

## Новые переводы

*VR* Николь Биггарт несомненно входит в число ведущих специалистов в области сравнительных исследований хозяйственной организации. Предлагаемый текст достаточно прост по содержанию и изящен по стилю. Автор формулирует четыре основные предпосылки, противопоставляющие экономико-социологический подход традиционному экономическому подходу. Данный текст был представлен в качестве доклада на международной конференции «Экономическая социология на пороге третьего тысячелетия» (Москва, январь 2000 г.). Предлагаемый ниже перевод готовится к изданию в качестве заключительной главы в новой книге «Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу»<sup>1</sup>.

### **СОЦИАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ**

**Николь Биггарт**

Университет Калифорнии, Дэвис, США

nwbiggart@ucdavis.edu

Перевод М.С.Добряковой

Научное редактирование – В.В.Радаев

#### **Аннотация**

В данной работе я делаю попытку опровергнуть неоклассическую посылку о том, что все рынки должны быть похожими друг на друга, а отличия между ними свидетельствуют об их несовершенстве. Вместо того, чтобы говорить о «модели» рынка, принятой в экономической теории, я предлагаю альтернативный взгляд на рынки и рыночное действие, основывающийся на четырех исходных посылах. Я утверждаю, что эта точка зрения подтверждается результатами наблюдений, а выстроенная на ее основе политика оказывается более верной.

Когда Казуо Инамори, основатель крупной японской фирмы «Киосера», занимающейся электронными комплектующими, начал свое дело в 1961 г., на его пути возникли серьезные препятствия. Несмотря на новизну и привлекательность разработанной им технологии керамической упаковки полупроводников, Инамори столкнулся с немалыми трудностями при найме работников, получении финансирования и даже при покупке сырья. И, что еще важнее, у него возникли сложности с продажей своей продукции японским фирмам, занимавшимся полупроводниками, хотя его продукция отличалась очевидно более высоким качеством.

Инамори так и не смог достичь успеха в Японии в 1965 г., и он приехал в США, где, несмотря на плохое знание английского, сумел заинтересовать своей керамической упаковкой компанию «Texas Instruments» («Тексас Инструментс»), являвшуюся в то

---

<sup>1</sup> Экономическая социология: новые подходы к институциональному и сетевому анализу / Сост. и научн. ред. В.В.Радаев. М.: РОССПЭН, 2002 (в печати).

время крупнейшим в мире производителем полупроводников. Начав с мелких заказов, «Texas Instruments» постепенно переходила к более крупным. Вслед за ней и другие американские фирмы начали заключать с «Киосера» договоры о поставках. И только когда бизнес Инамори утвердился на американской почве, его признало и японское бизнес-сообщество. Ему стало намного легче нанимать работников, получать банковские кредиты, покупать сырье и продавать свою продукцию в Японии [Clyde, Prestowitz 1988].

Опыт Инамори иллюстрирует несколько характерных черт японского рынка. Во-первых, в этой стране трудно начать новое дело, если ты никому не известен, – даже при наличии у тебя хорошей идеи. Японские работники, которые ценят долгосрочную занятость и предсказуемость в отношениях с менеджерами, избегают найма в новые компании с неопределенным будущим. Очень трудно получить сильную – тем более очень сильную – техническую поддержку, если вы не являетесь хорошо известной фирмой. Японские кредиторы более охотно вкладывают средства в компании с прекрасно налаженными связями с поставщиками и покупателями. Банковское финансирование предоставляется фирмам, которые связаны с другими компаниями, а не таким независимым контрактором, как Инамори. Даже если продукты по технологическим параметрам превосходят свои аналоги, заказы на них формируются не только с учетом их цены и качества. Японские фирмы предпочитают покупать у компаний, которые они знают и с которыми могут выстраивать долгосрочные отношения. На японском рынке аутсайдеру трудно встроиться в сети отношений, связывающие покупателей и продавцов.

