

## **СЕТЕВАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА В РОССИИ**

Российское предпринимательство, оказавшееся на гребне очередной волны динамичного развития с начала 1990-х гг., претерпевает значительные изменения. Они касаются социально-экономической, структурно-технологической, инновационной, финансовой организации бизнес-среды. Тенденции, которые лежат в основе современного предпринимательства (рыночные правила ведения дел, ориентация на потребителя, необходимость внедрения инновационных проектов), стали для российского предпринимателя основой реализации его потенциала. Наряду с нововведениями, пришедшими из более развитых бизнес-систем Европы, США и Азии, принципы нового экономического порядка в России учитывают традиции древнерусского купечества, берущие свое начало со времен становления Киевской Руси.

Так, средневековая торговля Руси носила ярко выраженный корпоративный характер, что нашло отражение в организации различных купеческих объединений, складничестве, устройстве гостиных дворов в крупных торговых центрах. Купеческие гильдии занимались не только организацией и обеспечением безопасности торговых поездок, но и гарантировали ее членам определенные привилегии в торгующей стране, строили собственные церкви, которые служили одновременно надежным хранилищем товаров<sup>1</sup>. Некоторые нормы древнепредпринимательской культуры — правила ведения дел, порядок организации объединений, система взаимных расчетов, взимания долгов — были закреплены не только в деловой практике, но нашли подтверждение в древних источниках<sup>2</sup>.

Восток и Запад наложили свой отпечаток на развитие бизнес-среды: в России прижились некоторые стандарты делового поведения, нормы и ценности, не свойственные для исконно российских традиций. Каждый этап исторического развития государства приносил новый импульс в развитие предпринимательства, добавляя новые штрихи к предпринимательской культуре.

Еще на стадии зарождения экономических отношений в Древней Руси наблюдались интеграционные тенденции, проявляющиеся в создании купеческих объединений. Эпоха Петра I характеризовалась особым статусом иностранного капитала и передовых западных технологий, столь необходимых отечественной экономике. В советское время преобладали коллективистские традиции — колхозы, производственные объединения, научно-промышленные комплексы. Современная отечественная экономика характеризуется как индивидуалистическими настроениями,

так и разного рода корпоративными формированиями, коалициями, союзами, сетями. На всех этапах исторического развития экономическое поведение хозяйствующих субъектов определялось соответствующей деловой атмосферой, развивалось в определенной институциональной среде с использованием присущих данной эпохе норм и традиций. Таким образом, проблемы возникновения и развития предпринимательской культуры до настоящего времени не утратили научного значения, а в современной институциональной среде приобретают новое звучание в связи с многообразием форм и способов деятельности экономических субъектов.

Эволюция феномена предпринимательской культуры проходила под воздействием факторов, способствовавших многостороннему развитию этого явления. Синкретичная модель культуры предпринимательства была основана еще в аграрную эпоху, когда главным производственным фактором выступала земля, а принципы организации производства строились на физическом и экономическом принуждении. Традиционная буржуазная модель предпринимательской культуры возникает на фоне разделения и кооперации труда, формирования должностной иерархии, материального стимулирования структуры вертикального подчинения. Современный этап развития общества характеризуется новыми аспектами организации производства и управления. Именно изменение внешних условий, формирование новых форм предпринимательства, трансформация принципов их функционирования в различных национальных экономиках приводят к необходимости осмыслить новую модель предпринимательской культуры, возникшую в результате перечисленных преобразований.

Некоторые исследователи<sup>3</sup>, сравнивая различные эпохи с точки зрения элементов развития общественного производства, отмечают, что в постиндустриальную эпоху знания, как критический фактор экономического преимущества, выходят на первый план. Именно знания легли в основу новой экономики, которая характеризуется неопределенностью развития. Нестабильность хозяйственных связей, вызванная переходными процессами в рамках национальных экономик и кризисными явлениями общемирового масштаба, приводит к необходимости постоянной адаптации поведения всех предпринимателей, участвующих в экономическом кругообороте, к изменяющейся внешней среде. Предприниматель вынужден подчиняться нормам хозяйственного поведения контрагента в той мере, в какой он вступает в процесс взаимодействия с покупателями, поставщиками, конкурентами, компаниями, обеспечивающими инфраструктуру взаимодействия, органами государственной власти, региональными и

международными объединениями и союзами. В результате он становится субъектом определенной экономической (предпринимательской) культуры как совокупности образцов поведения, социальных норм и общественных институтов, ориентирующих его на конкретные формы проявления экономической активности в системе предпринимательства.

