циклов XIX столетия).

Очевидно, нужно искать другое объяснение. Можно пытаться всеми силами избегать терминов вроде «национальный характер» (которые были естественными для Хобхауса) и обращаться к таким претендующим на научность понятиям, как «модальные поведенческие диспозиции» (*modal behavioural dispositions*), но всё же ясно, что мы имеем дело с национальными различиями в ценностных предпочтениях или диспозициях к определённым действиям. И, как *их* ни назови, чтобы попытаться их объяснить, придётся совершить длительное воображаемое путешествие по меньшей мере в далекую историю, даже если будет угодно по идеологическим причинам исключить вопрос генетической предрасположенности — в этом нас убеждает опыт А. Макфарлейна, который попытался раскрыть истоки английского индивидуализма [Macfarlane 1978]. Но вполне законно и полезно спросить: что сопутствует этим диспозициям? С чем они коррелируют? Не являются ли они выражением каких-то более общих черт?

Одно из возможных объяснений состоит в том, что японцы в целом ориентированы на очень долгосрочную перспективу. В настоящий момент, к примеру, Совет по промышленной структуре при Министерстве промышленности Японии уже очерчивает так называемое видение мировой экономики в середине 1990-х. Экономист с облегчением хватается за подобное объяснение, так как оно позволит ему отбросить все вредные мысли о благожелательности и поместить феномен отношенческой контрактации в привычные микроэкономические схемы низких ставок временного дисконтирования<sup>15</sup> и избегания риска. Всякий, кто жертвует кратковременными рыночными преимуществами, просто платит страховую премию за выгоды в долгосрочном периоде.

И экономист найдёт тому хорошие подтверждения. И. Накатани недавно сделал интересные расчёты, сравнив 42 большие фирмы, входящие в одну из крупных семейных групп типа Mitsui или Mitsubishi (которые я упоминал выше), и 42 фирмы-одиночки в тех же отраслях. Одиночки имели больший

<sup>15</sup> Дисконтирование во времени (*time-discounting*) — учёт большей ценности для индивида блага в настоящем по сравнению с будущим, осуществляемый при помощи дисконтирующего множителя. — *Примеч. перев.*

средний уровень прибыли и более высокие темпы роста в 1970-х годах. *Но при этом* они также имели существенно бóльшую дисперсию относительно среднего. Члены бизнес-группы были гораздо более однородными по этим показателям. Накатани сделал вывод, что в бизнес-группах эффективность приносится в жертву интересам распределения рисков и большего равенства [Nakatani 1982a; Nakatani 1982b].

В подобной интерпретации отношенческая контрактация есть не что иное, как обмен краткосрочных потерь от неиспользованных ценовых преимуществ на уверенность в том, что если у тебя однажды возникнут проблемы, твой деловой партнёр окажет тебе аналогичную помощь. Возможно, такой расчёт является вполне естественным для страны, где население до недавнего времени жило в тесных сообществах, в деревушках, на земле, опустошаемой землетрясениями и тайфунами. Согласно заведённому порядку, вы должны помочь своему соседу заново отстроить дом после пожара, даже если пройдёт ещё два или три поколения до того, как сгорит ваш дом и вашему внуку потребуется ответная помощь.

Но вы можете быть *уверены*, что такая помощь *будет* оказана. И здесь мы снова возвращаемся к Адаму Смиту. Хотя на саммитах японские политические лидеры говорят о торжестве свободного предпринимательства в свободном мире, а британское издательство надеется продать в Японии половину тиража новой книги об Адаме Смите, сами японцы так и не прониклись его учением. Им так и не удалось заставить себя *поверить* в невидимую руку. Они всегда настаивали (и в школах, и в своих руководствах о том, «как преуспеть», в которых отражаются их нравы), что и мяснику, и булочнику, и пивовару наряду с заботой о личном интересе следует проявлять благожелательность и ценить удовольствие от того, что они радуют своих гостей, гораздо выше ожидания последующих заказов от них. Речь здесь не идёт о том, что благожелательность — лучшая политика (подобно нашему — более осторожному — «честность — лучшая политика»). Японцы не сомневаются в том, что так оно и есть, что быть благожелательным не означает выставить себя дураком, что это действительно лучший путь к материальному успеху. Но всё же чаще всего японцы говорят другое: благожелательность — это долг, и точка. Именно это чувство долга, который выходит за рамки условий письменного договора, даёт уверенность в том, что тебе оплатят той же монетой, что, в свою очередь, делает отношенческую контрактацию жизнеспособной.