Статистика неудачных бизнес-проектов [business failure rate] позволяет предположить, что основать новое предприятие в Соединенных Штатах тоже непросто, но в силу совершенно других причин. В США у Инамори было больше шансов нанять столь необходимых ему инженеров по керамике, коль скоро он сумеет убедить их в разумности своих идей. Американские работники не склонны связывать всю свою жизнь с одним работодателем или даже просто работать на одном месте достаточно долгое время. Работа в новых фирмах для них часто даже более привлекательна: здесь они могут воспользоваться льготами при приобретении акций, им по душе и динамичная атмосфера, создаваемая менеджментом. В США трудно получить деньги для финансирования новых предприятий, однако существуют частные венчурные фонды, работающие именно с такими компаниями, какую пытался основать Инамори. Даже банки, если предоставить им разумный бизнес-план и описание перспективной нетрадиционной технологии, могут давать кредиты людям без имени. Личные связи или вовлеченность в деловые сети не являются решающим фактором, определяющим финансовые отношения в Америке. Максимально возможная защита вложений обеспечивается юридическими соглашениями, а не личным доверием.

Американские поставщики были бы счастливы иметь дело с Инамори – главное, чтобы у него были деньги. Американские продавцы, как правило, работают со многими покупателями или по крайней мере стремятся к этому. При заключении сделки учитывается прежде всего привлекательность продукта и приемлемость цены. Кто при этом является покупателем или продавцом, может не играть особой роли. Перспектива долгосрочных контрактных отношений действительно может учитываться любой из сторон, однако этот фактор в лучшем случае играет второстепенную роль.

Возможно, это покажется забавным, но в силу такого характера американского рынка человеку, говорящему на ломаном английском, проще заключить сделку в Далласе (штат Техас), чем в Киото (Япония). В случае с Инамори торговые агенты компании

«Texas Instruments» смотрели прежде всего на предлагаемый им продукт, а не на него самого или на его личные связи. Сначала, соблюдая меры предосторожности, они предложили ему небольшие заказы. После их выполнения с соблюдением оговоренных условий «Киосера» стала основным поставщиком компании «Texas Instruments».

Из опыта Инамори можно извлечь по меньшей мере два урока. Первый заключается в доказательстве правоты западных критиков, жалующихся на «закрытый» характер японского рынка, на необходимость пробиваться сквозь плотные сети деловых связей. В США, напротив, рынок относительно «открыт», и здесь преуспеть может каждый, главное – иметь хорошую идею. Этот опыт также демонстрирует, что японский рынок закрыт не только для иностранцев, но и для всех тех, кто не следует правилам ведения бизнеса, принятым и понятным в Японии.

Второй урок вытекает из первого: *не все рынки одинаковы*. Социальные основы рыночной деятельности в двух названных странах различны, экономическое действие реализуется в них разными путями. Японский рынок очень сильно ориентирован на персональные качества и строится на устойчивых сетях социальных отношений как внутри фирм, так и между ними. Американский рынок, напротив, предполагает высокую степень автономности индивидуальных решений в сфере найма и увольнения работников, решений о покупках, а также в сфере кредитных отношений между фирмами и банками. Я бы сказала, что на самом деле именно *различия между рынками* могут вести к их экономическому преуспеванию.

### **Объяснение структуры рынка**

Как объяснить различия в структуре рынков и уровне их успеха? Исторически сложилось так, что наиболее влиятельные экономические объяснения давались неоклассической экономической теорией. Экономисты нашего времени применяют эту логику, первоначально разработанную Адамом Смитом и его современниками для объяснения зарождающейся индустриализации в Европе, к объяснению современных западных рынков, а позднее и азиатских моделей бизнеса.

Неоклассические трактовки рынка построены на послышке, что экономическое действие мотивировано рациональным эгоистическим интересом, являющимся, по выражению Адама Смита, «склонностью к мене, торговле, к обмену одного предмета на другой» с целью извлечения прибыли. Неоклассики рассматривают «экономического человека» как автономного максимизатора. С этой точки зрения, индустриальная структура выступает как совокупная реакция рациональных индивидов и фирм на существующие рыночные условия.