Интернационализация и глобализация экономики также влияют на формирование национальной модели предпринимательской культуры. Внедрение в национальную экономику иностранных компаний, образование транснациональных компаний с участием отечественных предпринимательских структур, заимствование зарубежного опыта деловой практики приводит к трансформации отечественных традиций ведения бизнеса и к возникновению новых институциональных предпосылок его развития. Национальные экономики, в значительной степени интегрированные в мировое хозяйство, принимают унифицированные нормы и правила ведения бизнеса, типовые потребительские стандарты, сходные тенденции государственной экономической политики.

Новая экономика вызвала сетевизацию всех областей взаимодействия экономических субъектов. Предпринимательские, социальные, образовательные, научные сети стали необходимым условием эффективного существования экономического субъекта в деловом мире. Получая выгоды от объединения в сеть вследствие кооперации, интеграции планирования и исполнения, сотрудничество участников осуществляется на основе четких принципов взаимопомощи и взаимодоверия.

Вместе с тем в истории российской экономики сети имели различные проявления. Так, в ст. 48 и 54 пространной редакции «Русской Правды», составленной в XII в., но сохраняющей правовые нормы более раннего времени, зафиксирован институт складничества. Складничество (или складство) подразумевало объединение нескольких купцов (минимально два, но чаще больше), которые вели совместную торговлю и ездили торговать в другие города. Их внутренние отношения и внешнее окружение служили прообразом нынешних сетевых объединений, хотя природа современного взаимодействия предпринимательских структур имеет более сложную основу.

Для современной бизнес-среды характерны мотивация творчества, поддержание процессов самообучения организации, создание и управление виртуальными коллективами, т.е. создаются объективные предпосылки для всестороннего развития индивида, реализующего свой потенциал в различных

направлениях. Социальные сети стали неотъемлемой частью некоммерческого творчества (персональные выставки и творческие союзы), ведения бизнеса (индивидуальное предпринимательство и корпоративные объединения). В результате современную модель культуры предпринимательства называют постиндустриальной (сетевой). Рассмотрим реализацию отдельных норм нового типа культуры.

Формирование и развитие сетевых предпринимательских структур происходит в условиях трансформации среды взаимодействия экономических субъектов, преобразования институциональной среды, что в свою очередь приводит к созданию особой атмосферы, способствующей этому процессу. Изменение типа экономической системы (командной на рыночную) ведет к разрушению прежних механизмов и принципов функционирования экономических агентов. Для того чтобы не возникал организационный вакуум, зарождается сетевая среда с особым климатом доверия как главной нормой сетевой культуры.

Сети, как правило, не реализуют традиционные организационно-управленческие принципы, которые успешно апробированы рыночной системой. Они выбирают стратегии развития, основанные преимущественно на горизонтальной интеграции. Если на рынке действиями субъектов управляет «невидимая рука» с помощью ценовых сигналов, а в командно-административной — «видимая рука» управленцев, то сетевой форме управления свойственен высокий уровень осознания агентами своей взаимозависимости. В таких условиях функционирование участников сети возможно только при наличии доверия в качестве нормы, регулирующей отношения между ними. Доверие заключается в «ожидании определенных действий окружающих, которые влияют на выбор индивида, когда индивид должен начать действовать до того, как ему станут известны действия окружающих»<sup>4</sup>.