Стоит отметить: это не совсем то, что имел в виду Э. Дюркгейм, когда говорил о недоговорных элементах договора и опровергал утверждения Г. Спенсера (H. Spenser) о том, что современные общества держатся исключительно на органической сети индивидуалистических контрактов [Durkheim 1893]. Дюркгейм указывал на вмешательство *общества*: оно вынуждает соблюдать базовые принципы честности и исполнять взятые обязательства, а также регулирует содержание контрактов, определяет, что допустимо, а что нарушает общественные приличия или основные права человека. Согласно Дюркгейму, именно осознание обязательств, налагаемых обществом в целом или профессиональной группой на практикующих специалистов как своих членов, обеспечивает исполнение правил. Точно так же Хобхаус в более кратком и исторически ориентированном исследовании рассматривал вопрос о возникновении ограничений свободы договоров и прав частной собственности (к примеру, через социальную политику перераспределения) и подчеркивал выгоды, которые индивид получает от общества, и соответствующие обязательства, которые он несёт по отношению к обществу [Hobhouse 1951]. В случае с отношенческой контрактацией в Японии дело обстоит иначе: роль играет чувство общей обязанности по отношению к индивидуальному торговому партнёру, а не к обществу. Используя терминологию Т. Парсонса (T. Parsons), отношенческая контрактация может быть объяснена в терминах универсализма/партикуляризма, тогда как взгляды Дюркгейма относятся к той самой пятой дихотомии, которую Парсонс позднее упустил из виду: ориентация на коллектив/ориентация на индивида. Иными словами, японцы согласны с Дюркгеймом в том, что договор далеко не всегда способствует интеграции

и главным образом обозначает конфликт. Как заметил Дюркгейм, любая гармонизация интересов в рамках договора просто скрывает конфликт — латентный или отсроченный [Durkheim 1893: 222]. Решение проблемы Дюркгейм связывал с универсалистскими социальными институтами, которые сдерживают конфликт, подобно тому как система охлаждения двигателя предохраняет его от перегрева. Японцы же предпочитают партикуляристски уменьшить трение во всех движущихся частях с помощью смягчающей смазки взаимным уважением.

Впрочем, вероятно, не следует преувеличивать это различие, если учесть, что японцы выделяются среди капиталистических обществ не только пристрастием к отношенческим контрактам, но и тем, что их бизнесмены и профсоюзные деятели лучше осознают свои обязательства перед национальным сообществом. В японской экономике проблема безбилетника стоит менее остро, а в борьбе за экспортные рынки к погоне за прибылью, похоже, добавляется патриотизм. Если суммировать все эти явления, то можно говорить об обобщённом чувстве долга (*dutifulness*) или, если сформулировать то же самое в негативной форме, о сравнительно низком уровне индивидуалистических притязаний. В связи с этим вспоминается японский учёный и публицист И. Нитобе (I. Nitobe). В 1930-е годы, читая лекции в США, он часто рассказывал о национальных особенностях на примере международного конкурса сочинений о слоне. По словам Нитобе, работа, представленная от Японии, называлась «The duties and domestication of the elephant» («Долг и приручение слона»).

Я полагаю, что наряду с распределением рисков и долговременными преимуществами, с одной стороны, и чувством долга — с другой, существует и третий элемент, объясняющий, почему японцы предпочитают отношенческую контрактацию. Возвращаясь к переменным Парсонса, этот элемент лучше всего анализировать с помощью предложенного им измерения аффективность/аффективная нейтральность. Люди, рождённые и воспитанные в японском обществе, не слишком *любят* открытое соперничество в торговых отношениях: такого рода связи всегда предполагают низкий уровень доверия, ведь с целью получения торговых преимуществ информация скрывается, а участники пытаются манипулировать реакцией друг друга в своих личных интересах. Покер — далеко не самая любимая японцами игра. Большинство из них чувствует себя более комфортно в доверительных дружественных отношениях со взаимными уступками, когда каждый осознаёт, что удовлетворение другого является благом для него самого.

Конечно, всё это не значит, что чувства всегда бывают искренними. Лицемеры, злоупотребляющие этими отношениями, могут добиться больших успехов, когда они находятся в более сильной переговорной позиции; ранее я уже отмечал это, когда говорил о неоднозначности таких отношений.

## Система занятости и отношенческие контракты

До сих пор речь шла о рынках промежуточных и инвестиционных товаров, а также об отношенческой контрактации между предприятиями. Я пока не упоминал о рынках труда, хотя преобладание отношенческой контрактации в сфере занятости в Японии получило бóльшую известность по сравнению с межфирменной торговлей. Сегодня каждый, кто смотрит телевизор, слышал о модели пожизненного найма: трудовой контракт превращается из краткосрочного спотового соглашения о предоставлении определённых услуг за соответствующую плату (которое может быть расторгнуто одной из сторон с уведомлением за неделю или за месяц до расторжения) в долговременное обязательство выполнять ту работу, которую необходимо делать в то или иное время, за денежное вознаграждение, устанавливаемое в соответствии с критериями справедливости, имеющими весьма мало общего с понятием рыночной ставки заработной платы. В действительности контракт рассматривается не как двусторонняя сделка, а как право доступа в производственное сообщество, где считается, что благожелательность, добрая воля и искренность должны обуздать личный интерес. Сходство между отношенческой контрактацией и



рынках полуфабрикатов и на рынке труда очевидно. Не приходится сомневаться, что в обоих случаях она объясняется одними и теми же культурными ценностями.