В основе неоклассических объяснений лежит концепция «совершенного рынка» [perfect market] – арены свободной экономической конкуренции. Джордж Стиглер суммировал экономические условия, необходимые для совершенной конкуренции, в четыре пункта:

- фирм, производящих данный товар, должно быть достаточно много, в результате чего ни одна из них не может доминировать на рынке;
- каждый производитель должен выпускать однородные, более или менее одинаковые товары;
- фирмы должны быть автономны и рассеяны по рынку;
- предполагается, что каждый рыночный субъект обладает полным знанием о предложениях в сфере покупки и продажи товаров [Stigler 1972].

Эти четыре условия «совершенной конкуренции» [perfect competition], согласно неоклассикам, являются идеальной средой для возникновения истинно эффективной экономической системы – той, что служит большинству людей наилучшим в экономическом отношении образом. Указанные условия требуют, чтобы ни одна из фирм или малых групп фирм не доминировала на рынке, чтобы фирмы оставались обособленными друг от друга и избегали коалиций. Совершенная конкуренция – это ситуация, в которой информация свободно циркулирует между покупателями и производителями и нет какого-то особого знания для друзей и знакомых.

Неоклассическая экономическая теория основана на теории действия, понимаемой как эгоистическое и экономически рациональное действие, а также на теории структуры, представляющей его как совокупное следствие независимых действий, а не результат политических или социальных процессов. Она также исходит из некоего естественного состояния автономии акторов, а не из наличия сетей деловых связей или взаимозависимости. Совершенный рынок – тот, в котором экономические стороны не вступают в социальные отношения [Abolafia, Biggart 1991].

Конечно, в жизни эти условия никогда не соблюдаются, и, согласно неоклассикам, реальная структура любого конкретного рынка есть результат действия рациональных акторов (фирм и индивидов), пытающихся оптимальным образом встроиться в имеющиеся условия. Реально существующие деловые структуры отображают несовершенство ситуаций, и реальные индивиды могут не быть столь гиперрациональными или эгоистичными, как homo economicus в неоклассической модели. Тем не менее, именно эта модель служит основой для экономического анализа и государственной политики. Аналитики сравнивают реальные рынки с несуществующим идеалом для того, чтобы показать их различия и устранить препятствия на пути конкуренции. Политика правительства (например, антитрастовые законы, направленные против ценовых соглашений между фирмами, или международные программы развития) часто является попыткой настолько приблизиться к идеальной модели конкуренции, насколько это экономически и политически осуществимо.

Неоклассическая модель – это, в сущности, теория об экономической автономии (и рекомендация по ее достижению): почему автономия желательна для экономического функционирования на уровне индивидов и на уровне фирм и как она разрушается под влиянием несовершенства рынка. Отклонения от каждой из четырех предпосылок совершенного рынка вполне возможны. Эти отклонения могут быть, например, результатом взаимодействия или «социального трения» между акторами, ведущего к образованию коалиций. Они также могут возникать вследствие «асимметрии информации» [informational asymmetries] или неравного доступа к информации о качестве или ценах. Исходная посылка здесь такова: «Там, где в транзакциях, связанных со специфическими инвестициями, существует асимметрия, существует зависимость. Там, где существует зависимость, существует возможность оппортунистической эксплуатации тех, кто зависим» [Barney, Ouchi 1986]. Экономисты признают, что социальное трение и неравенство довольно распространены и в принципе могут быть нейтрализованы путем различного структурирования обмена – таким образом, чтобы он предоставил «лекарство против зависимости» [Barney, Ouchi 1986]. Например, заключаемые контракты могут обеспечивать такое положение вещей, при котором существует неравенство сторон и нечестность наказывается посредством коммуникации с будущими потенциальными клиентами: экономисты говорят в этом случае о «рынке репутаций». Другое «лекарство против зависимости» – вертикальная интеграция, или перемещение рыночных транзакций внутрь фирмы: так легче следить

за тем, чтобы не возникало попыток обмана или прочих проявлений несовершенства рынка. Хотя автономия и асоциальные экономические отношения рассматриваются как идеальные экономические условия, экономисты также учитывают и некоторые другие формы социальных отношений, позволяющие нейтрализовать зависимость и прочие типы социального трения.