Это определение вполне справедливо и для фирм-участников сети. Обладая общими идеями, инновационными разработками, товарными знаками и торговыми марками, другими объектами интеллектуальной собственности, действуя в рамках единого экономического, информационного пространства, участники должны быть застрахованы от возможных недобросовестных действий. Круг участников сделок не ограничен лично знакомыми людьми — сотрудниками фирм, клиентами, поставщиками, кредиторами и т. д. Доверие должно выступать в деперсонифицированной форме.

Необходимость доверия даже для элементарной сделки с использованием предоплаты доказывается с помощью модели, суть которой сводится к следующему: чем больше величина проигрыша относительно выигрыша, тем выше должен быть

уровень доверия между участниками сделки<sup>5</sup>. Расчетные данные о минимально необходимом уровне доверия подтверждаются эмпирическими исследованиями<sup>6</sup>.

С помощью ответов на вопрос: «Исходя из вашего личного опыта, считаете ли вы, что окружающим людям можно доверять?» — был оценен уровень деперсонифицированного доверия в странах с развитой рыночной экономикой. В 1986 г. этот показатель составлял 94% в Дании, 90 — в ФРГ, 88 — в Великобритании, 84 — во Франции, 72 — на севере Италии и 65% на юге. Низкий уровень доверия восполняется различными «заменителями» доверия, принимающими форму вмешательства третьей стороны, которой доверяют оба участника сделки. Так, Д. Гамбетта объяснял различия в уровне доверия на севере и юге Италии влиянием мафии как регулятора всех социальных и политических отношений.

В командной экономике СССР эту роль выполняло государство через партийный аппарат, который осуществлял максимально персонифицированное и опосредованное вмешательство третьей стороны<sup>7</sup>. Без доверия к государству нельзя было обойтись, так как для заключения любой значимой сделки была необходима резолюция государственного партийного, планового, снабженческого органа. Поэтому доверие к контрагенту не требовалось, оно подменялось адекватными мерами государственного контроля.

На современном этапе социально-экономического развития мирового пространства оцениваются различные доверительные отношения. Так, индекс потребительского доверия Nielsen рассчитывается, исходя из следующих показателей: уверенность потребителей в перспективах трудоустройства, оценка ими состояния личных финансов и готовность покупать новые товары. Если в конце 2006 г. этот показатель составлял 99%, то в период мирового экономического спада он потерял сразу 6% и достиг рекордно низких показателей за последние несколько лет, набрав лишь 88%. В России наблюдается рост потребительского оптимизма: +3% по сравнению с результатами исследования во второй половине 2007 г. Впервые Россия вошла в десятку самых оптимистичных рынков, возглавивших список индекса потребительского доверия<sup>8</sup>.

Одним из условий функционирования сетевого взаимодействия является наличие еще одной нормы сетевой культуры — эмпатии. Индивид<sup>9</sup> действует на основе эмпатии: ставит себя на место контрагента и пытается понять его ощущения, интересы и намерения<sup>10</sup>. Доступность для понимания и предсказуемость действий контрагента позволяют ему вести бизнес, в основе которого лежат доверительные отношения. Например, производитель пытается определить отношение

потенциального покупателя к своей продукции. Попытка увидеть свой продукт глазами покупателя позволяет сформировать адекватную маркетинговую стратегию, разработать PR-кампанию, сформулировать рекламный слоган, адресованные именно данному покупателю. Эмпатия не отрицает свободы поведения. Каждый экономический субъект не ограничен в принятии решений, определяющих его дальнейшее существование. Деятельность участника взаимодействия тем свободнее, чем лучше он понимает и предсказывает действия окружающих, которые превращаются из препятствий к достижению рационально поставленных целей в условия успеха.

Таким образом, обозначенные нормы сетевой культуры определяют поведение субъектов предпринимательской деятельности. Отношения предпринимателей между собой, формирование различных предпринимательских объединений, взаимодействие с государством и другими институтами обусловлены желанием самих субъектов подчиняться этим правилам, уважать законы взаимодействия, добровольно выполнять взятые на себя обязательства.