## Отношенческая контрактация и эффективность

И всё же в ходе обсуждения конкурентных преимуществ сегодняшней японской экономики неизменно возникает сомнение: неужели институционализация отношенческой контрактации и такие ценности, как безопасность, достигаемая путём распределения рисков, чувство долга и дружелюбность, *также* способствуют достижению четвёртой значимой цели — экономической эффективности? Любой экономист (по крайней мере, если он преисполнен неоклассического духа) наверняка поднимет эту идею на смех. «Только представьте себе, — скажет он, — несовершенства рынка, нерациональное распределение ресурсов и соответствующие потери эффективности. Подумайте, сколько неэффективных производителей уберегла от банкротства эта система взаимопомощи — и всё за счёт потребителей. И не забудьте о дополнительных барьерах на вход, направленных против новых, более эффективных производителей». Пару лет назад Гэри Беккер на лекции в Лондонской школе экономики утверждал, что подобная взаимопомощь неэффективна даже с точки зрения альтруизма. Как он говорит, в конечном счёте благодаря более высокой способности к выживанию вы создадите больше альтруизма (если считать его в долларах), играя по правилам рынка, а затем вкладывая полученную прибыль в благотворительные фонды, как это сделал Дж. Рокфеллер (J. Rockefeller)<sup>16</sup> [Becker 1980]. Я полагаю, что так оно и было бы, и это являлось бы весьма значимым фактом, если бы только альтруизм был однородным товаром, который производится как посредством проявления дружелюбности по отношению к своим поставщикам, так и путём завещания своих денег на стипендию для студентов.

Но если забыть об этом, то тезис о субоптимальности на самом деле вполне оправдан. Японская экономика изобилует практиками неэффективного распределения ресурсов. Отношенческая контрактация является причиной многих международных споров (например, о нетарифных барьерах). Рассмотрим рынок стали, о котором я говорил ранее. Сегодня Бразилия и Корея могут поставлять в Японию некоторые виды стали по более низким ценам, чем местные производители. Но реально продать эту сталь почти никогда не получается. Японии удаётся оставаться невинной, как дитя, перед лицом ГАТТ<sup>17</sup> (никаких пороговых цен, тарифы минимальны, никаких квот) и одновременно иметь естественный иммунитет к импорту стали. Ни одна из ведущих торговых компаний не притронется к бразильской или корейской стали, особенно сейчас, когда дела их клиентов, японских сталелитейных компаний, идут так плохо. Небольшие импортёры возьмут немного, но будут требовать поставки на периферийные склады подальше от глаз местных сталелитейных компаний. Если факт импорта будет замечен, за грузовиками со сталью могут проследить до места назначения, а покупателя, проявившего нелояльность, ожидает не слишком дружелюбное отношение в будущем, когда вместе с бумом придет время продавцов. «Какие искажения! — воскликнет экономист. — Какой сговор против потребителей! Какие потери благосостояния из-за отказа от использования сравнительных преимуществ! И если японская экономика имеет хорошие показатели роста, то это может происходить только вопреки отношенческой контрактации, ведущей к потере эффективности».

Однако есть некоторые основания полагать, что Япония обгоняет остальной мир по темпам экономического роста именно *благодаря*, а не *вопреки* отношенческой контрактации. Конечно, потеря аллокативной эффективности имеет место. Однако отношенческая контрактация порождает

<sup>16</sup> Фонд Рокфеллера (The Rockefeller Foundation, RF) — благотворительная организация, основанная в 1913 г. Джоном Д. Рокфеллером-старшим вместе с сыном, Джоном Д. Рокфеллером-младшим. — *Примеч. ред.*

<sup>17</sup> Генеральное соглашение по тарифам и торговле, ГАТТ (1947), регулировавшее мировую торговлю и предшествовавшее в этом качестве Всемирной торговой организации (1995). — *Примеч. перев.*

*также* и противоположные силы, которые даже перевешивают потери. Эти силы направлены не на эффективность в распределении ресурсов, а на то, что Харви Лейбенстайн называет *X*-эффективностью. Это способности планировать и программировать, мирно сотрудничать в производстве, избегать потери времени и материалов — те способности, которые Лейбенстайн пытается разложить на компоненты, сводящиеся к определённым уровням рациональности и затраты усилий [Leibenstein 1976]. Недавно один известный защитник неоклассической парадигмы заявил, что концепция *X*-эффективности не заслуживает особого внимания, так как Лейбенстайн всего лишь переформулировал парадигму максимизации полезности общей теории равновесия в версии школы Уильямсона (которая включает в анализ трансакционные издержки, ограничение прав собственности и т. п.) [De Alessi 1983]. Такого рода утверждения не только сводят на нет преимущества использования принципа максимизации полезности для любых конкретных расчётов, но и мешают оценить реальный вклад Лейбенстайна, который заметил, что (а) индивиды, фирмы и нации сильно различаются по степени обобщённой нерасчётливости (*sloppiness*) и (б) для роста производства и благосостояния гораздо важнее другие типы нерасчётливости, чем те что, связаны с неспособностью подстроить экономическое поведение под изменения в ценовых сигналах или даже подсчитать сравнительные трансакционные издержки внутреннего и внешнего найма.