Хотя первоначально неоклассическая модель была разработана для объяснения развитых экономик Западной Европы и Северной Америки, эта парадигма претендует на статус универсальной теории, в равной степени применимой к анализу всех времен и народов: капиталистические рынки характеризуются единой логикой и действуют согласно общим законам. Рынки различаются лишь характером своих несовершенств, а также институциональными средствами, используемыми для нейтрализации их влияния или нахождения путей приспособления рынков к отклонениям. Исходя из представлений об универсальности этой теории, аналитики Всемирного банка, Международного валютного фонда и других организаций, занимающихся развитием, используют ее для объяснения структуры и функционирования экономик – в какой бы части света и на какой бы стадии своего исторического развития они ни находились. И, что более важно, они используют подобную концептуализацию в деле практического реструктурирования конкретных экономик, стремясь к тому, чтобы они максимально походили на модель «совершенного» рынка. В идеале, они стерли бы все различия («несовершенства») между рынками и вылепили бы их по единому образцу.

Попытки радикально реструктурировать развивающиеся экономики с тем, чтобы помочь им достичь уровня «совершенного» рынка, в течение последних десяти лет оказывались жалкими и совершенно безуспешными. Социальным институтам таких разных стран, как Чешская республика и Россия, Таиланд и Индонезия, был нанесен серьезнейший ущерб, они сильно пострадали от попыток экономических экспертов втиснуть их в вымышленную модель. Массовая приватизация и масштабные реформы финансовых систем не принесли тех результатов, которых ожидали реформаторы, а где-то даже привели к усилению коррупции и укреплению порочных форм экономических отношений.

Если неоклассическая экономическая теория строится на том, что все рынки должны стремиться к одной идеальной модели, то на каких посылах должно базироваться наше понимание экономики?

### **Из чего исходить при анализе экономики**

Мои исследования различных экономик и хозяйственных организаций в течение последних пятнадцати лет – исследования реальных экономик, а не вымышленных моделей – убедили меня в продуктивности альтернативной точки зрения по поводу характера экономического действия и хозяйственной организации. И я полагаю, что если бы организации, занимающиеся международным развитием, исходили из этой точки зрения, то реструктурирующиеся экономики сумели бы избежать многих неприятностей и дальше продвинуться в удовлетворении своих экономических амбиций. Альтернативная позиция включает четыре момента.

**1. Экономическое действие – это социальное действие.** Акторы, действующие в рамках экономических моделей, – это не обычные существа. У них нет друзей, которые могли бы повлиять на принимаемые ими решения, они не помнят прошлых сделок, над ними не довлеют традиции, способные воздействовать на процессы покупки или продажи. При этом они очень сообразительны и прекрасно все просчитывают. Более того, они обладают полной информацией. Несмотря на все эти способности, у них отсутствует понятие репутации, не происходит накопления опыта. Это эгоистичные

отшельники, страдающие отсутствием памяти, просчитывающие свои действия и реализующие их в одиночку.

Подобная модель *homo economicus*, конечно же, является упрощенной, и ни один экономист не станет утверждать, что такие существа встречаются в действительности. Этот вымышленный персонаж предложен не для того, чтобы выступать в качестве зеркального отражения реальности, а для того, чтобы упростить ее, свести к первоосновам. Согласно экономистам-неоклассикам, этот образ удобен тем, что его можно использовать при построении математических экономических моделей. И хотя ни один реальный человек не похож на «экономического человека», экономисты склонны утверждать, что на агрегированном уровне модель работает.

Тем не менее, я бы сказала, что эта противоречащая реальной жизни модель – *плохая* основа для построения теории. Она рушится при столкновении и с обыденными наблюдениями, и с результатами научных исследований когнитивных и социальных характеристик людей, проводимых психологами, социологами и антропологами. Вместо нее, я полагаю, гораздо лучше исходить из той посылки, что экономические акторы – это *социальные* акторы. Согласно Макс Веберу [Weber 1978], это означает, что когда люди вступают в экономические отношения, они ориентируются на действия других людей. Они питают надежды, обуреваемы желаниями и мечтами, сформированными их культурой, их классовой позицией, гендером, а также историческим временем, в котором они живут. У них формируются представления о людях, которых они встречают, и они действуют на основании этих представлений. Когда японский предприниматель Казуо Инамори пытался продать свою продукцию в Киото, он встретил совершенно иных экономических акторов, нежели те, с кем он имел дело в Техасе.