Легальность существующих норм выступает в качестве главной предпосылки их выхода за пределы единичных случаев взаимодействия. Они становятся частью общей сетевой культуры, не зависят от территориальной принадлежности или факта личного знакомства потенциальных участников взаимодействия. Например, доверие между участниками сделки поддерживается эффективной защитой прав сторон государством. В свою очередь наличие четко зафиксированных государством прав собственности облегчает взаимное понимание интересов и намерений участников, т.е. существование эмпатии между ними<sup>11</sup>.

Формирование сетевой предпринимательской культуры происходит под действием факторов, к числу которых относится развитие самого общества и его культуры. Применительно к России активное внедрение в жизнь стереотипов, принципов рыночной экономики зачастую негативным образом сказывается на формировании новой предпринимательской культуры. В силу политической и экономической направленности на рыночные преобразования провозглашаются новые ценности, которые часто не воспринимаются всеми членами общества как основополагающие и императивные. Более того, рыночные институты носят неустойчивый характер. Сформированные под влиянием прежних идеалов, доктрины, концепты неправильно истолковываются или искажаются в силу российского менталитета. Так, начало 1990-х гг. сопровождалось перестройкой институциональной структуры общества. Но даже при расширении свободы действий новые институты

появлялись и развивались скорее в результате спонтанной самоорганизации, проистекающей из рациональных действий множества независимых участников рынка<sup>12</sup>.

Институциональная система состоит из формальных и неформальных правил, а также культурных традиций и ценностей. И если формальные нормы, как правило, зафиксированы в правовых актах, деловых контрактах, то неформальные правила не дают оснований для государственного контроля за их исполнением. Их соблюдение в большей степени опирается на социальный капитал, имеющий в своей основе доверие и репутацию участников взаимодействия, на уверенность в том, что другие знают эти правила и готовы их соблюдать, а не на силовые структуры государства<sup>13</sup>.

Неформальные нормы в свою очередь опираются на более широкое основание в виде культурных традиций и ценностей, утвердившихся в данном обществе. Культурные традиции связаны с воспроизведением устойчивых практик поведения, которые вошли в привычку, закреплены в местных обычаях. На этом уровне люди повторяют свои повседневные действия, совершая их автоматически, часто не думая об их эффективности и не придавая им большого значения. Воспроизводство культурных традиций связано со стилем жизни, способами восприятия информации, с идентификацией людей с одними группами и их противопоставлением другим группам (делением на «своих» и «чужих»). Именно это придает им дополнительную устойчивость<sup>14</sup>.

В рамках новой экономики это обстоятельство особенно важно как основание для эффективного отбора участников сети. Единая информационная среда, расширенные возможности обмена информацией, коммуникационные технологии позволяют из множества потенциальных партнеров выбрать ту бизнес-единицу, сетевое объединение с которой принесет максимальный эффект остальным участникам сети. В российской действительности сетевые объединения строятся на основе финансовой, социальной, производственной зависимости. Неурегулированность вопросов собственности, непрозрачность доходов и другие несовершенства институционального окружения трансформируют поведение участников российских сетей, отличая механизм сетевого формирования от западных аналогов. Они предстают в разных организационных формах — от классических холдингов до структур, в которых предприятия связаны между собой лишь неформальными взаимными обязательствами их основных собственников или управляющих<sup>15</sup>. Тем не менее сетевой характер группировки собственности на основе социальных связей делает такую структуру хотя и гибкой, но непрозрачной для

внешнего наблюдателя, поэтому российские сети остаются малопривлекательны для зарубежных партнеров.

Российской спецификой также можно назвать параллельные институциональные режимы, когда одни и те же деловые практики регулируются разными нормами<sup>16</sup>. Например, с введением единой шкалы подоходного налога часть заработной платы была выведена из «тени». Но поскольку налоговое администрирование не стало жестким, а в неуплате налога были заинтересованы и работники, и работодатели, труд по сей день оплачивается в двух формах — через кассу и «в конвертах», хотя доля последней сокращается.

Параллельные институциональные режимы уживаются друг с другом и в сфере формальных правил. Характерным примером может служить сфера российского малого предпринимательства, субъекты которого могут выбирать между обычной системой, упрощенной или налогом на вмененный доход<sup>17</sup>.