В своей книге Лейбенстайн пытается приблизительно сопоставить убытки для экономики, вызванные тарифами и искажениями цен в целом ряде случаев, с одной стороны, и те, что связаны с «неэффективностью» фирм, о которой можно судить по различиям в результатах при одинаковых затратах, то есть по различиям между «лучшими» и «худшими» фирмами. Лейбенстайн продемонстрировал, что в большинстве экономик чаще всего убытки второго рода существенно больше убытков первого рода. Это чрезвычайно важно с политической точки зрения, и любая теория, которая продолжает растворять оба феномена в обобщающей схеме (подобно моде унисекс), по сути, только запутывает дело. Различия между аллокативной эффективностью, связанной с рациональной реакцией на ценовые сигналы, и другими видами эффективности, увеличивающими производительность факторов производства, чрезвычайно важны, и термин *X*-эффективность не хуже любого другого для обозначения признаков второго рода.

Именно в этом втором измерении (благодаря которому «лучшая практика» становится ещё лучше и всё шире распространяется в экономике) японская система отношенческой контрактации обладает достоинствами, которые, по моему мнению, с лихвой компенсируют последствия искажения цен. Рассмотрим для начала пожизненный наём. Хорошо известны его компенсирующие преимущества, неотделимые от его недостатков, которые связаны с негибкостью издержек на заработную плату. В системе занятости с карьерными лестницами люди соглашались с тем, что нужно постоянно обучаться решению всё новых задач. В этом содержится существенный потенциал гибкости, у фирм укрепляются стимулы инвестировать в профессиональную подготовку, а в организации скорее формируется среда обучения, открытая для новых идей. На спад фирма реагирует не столько снижением издержек в целях поддержания прибыльности, сколько отчаянным поиском возможностей для производства новой продукции, чтобы сохранить занятость работников, перед которыми она имеет соответствующие обязательства. Этим объясняется динамичный рост фирмы и т. д.

Что касается отношенческой контрактации между предприятиями, то необходимо отметить три момента. Во-первых, относительная надёжность таких отношений стимулирует инвестиции в предприятия поставщиков. Так, в последние годы распространение роботов было особенно быстрым в японских машиностроительных фирмах-субподрядчиках. Во-вторых, доверие и взаимозависимость обеспечивают более быструю циркуляцию информации. В текстильной промышленности, к примеру, новости о предстоящих изменениях на конечных потребительских рынках быстрее передаются вверх по технологической цепочке к ткачам и красильщикам. В свою очередь техническая информация

о шлихтовании или конечной обработке новых химических волокон систематически передается вниз по цепочке от фирм, производящих волокно, к сновальщикам и красильщикам. В-третьих, побочный продукт такой системы — это общее внимание к качеству. Именно осознание взаимных обязательств скрепляет отношения. Благожелательность мясника заключается в том, что он никогда не воспользуется неспособностью потребителя отличить огузок от филейной части. Если одна из сторон не оправдывает доверия, другая тоже может считать себя свободной от обязательств. В соответствии с этикой отношенческой контрактации, от поставщика не так просто отказаться, если в данный момент, находясь под давлением обстоятельств, он не может предоставить вам лучшие условия покупки. Но вполне допустимо отказаться от него, если в данной ситуации он *даже не пытается* что-либо предпринять для этого. Самым наглядным индикатором усилий является качество продукции. Поставщик, систематически нарушающий стандарты качества, находится под угрозой потери постоянного отношенческого контракта. Мне известно, что даже социологи должны остерегаться единичных фактов, но порой отдельный случай служит хорошим примером национальных норм, поэтому без лишних извинений предлагаю вам два таких случая.

1. Менеджер фирмы, поставляющей автомобильные запчасти, рассказал, что для него обычное дело, когда в полночь раздаётся звонок с автомобильного завода, находящегося в 60 милях. Начальник ночной смены сообщает, что в последней поставке обнаружено уже две бракованные детали, и если до утра на завод не прибудет специалист, он, к сожалению, будет вынужден отправить всю партию обратно. Менеджеру приходится потрудиться, чтобы найти мастера, которого он сможет разбудить и отправить ночью на завод.
2. Менеджер фирмы, изготавливающей насосы, показывая мне фабрику, объяснял, как трудно выявить дефекты в корпусе насоса до начала сборки, хотя литейщики часто заранее знают, что с деталью не всё в порядке. «Я подозреваю, — говорил он, улыбаясь, — что у нашего поставщика где-нибудь в углу цеха лежит куча бракованных корпусов, которые он понемногу подбрасывает в особо удачные партии».