Если мы хотим знать, как осуществляется экономическое действие, мы должны начать с наблюдения за реальными акторами и при этом исходить из того, что формирование их предпочтений и действий является социальным процессом.

**2. Экономическое действие укореняется в конвенциях и институтах.** Поскольку экономическое действие осуществляется индивидами, сознающими свою социальную принадлежность, то они должны прийти к соглашению относительно условий обмена. Я не имею в виду, что люди приходят на рынок и всякий раз договариваются о том, как будет происходить обмен. Возникают привычные практики, облегчающие протекание повторяющихся экономических актов.

Обычай создает ту самую основу, на которой и происходит обмен; он способен облегчить организацию разного рода экономической деятельности. С течением времени утвердившиеся формы социальных отношений могут обеспечить стимулы к тому, чтобы поступать предсказуемым образом. Тем самым будут поддерживаться «надежные обязательства» [credible commitments]<sup>2</sup>. Акторы, игнорирующие установленные правила и конвенции, рискуют либо оказаться не понятыми, либо подвергнуться осуждению за аморальность или иррациональность действий со стороны других акторов. Когда японец Инамори пытался нанять работников или получить банковские кредиты, ему было отказано, поскольку он игнорировал японское негласное соглашение о том, что бизнес строится на основе личных связей. Не имея таких связей, он отправился в США – в экономическую среду, где правило, что бизнесом следует заниматься с хорошо известными тебе людьми, играет значительно меньшую роль.

---

<sup>2</sup> Эту идею в изложении институционального экономиста см.: [North 1993], а ее социологическую версию: [Biggart, Hamilton, 1984].

**3. Экономикам свойственна внутренняя организация.** Обычаи и конвенции, структурирующие экономическую деятельность в рамках данной экономики, не являются чем-то идиосинкратичным. С течением времени они находят идеологические и политические обоснования и оправдания своего существования – хотя бы в виде простых ссылок на то, что «такова наша культура» или «по традиции это делается так». Подобные обоснования могут даже получать правовую поддержку и регулироваться государством. Всякий человек, которому когда-либо приходилось перемещаться с одной экономической арены на другую, наблюдал, сколь кардинально меняются пути организации и регулирования экономического действия (как это к своей выгоде обнаружил Инамори). И моя третья мысль такова: экономики организованы по-разному, причем структура рынка обосновывается легитимизирующей ее организационной логикой.

Приведу пару примеров. Как стало известно Инамори, в Соединенных Штатах акторы и фирмы во многих экономических сферах склонны действовать независимо друг от друга – по крайней мере, такая практика достаточно распространена. К некоторым отраслям промышленности и регионам это относится в меньшей степени, но общая практика именно такова. Экономика США здесь, в сравнении с другими капиталистическими странами (например, Японией или Францией), характеризуется бóльшим количеством автономных фирм и меньшим числом бизнес-групп. Идеологическое подкрепление подобной автономии людей и фирм черпается в *индивидуализме*, который исторически восходит к кальвинистским религиозным влияниям, подчеркивающим индивидуальную ответственность человека перед Богом. Сходная логика действий наблюдается в американской образовательной практике, правовых институтах и поведении на рабочем месте – здесь везде исходят из индивидуальной автономии и индивидуальной ответственности.

Немецкая экономика являет собой пример организованного *корпоративизма*. Различные институты – государство, образовательная система, фирмы, профсоюзы – образуют собой расклад отношений сотрудничества и воплощают в жизнь институциональный принцип, который легитимен для этой среды. Банки тесно связаны с фирмами, которых они кредитуют, менеджеры и профсоюзы практикуют «совместное принятие решений», а образовательные и промышленные институты сотрудничают в рамках системы двойного обучения. Эта модель организованного сотрудничества, подобно американской модели организованной автономии, сложилась с течением времени.