В результате ни индивиды, ни фирмы в целом не имеют ясного и четкого поля для эффективной деятельности и взаимодействия между собой. Поэтому предпринимательская культура усваивает новые идеалы или ценности весьма медленно, адаптируя заимствованные или формируя собственные с возможностью постоянной их корректировки. Для их устойчивого воспроизводства должны быть сформированы продуктивные институты, к числу которых относятся:

- открытая рыночная экономика, свободные цены, низкие таможенные барьеры;
- поддержание конкуренции на рынках;
- доминирование частной собственности при ее жесткой защите;
- соблюдение договорных обязательств: рыночная экономика — сетевая экономика сделок и оформляющих их договоров. Обязательность позволяет снижать транзакционные издержки и считается важнейшим деловым качеством;
- налоговая система, подконтрольная налогоплательщикам через демократические представительные учреждения с сильным налоговым администрированием; уклонение от уплаты налогов признается преступлением и сурово карается;
- эффективные государственные службы с низким уровнем коррупции;
- прозрачные публичные компании и финансовые учреждения, раскрытие информации которых и ее проверяемость позволяют им пользоваться доверием партнеров, кредиторов, инвесторов и привлекать финансовые средства для развития с минимальными издержками;



– демократическая политическая система с политической конкуренцией, разделением и сменяемостью властей, создающая надежные механизмы контроля общества над государством и бюрократией;

– законопослушность граждан, воспитываемая с детства и культивируемая в обществе; независимый суд, вызывающий доверие граждан к справедливости принимаемых им решений; сильная система органов охраны правопорядка и исполнения судебных решений, обеспечивающая высокую степень неотвратимости наказания за нарушение законов; минимальный разрыв между формальными и неформальными нормами социального поведения<sup>18</sup>.

Обладая названными качествами, экономические системы развитых стран более приспособлены к развитию сетевых механизмов, способствующих быстрому росту национальной экономики на качественно новой основе. Однако низкая экономическая культура и слабые институты в России порождают значительное недоверие между экономическими агентами, что резко ограничивает сетевизацию экономики. Российская предпринимательская культура, претерпевшая глобальные изменения за время командной экономики, вынуждена активно препятствовать старым (советским) стереотипам мышления и принципам хозяйственной деятельности. Не случайно Я. Корнаи писал о взаимной подозрительности на микроуровне как результате функционирования социалистической экономической системы<sup>19</sup>.

Кроме того, еще ряд факторов<sup>20</sup> повлиял на становление российской культуры предпринимательства вообще и сетевой культуры в частности. Во-первых, государство всегда имело огромное влияние на все сферы деятельности человека — гражданина, потребителя, предпринимателя. Почти на всем протяжении истории он выступал как проситель. Возможность заниматься предпринимательством зависела от чиновников. Вследствие этого отличительной особенностью российского предпринимательства стало стремление к экономическому успеху за счет не повышения эффективности производства, а получения выгодных правительственных заказов, льготных кредитов или ссуд. Это становится возможным, с одной стороны, путем включения ответственных государственных лиц (или членов их семей) в структуру собственности сетевых образований. Дополнительные конкурентные преимущества такие структуры приобретают именно благодаря присутствию «своих» и, как следствие, невозможности «чужим» проникнуть в их сферу деятельности. В конкуренции чисто предпринимательские сети обычно проигрывают смешанным сетям, включающим представителей власти и бизнеса. С другой стороны, влияние этого фактора проявляется в росте коррупции среди отечественных чиновников

любого уровня. Зависимость предпринимателей от власти сопровождается взяточничеством, подкупом должностных лиц и иными негативными социально-экономическими явлениями.

Во-вторых, тип хозяйствования в России всегда определялся наличием огромных неосвоенных пространств и суровых природно-климатических условий на территории страны. Это порождало преобладание экстенсивного роста отечественной экономики над интенсивным, а в психологическом плане чувство ответственности за происходящее резко снижалось, вырабатывая культуру иждивенчества, которая проявлялась в потребительском типе экономического мышления.