Пусть читатель сам догадается, где речь идет о Японии, а где — о Великобритании.

### **Так ли уникальны японцы?**

Таким образом, если мы признаем, что отношенческая контрактация имеет преимущества в X-эффективности, которые компенсируют аллокативную неэффективность, то какие уроки следует извлечь из всего этого для того, чтобы эффективно управлять экономикой и построить достойное общество? Первое, что необходимо сделать — это обратиться к нашим экономистам и критически оценить, каким образом в действительности благожелательность и добрая воля влияют на действие мотивов получения прибыли в ежедневной хозяйственной практике. До сих пор я подчеркивал, что *особенность* японцев состоит в том, что они предпочитают отношенческую контрактацию. Но это вовсе не означает, что тут они *уникальны*, и остальные не приспособлены к отношенческой контрактации. Если приглядеться, мы увидим вокруг гораздо больше её проявлений, чем можно было бы подумать. Это справедливо даже для Америки, где капитализм выглядит более прагматичным, чем в Европе. В интересной статье, написанной 20 лет назад, Стюарт Маколей рассматривал сравнительное значение личного доверия и имеющих принудительную силу юридических обязательств в деловых договорённостях в США. Он обнаружил, что многие бизнесмены говорят о том, что отношения взаимопомощи необходимы, чтобы держать подальше от прямых контактов с другими фирмами финансистов и юристов с их решимостью по каждому вопросу биться до конца [Macaulay 1963]. Для тех, кто имеет опыт крупных проектов в строительстве гражданских объектов, не является откровением, что успешная работа требует доверия между клиентом и подрядчиком. Это доверие может создаваться инженерами с обеих сторон,

поскольку они как коллеги-профессионалы заинтересованы в успехе проекта. Однако такое доверие может поставить под удар агрессивная позиция юристов в этих фирмах, которую они занимают сразу, как только видят возможность конфликта интересов. Недавно я провёл небольшой опрос семи менеджеров и менеджеров-собственников на ткацких предприятиях в Блэкберне по поводу их деловой практики. В результате обнаружилось, что эти люди скорее предпочтут стабильные долгосрочные отношения, основанные на взаимопомощи по ценовым вопросам; при этом они заявили, что две трети сделок ими именно так и осуществляются. Marks and Spencer является, конечно, наиболее известным примером отношенческой контрактации в британской текстильной промышленности. Фирма немного прижимает поставщиков в трудные времена, но не отказывается от них, если они поддерживают стандарты качества, а также оказывает им определённую техническую помощь. Похожую репутацию среди супермаркетов имеет Sainsbury's, чем, по-видимому, резко отличается от Tesco, где полагают, что частая смена поставщиков заставляет держать цены на низком уровне.

### Качество, богатство и отношенческая контрактация

Вероятно, в этих примерах есть нечто очень важное. Попробуем сопоставить следующие соображения:

1. Кроме отношенческой контрактации, Marks and Spencer хорошо известна тем, что привлекает покупателя скорее качеством продукции, чем ценой.
2. Связь между ориентацией на качество и отношенческой контрактацией также налицо и в Японии.
3. Sainsbury's — более дорогой магазин, чем Tesco, который рассчитан на экономных покупателей.
4. По сравнению с британскими японские потребительские рынки считаются в большей степени ориентированными на средний класс, более чувствительными к качеству и менее чувствительными к цене. (Так, представители текстильной промышленности дали мне следующие примерные оценки: если условно разделить рынок на группы А (те, кто привередлив к качеству, но кого не очень волнует цена) и Б (все остальные, обращающие внимание на цену и внешнюю привлекательность, а не на чистоту швов), то для Британии мы получим пропорцию 25:75, а для Японии — 60:40.)
5. Япония в 1920-е годы, а затем и в послевоенный период жила по законам джунглей (вовсе не так, как сегодня). В ранние периоды индустриализации в Японии не было ни этики отношенческой контрактации, ни ориентации на качество продукции, ни системы пожизненного найма.

Из вышесказанного логично вытекает предположение, что отношенческая контрактация — феномен изобилия или, как сказал бы Хобхаус, результат моральной эволюции. Она получает признание, только когда люди становятся более обеспеченными, а торг у прилавка уступает место миру потребительского выбора, где удачность покупки определяется скорее её качеством, а не ценой.