Социально-экономическая логика развивается в ходе исторического процесса, она содержит сложные каузальные связи и с трудом поддается фундаментальным изменениям. Трудно представить, например, что повязанные сетями социальных отношений японцы когда-нибудь станут такими же автономными, как американцы. Конечно, после Второй мировой войны во время оккупации американцы пытались навязать свою логику японцам, однако изменить японскую экономическую организацию не удалось, она остается в значительной степени сетевой и находится под сильным влиянием государства.

Тот факт, что социальная организация экономики имеет глубокие корни и с трудом поддается изменениям, не означает, что изменения невозможны. Он, однако, означает, что попытки осуществления изменений должны начинаться с признания исторического контекста экономики и общества, в том числе, легитимной роли государственного воздействия. Попытки внести изменения не должны строиться по принципу *tabula rasa* (с чистого листа), напротив, они должны начинаться с исследования местной модели

социальной организации, наиболее значимых социальных группировок и организационной логики, которые можно попытаться изменить путем создания их более продуктивных форм.

Это также позволяет предположить, что попытки копировать стратегию развития другой нации, по крайней мере на уровне организации, – скажем, копирования тарифной или любой другой торговой политики – в лучшем случае столкнутся с трудностями, а вероятнее всего окажутся неэффективными. В США, например, потратили десятилетие, пытаясь копировать японские практики управления, и лишь немногие из этих практик были успешно перенесены на новую почву. Просто американцы оказались слишком индивидуалистичными для того, чтобы освоить групповое принятие решения или практику выплаты вознаграждений на групповой основе, которые прекрасно работают в Японии. В США совместное принятие решения несколькими фирмами вообще считается противозаконным. В японских же хозяйствах и обществе, пронизанных плотными сетями социальных связей, подобная практика широко распространена.

**4. Организация экономики оказывает влияние на экономическое преуспевание на мировом рынке.** Неоклассическая модель исходит из того, что индивиды и фирмы должны быть автономными. Я же предположила, что в реальности дело обстоит иным образом. Экономика суть принципиально различные социальные организации. Должно ли это становиться предметом нашего внимания? Должны ли мы пытаться исправить «несовершенные» структуры отношений между экономическими акторами – индивидами и фирмами? Как я уже отметила, это не только трудно, но и может оказаться вредным для экономики. *Экономическая организация способна выступать самим источником экономических преимуществ нации.*

Организация экономики влияет на ее способность качественно и эффективно производить определенные типы товаров. Например, южнокорейское общество в сильной степени стратифицировано. В этом иерархически организованном обществе элитные семьи контролируют и экономику, и политику. Корейская модель социальной организации складывалась в течение столетий, и даже десятилетия японской оккупации не поколебали ее основ. Подобный контроль над экономикой со стороны аристократической элиты позволил корейским фирмам накопить капитал в рамках крупных вертикально интегрированных фирм, занимающихся массовым производством товаров. Способность элит строить капиталоемкие производственные предприятия обеспечила экономический рост в автомобиле- и кораблестроении, производстве по выплавке стали и в других сферах, требующих дорогостоящих производственных мощностей. Корейская экономика преуспела, опередившись на свою модель социальной организации, благодаря которой удалось мобилизовать значительные объемы капитала и наемного труда, что и обеспечило ее сравнительные преимущества.

Подобно Корее, Тайвань был колонией Японии, и индустриализация там проводилась японцами. Его многое объединяет с соседней Кореей (например, скудные природные ресурсы); их сближает также и культура, основанная на конфуцианстве. Тайвань, однако, – это совершенно иначе структурированное общество, общество семейных кланов, связанных между собой личностными связями, известными как сети *guanxi* (куанкси)<sup>3</sup>. Тайваньская экономика в значительной мере основана на мелких и средних

<sup>3</sup> На западе слова «*guanxi*» и «связи» часто используются как взаимозаменяемые. Однако в определенных ситуациях «*guanxi*» подразумевает определенный негативный контекст, связанный с взяточничеством и коррупцией; «связи» же, как правило, означают положительные эмоции, доверие и дружбу, основанную на положительном опыте прошлых