В-третьих, Россия по своей истории и социально-психологической сути — общинная социокультурная система. Община выступала как социальный институт, носитель социального и хозяйственного опыта, обычаев, традиций, образа жизни. Поэтому культурная предрасположенность к ведению общей хозяйственной деятельности логично воплощалась в развитии сетевых предпринимательских структур в современной России. Доминирующим типом у нас были неформальные и семейно-родовые отношения, что соответствует природе современных сетей, в основе которых лежит реализация накопленного социального капитала. Попытки перейти к чисто денежным, гражданским отношениям всякий раз терпят неудачу, поскольку новые принципы хозяйствования не соответствуют российским культурным устоям.

Подводя итог, отметим, что российская экономика внутренне (с присущими ей культурными традициями и историческим опытом) и внешне (функционирование в русле общемировых тенденций развития предпринимательского сектора) готова к реализации новых механизмов взаимодействия предпринимательских структур на основе сетевого подхода. Хотя российская бизнес-среда имеет особенности в сравнении с экономическим пространством развитых стран, сетевое взаимодействие участников рынка становится неотъемлемой частью деловой практики и действенной стратегией развития предпринимательских структур. В свою очередь сетевая предпринимательская культура служит фоном и необходимым условием эффективного функционирования всех видов сетей. Их участники, имея общие ценностные ориентации, формируемые посредством культурных механизмов через религию, традиции, исторические обычаи, а также на основе практики совместного решения проблем выживания и приспособления к новым экономическим условиям, т.е. используя единые нормы сетевой культуры, получают неоспоримые преимущества такого взаимодействия.

## Примечания

- <sup>1</sup> Рыбина Е.А. Торговля средневекового Новгорода: Историко-археологические очерки / НовГУ им. Я. Мудрого. Великий Новгород, 2001.
- <sup>2</sup> См.: Законодательство Древней Руси // Российское законодательство X-XX вв.: в 2 т. Т. 1. М.; 1984. Многочисленные грамоты Великого Новгорода и Пскова; Новгородская первая летопись старшего и младшего изводов.
- <sup>3</sup> Например, *Макеева В.Г.* Культура предпринимательства: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2002.
- <sup>4</sup> *Ostrom E.* Behavioral. Approach to the Rational Choice Theory of Collective Action // American Political Science Review. 1998, March. Vol. 92. № 1. P. 12.
- <sup>5</sup> Подробнее см.: *Kreps D.* Corporate Culture and Economic Theory / Perspectives on Positive Political Economy // ed. by J. Alt, K. Shepsle. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. P. 100.
- <sup>6</sup> *Патрушев С.В.* Представление об обществе и проблема идентичности у поколения граждан // Российская повседневность и политическая культура: возможности, проблемы и пределы трансформации. М.: ИСП РАН, 1996.
- <sup>7</sup> См. подробнее: *Олейник А.Н.* Институциональная экономика: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2005. С. 100-102.
- <sup>8</sup> Новости с официального сайта компании Nielsen. [http://www.acnielsen.ru/news.php?news\\_id=40](http://www.acnielsen.ru/news.php?news_id=40)
- <sup>9</sup> В данном случае под индивидом следует понимать владельца, менеджера или рядового сотрудника компании, т.е. любое заинтересованное лицо, принимающее решения в интересах фирмы.
- <sup>10</sup> *Monroe K. A.* Fat Lady in a Corset: Altruism and Social Theory // American Journal of Political Science. 1994. Vol. 38. № 4. P. 884.
- <sup>11</sup> *Олейник А.Н.* Указ. соч. С. 104.
- <sup>12</sup> *Кузьминов В., Радаев В., Яковлев Л., Ясин Е.* Институты: от заимствования к выращиванию // Вопросы экономики. 2005, № 5. С. 6.
- <sup>13</sup> Там же. С. 10.
- <sup>14</sup> Там же. С. 11.
- <sup>15</sup> *Панпэ Я.Ш.* «Олигархи». Экономическая хроника, 1992-2000. М.: ГУ-ВШЭ, 2000. С. 17.
- <sup>16</sup> *Радаев В.* Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ-ВШЭ, 2003.
- <sup>17</sup> *Кузьминов В., Радаев В., Яковлев Л., Ясин Е.* Указ. соч. С. 23.
- <sup>18</sup> *Ясин Е., Яковлев А.* Конкурентоспособность и модернизация российской экономики // Вопросы экономики. 2004, № 7. С. 20.
- <sup>19</sup> *Kornai J.* The Socialist System. The Political Economy of Communism. Princeton: Princeton University Press, 1992. P. 98-99.
- <sup>20</sup> *Макеева В.Г.* Указ. соч. С. 53-57.