Происходит это по двум причинам. Во-первых, потому, что гарантии качества больше зависят от доверия. Вам всегда *известно*, сколько запросил мясник — шесть или семь пенсов. Но если вам неизвестна разница между филейной частью, а вы подозреваете, что она может быть известна вашим гостям, то вам *придётся* доверять своему мяснику: вы вынуждены зависеть от его благожелательности. Кроме того, я полагаю, что когда рост благосостояния снижает давление цен, о себе способны заявить склонности, которые ранее были подавлены необходимостью считать каждую копейку. Именно тогда на смену враждебному торгу (напоминающему игру в покер) приходит желание стабильных дружеских



отношений. Таким образом, отличие между Японией и Британией объясняется как различиями в культурных предпочтениях (и, стало быть, в подавляемых склонностях), так и тем, что Япония более стремительно достигла изобилия. Это резко ослабило давление ценового фактора и в итоге породило у японцев более сильное субъективное ощущение богатства.

В Британии фрагментарное присутствие отношенческой контрактации в межфирменных отношениях дополняется её гораздо более активным ростом на рынке труда. Не только Британия, но Европа в целом и даже США (хотя и в меньшей степени) — это уже не те страны, где работодатели нанимают и увольняют работников без сожалений. Законодательные периоды уведомления об увольнении постепенно увеличиваются. Правила компенсации за увольнение в этих странах приравнивают к праву собственности ожидание работника, что трудовой договор не будет расторгнут. В таких отраслях как сталелитейная промышленность сохранение занятости оценивается гораздо выше годовой зарплаты. В целом трудовая мобильность в последние 15 лет упала. Заводские договоры о гибкости в использовании трудовых ресурсов уводят контракт найма всё дальше от его первоначального содержания — от выполнения определённой работы за соответствующую плату. Повышенное внимание к системе внутрифирменного карьерного продвижения, управленческие доктрины «вовлечённости работника» в дела фирмы, появляющиеся время от времени рассуждения, а порой даже отдельные шаги навстречу производственной демократии в рамках предприятия — всё это примеры трансформации трудового договора в более долгосрочное и многогранное обязательство.

### Отношенческая контрактация, ригидность и экономическая политика

Экономисты изредка замечали эти тенденции, но обычно рассматривали их как несовершенства рынка, проблемы временного лага между долгосрочным и краткосрочным периодами, ведь в конечном счёте привычка всегда подчиняется погоне за прибылью. Причём в ряду других несовершенств они воспринимаются как менее интересные, чем, к примеру, монополия. Отдельные смельчаки среди экономистов, которые *приняли* новый феномен стагфляции в расчёт, пытались объяснить, почему сокращение спроса ведёт к сокращению выпуска, а не к падению цен, росту безработицы на фоне медленного, отложенного и неустойчивого сокращения темпов роста заработной платы. Они редко признавали особое значение общего роста отношенческой контрактации и влияние на эффективность фискального и монетарного регулирования того факта, что всё больше и больше сделок заключаются исходя из критериев справедливости, а не в зависимости от расклада сил на рынке. Чаще всего экономисты указывали, с одной стороны, на рост олигополий, с другой — на монополию профсоюзов вследствие законодательной защиты занятости и роста социальных выплат. Иными словами, они объясняли стагфляцию не как результат нарастающей благожелательности (распространения в экономике доброй воли и взаимного уважения), а как результат нарастающего недоброжелательства, усиливающегося злоупотребления монопольной силой. Лекарство, которое современные апологеты рынка предлагают для устранения этой ригидности — дефляция, достаточно жёсткая для того, чтобы восстановить дисциплину рыночных сил, вернуть фирмам конкурентоспособность и выдавить элементы неэффективности из бизнеса, ослабить профсоюзные монополии и позволить фирмам нанимать и увольнять работников в соответствии со своими реальными потребностями.

Лишь немногие придали отношенческой контрактации и её росту должное значение. Первым здесь (как и во многих других отношениях) был Альберт Хиршман. Он описал, как особой дисциплинирующей силой позднего капитализма становится оппозиция голоса и лояльности, вытесняющая оппозицию входа и выхода [Hirschman 1970]. Позднее Артур Оукен накануне своей преждевременной кончины предложил подобный широкий подход к отношенческой контрактации и, более того, объяснил в работе «Цены и объёмы» её связь с набирающей силу стагфляцией [Okun 1981]. Он описал одну тенденцию,

существующую на рынке промежуточных и инвестиционных товаров, а в определённой степени и на рынке потребительских товаров: «рынки покупателей» растут за счёт «аукционных рынков», и это сопровождается ростом «карьерно-ориентированных рынков труда» (занятости, характеризуемой квазипостоянным контрактом, который он сравнивал с «невидимым рукопожатием»<sup>18</sup>) — в результате создаётся «экономика ценника», как её называл Оукен, радикально отличная от «экономики аукциона», описанной в традиционных учебниках. Однако я полагаю, что он не смог в полной мере учесть то, каким образом в социальные отношения на рынках покупателей и карьерно-ориентированных рынках труда принимают моральный характер и начинают регулироваться критериями справедливости. В итоге предложения Оукена отличаются от обычных рыночных рецептов, направленных на устранение ригидности стагфляции, лишь своим изощрённым интервенционизмом. Иными словами, он также концентрируется на механизмах изменения (а) стимулов и (б) ожиданий при неизменных предположениях, что экономическое поведение по-прежнему будет движимо исключительно краткосрочными соображениями максимизации дохода.