по размеру сетям, образованных семейными фирмами. В отличие от Кореи, сети тайваньских фирм не способны накопить достаточно крупный капитал (с каждым поколением состояние дробится, чтобы все сыновья получили свое наследство). Однако Тайвань весьма преуспел, сделав акцент на производстве индивидуализированных, «знаниеёмких» товаров (таких, как программное обеспечение), а также товаров, не требующих больших вложений капитала и меняющихся вместе с изменением вкусов потребителей. Например, здесь делают садовую мебель и всякую мелкую утварь; такие производства очень быстро адаптируются к рыночным колебаниям. Жители Тайваня использовали свои модели социальной организации так, чтобы достичь сравнительных экономических преимуществ. При этом их модель отлична от корейской, и еще более она не похожа на неоклассическую модель автономных акторов.

### **Заключение**

Я начала с рассказа о Казуо Инамори, японском предпринимателе, который не мог производить или продавать выпускаемую им высококачественную продукцию на своем родном рынке в Японии. Это произошло не потому, что продукт был плох, и не потому, что Япония была не достаточно технологически развитой для того, чтобы оценить его по достоинству, и даже не потому, что японские производители электроники не нуждались в этой инновации. Причина была иной. Она состояла в том, что Инамори действовал как независимый экономический актор, который не мог проникнуть на пронизанные социальными сетями японские рынки капитала, труда, сырья и готовой продукции. Несмотря на то, что он был японцем, с социальной точки зрения он оказался вне рыночной организации. Он вынужден был отправиться в США, где независимым экономическим акторам находится достойное место.

Я не собираюсь утверждать, что экономические основы не играют никакой роли. Фирма или рынок должны производить товары, которые кто-то захочет купить, которые отвечают международным стандартам качества и предлагаются по разумной цене – всем этим требованиям предприятие Инамори действительно отвечало. Однако я утверждаю, что не существует одной-единственной модели рынка, которая ведет к заведомому успеху. Германия и Япония не должны изживать корпоративизм и экономические структуры, основанные на сотрудничестве, а Франции и Корее нет нужды избавляться от институтов элитной организации, которые позволили им преуспеть в науке и технике, в первом случае, и в капиталоемких производствах – во втором. Не следует и Тайваню беспокоиться из-за того, что со своими мелкими фирмами он не может выстроить крупномасштабной экономики; напротив, он добился успеха, пользуясь экономической гибкостью малых предприятий.

Обернувшись назад, мы видим, насколько неразумным выглядит подчас то, как МВФ, Всемирный банк и другие международные организации преследовали призрачную цель построения модели рынка, существующей лишь на бумаге и в головах авторов-экономистов. Гораздо лучше, с моей точки зрения (и опыт многих успешных экономик доказывает это), – изучить социальную организацию той или иной нации и найти в ней ключ к раскрытию ее экономических преимуществ. Опыт экономически успешных обществ подсказывает нам, что история, социальная структура и организация значимы для экономического успеха, и выработка нашей политики развития должна начинаться с осознания этого факта.

## Библиография

- Abolafia, Mitchel Y., Biggart, Nicole W. 1991. "Competition and Markets: An Institutional Perspective", in: *Socio-Economics: Toward a New Synthesis* / Ed. by A. Etzioni, Paul R. Lawrence. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe, P. 211-231.
- Barney, Jay B., Ouchi, William. 1986. "Basic Concepts", in: *Organizational Economics: Toward a New Paradigm for Understanding and Studying Organizations* / Ed. by Jay B. Barney. San Francisco: Jossey-Bass, P. 22-23.
- Biggart, Nicole W., Hamilton, Gary G. 1984. "The Power of Obedience" // *Administrative Science Quarterly*.
- Clyde, V. Prestowitz, Jr. 1988. *Trading Places: How We Allowed Japan to Take the Lead*. New York: Basic Books, P. 92-93.
- North, Douglass. 1993. "Institutions and Credible Commitments", *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 149: 11-23.
- Stigler, George J. 1972. "Competition" // *International Encyclopedia of the Social Sciences* / Ed. by David Sills. New York: Macmillan.
- Weber, Max. 1978. *Economy and Society*. Berkeley: University of California Press.