1. Rybina E.A. Torgovlja srednevekovogo Novgoroda: Istoriko-arheologicheskie ocherki / NovGU im. Ja. Mudrogo. Velikij Novgorod, 2001.
2. Sm.: Zakonodatel'stvo Drevnej Rusi // Rossijskoe zakonodatel'stvo X-XX vv.: v 2 t. T. 1. M.; 1984. Mnogochislennye gramoty Velikogo Novgoroda i Pskova; Novgorodskaja pervaja letopis' starshego i mladshhego izvodov.

- 
3. Naprimer, Makeeva V.G. Kul'tura predprinimatel'stva: uchebnoe posobie. M.: INFRA-M, 2002.
  4. Ostrom E. Behavioral. Approach to the Rational Choice Theory of Collective Action // American Political Science Review. 1998, March. Vol. 92. № 1. P. 12.
  5. Podrobnее sm.: Kreps D. Corporate Culture and Economic Theory / Perspectives on Positive Political Economy // ed. by J. Alt, K. Shepsle. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. P. 100.
  6. Patrushev S.V. Predstavlenie ob obwestve i problema identichnosti u pokolenija grazhdan // Rossijskaja povsednevnost' i politicheskaja kul'tura: vozmozhnosti, problemy i predely transformacii. M.: ISP RAN, 1996.
  7. Sm. podrobnее: Olejnik A.N. Institucional'naja jekonomika: uchebnoe posobie. M.: INFRA-M, 2005. S. 100-102.
  8. Novosti s oficial'nogo sajta kompanii Nielsen. [http://www.acnielsen.ru/news.php?news\\_id=40](http://www.acnielsen.ru/news.php?news_id=40)
  9. V dannom sluchae pod individom sleduet ponimat' vladel'ca, menedzhera ili rjadovogo sotrudnika kompanii, t.e. ljuboe zainteresovannoe lico, primimajuwee reshenija v interesah firmy.
  10. Monroe K. A. Fat Lady in a Corset: Altruism and Social Theory // American Journal of Political Science. 1994. Vol. 38. № 4. P. 884.
  11. Olejnik A.N. Ukaz. soch. S. 104.
  12. Kuz'minov V., Radaev V., Jakovlev L., Jasin E. Instituty: ot zaimstvovanija k vyravivaniju // Voprosy jekonomiki. 2005, № 5. S. 6.
  13. Tam zhe. S. 10.
  14. Tam zhe. S. 11.
  15. Pappje Ja.Sh. «Oligarhi». Jekonomicheskaja hronika, 1992-2000. M.: GU-VShJe, 2000. S. 17.
  16. Radaev V. Sociologija ryнков: k formirovaniju novogo napravlenija. M.: GU-VShJe, 2003.
  17. Kuz'minov V., Radaev V., Jakovlev L., Jasin E. Ukaz. soch. S. 23.
  18. Jasin E., Jakovlev A. Konkurentosposobnost' i modernizacija rossijskoj jekonomiki // Voprosy jekonomiki. 2004, № 7. S. 20.
  19. Kornai J. The Socialist System. The Political Economy of Communism. Princeton: Princeton University Press, 1992. P. 98-99.
  20. Makeeva V.G. Ukaz. soch. S. 53-57.