Упоминаний о Японии не найти ни в указателе к книге Оукена, ни в самой книге. Но если посмотреть на Японию как на общество, которому по сравнению с нашим присущи более развитые формы отношенческой контрактации, которое гордится ей *и при этом* добивается высоких темпов роста и технического прогресса, нам могут прийти в голову иные рецепты.

Я бы предложил следующее. Во-первых, признать, что рост отношенческой контрактации может способствовать реальному улучшению качества жизни. К примеру, не многие из нас, имеющих постоянную занятость на рынке академических профессий, были бы готовы перейти в статус фрилансера. Нечасто приходилось слышать, чтобы учёные пожелали отказаться от своей основной зарплаты и каждый раз договариваться о цене очередной лекции или требовали бы ежегодных личных переговоров о годовом заработке в обмен на постоянный контракт с постепенным увеличением зарплаты. А если вы застанете менеджера ткацкой фабрики за телефонным разговором с одним из постоянных клиентов, в котором обсуждение условий проходит в расслабленной, дружественной, шутиливой атмосфере, вы задумаетесь о том, какие выгоды могли бы заставить его вести переговоры в более безличной агрессивной манере, присущей острой конкуренции на аукционе.

Впрочем, второй мой тезис состоит в следующем: признав, что отношенческая контрактация никуда не исчезнет, а значит, неизбежны значительные потери аллокативной эффективности, нужно попытаться воспользоваться преимуществами X-эффективности, которая может компенсировать эти потери.

У этого рецепта есть макроизмерение и микроизмерение. Макроизмерение включает в себя прежде всего поддержание условий для свободной конкуренции на том типе рынков, которые остаются деперсонифицированными и конкурентными, — на рынках конечной потребительской продукции. Это необходимо, чтобы создать внешние стимулы для конкурирующих производственных цепочек или пирамидальных структур, участники которых связаны между собой отношенческой контрактацией, и увеличить таким образом их внутреннюю эффективность. Это означает, с одной стороны, активную политику в области поддержания конкуренции, а с другой, там, где монополии неизбежны, — организацию противостоящего им общественного контроля со стороны потребителей. Также в макроизмерение следует включить, во-первых, политику в области доходов: ведь если сегодня *именно* критерии справедливости (а не спрос и предложение) определяют уровень заработных плат на карьерно-ориентированных рынках труда, то лучше институционализировать подобные критерии справедливости. Во-вторых, в идеологическом плане это означает попытку, если угодно, повернуться лицом к благожелательности, или, выражаясь словами Фреда Хирша, постараться оживить «этносоциальных обязательств», чтобы пополнить «истощающееся моральное наследие», которое досталось

<sup>18</sup> Игра слов: обыгрывание «невидимой руки» А. Смита. — *Примеч. перев.*

капитализму от прежней эпохи большего солидаризма [Hirsch 1977]. Для этого не в последнюю очередь следует сделать упор на важность качества, честного и внимательного обслуживания, а также личного удовлетворения от хорошо сделанной работы, которая становится источником гордости и самоуважения. Пусть прибыль рассматривается как отдельное вознаграждение, а не как суррогат социальной ценности. Недавно Министерство торговли и промышленности объявило о запуске программы субсидий британским фабрикам для улучшения системы гарантий качества стоимостью восемь миллионов фунтов. По крайней мере это отражает признание возрастающей важности качества в современном мире и расставание с принципом *caveat emptor*<sup>19</sup>. Пусть даже признаков осознания того, что это может повлечь за собой новые установки и ценности (или возвращение к ранее утраченным ценностям), пока не заметно.

Микроизмерение включает в себя конкретизацию этики отношенческой контрактации. Возможно, следует по примеру Франции задуматься об установлении критериев определения факта несправедливого разрыва отношений с субподрядчиком и аналогичных критериев для наёмных работников; такая защита должна предоставляться с учётом эффективности деятельности, в том числе добросовестного соблюдения стандартов качества и сроков поставки. Кроме того, на уровне предприятия укрепление прав на продолжительную занятость следует рассматривать не как досадное препятствие, а как возможность для развития на коммерческих предприятиях чувства общности. Другими словами, это значит, что необходимо пользоваться теми производственными преимуществами, которые проистекают из наличия общих интересов в успехе фирмы, кооперации, свободной циркуляции информации и готовности не сужать профессиональные роли сверх меры. В чём могут заключаться подобные преимущества, мы видим на примере Японии. Однако в Великобритании, где сложилось совершенно иное отношение к власти, политика манипулирования «вовлечённостью» работников в рамках сложившейся иерархии скорее должна быть заменена на реальные шаги навстречу управлению, основанному на принятии организационной конституции (*constitutional management*), индустриальной демократии и т. п., на что угодно, кроме расширения традиционных форм коллективных переговоров, выросших из эпохи, когда рынки труда были аукционными рынками, и годных только для той эпохи

Я полагаю, Хобхаус не возражал бы против того, чтобы лекция в его честь была выдержана в духе проповеди, хотя и не уверен, что он одобрил бы её содержание. Но, будучи довольно старомодным либералом, я всё же искренне надеюсь на это.

## Литература

- Becker G. 1980. *Altruism in the Family and Selfishness in the Market Place*. Centre for Labour Economics. Discussion Paper № 73. London: LSE.
- De Alessi L. 1983. Property Rights Transaction Costs and X-efficiency: An Essay in Economic Theory. *American Economic Review*. 73 (1): 64–81.
- Dore R. 1973. *British factory, Japanese Factory: The Origins of National Diversity in Industrial Relations*. Berkeley: University of California Press.
- Durkheim E. 1893. *De la Division du travail social*. Paris: Félix Alcan; см. также перевод на рус. яз.: Дюркгейм Э. *О разделении общественного труда*. М.: Канон+, 1996
- Ginsberg M. 1951. Introduction to the Seventh Edition. In: Hobhouse L. T. *Morals in Evolution: A Study in Comparative Ethics*. London: Chapman & Hall.

<sup>19</sup> *Caveat emptor* (лат.) — «да будет осмотрителен покупатель» — Примеч. перев.

- Goldberg V. P. 1981. *A Relational Exchange Perspective on the Employment Relationship*. Paper for SSRC Conference. York.
- Greenwald D. 1973. *McGraw-Hill Dictionary of Modern Economics*. New York: McGraw-Hill.
- Hirsch F. 1977. *Social Limits to Growth*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Hirschman A. O. 1970. *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations and States*. Cambridge: Harvard University Press; см. также перевод на рус. яз.: Хиршман А.О. *Выход, голос и верность: Реакция на упадок фирм, организаций и государств*. М.: Новое издательство, 2009.
- Hobhouse L. T. 1951. *Morals in Evolution: A Study in Comparative Ethics*. 7th ed. London: Chapman & Hall.
- Leibenstein H. 1976. *Beyond Economic Man: A New Foundation for Micro Economics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Macaulay S. 1963. Non-Contractual Relations in Business: A Preliminary Study. *American Sociological Review*. 28 (1): 55–67.
- Macfarlane A. 1978. *The Origins of English Individualism*. Oxford: Basil Blackwell.
- Nakatani I. 1982a. *The Role of Inter-market Keiretsu Business Groups in Japan*. Australia-Japan Research Centre. Research Paper № 97. Canberra: ANU.
- Nakatani I. 1982b. Risuku-shearingu kara mita Nihon Keizai (Risk-Sharing in the Japanese Economy). *Osa-ka-daigaku Keizaigaku*. 32 (2–3).
- Okumura H. 1982a. Masatsu o umu Nihonteki keiei no heisa-sei' (The Closed Nature of Japanese Corporate Management as a Source of International Friction). *Ekonomisuto*. July 6.
- Okumura H. 1982b. The Closed Nature of Japanese Intercorporate Relations. *Japan Echo*. 9 (3).
- Okumura H. 1982c. Interfirm Relations in an Enterprise Group: The Case of Mitsubishi. *Japanese Economic Studies*. Summer.
- Okumura H. 1983. *Shin Nihon no Rokudai- kigyé-shifdan (A New View of Japan's Six Great Enterprise Groups)*. Tokyo: Diamond.
- Okun A. 1981. *Prices and Quantities*. Oxford: Basil Blackwell.
- Palgrave R. H. I. 1923–1926. *Dictionary of Political Economy*. H. Higgs (ed.). London: Macmillan.
- Samuelson P. A. 1980. *Economics*. New York, London: McGraw-Hill; см. также перевод на рус.яз.: Самуэльсон П., Нордхаус В. *Экономика*. М.: Вильямс, 2007.
- Seni Torihiki Kindaika Suishin Kyogikai (Association for the Promotion of the Modernization of Trading Relations in the Textile Industry). 1980. *Neiji Hokoku (Annual Report)*.
- Smith A. 1910. *The Wealth of Nations*. London: M. Dent; см. также перевод на рус. яз.: Смит А. 2007. *Исследование о природе и причинах богатства народов*. М.: ЭКСМО.



Solow R. M. 1980. On Theories of Unemployment. *The American Economic Review*. 70 (1): 1–11.

Williamson O. E. 1979. Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations. *Journal of Law and Economics*. 22 (2): 233–261.

Williamson O. E. 1981. The Modern Corporation: Origins, Evolution, Attributes. *Journal of Economic Literature*. 19 (4): 1537–1568.