

Библиотека Института современного развития

**РОССИЙСКИЕ СРЕДНИЕ КЛАССЫ  
НАКАНУНЕ И НА ПИКЕ  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

Москва  
«Экон-Информ»  
2008

**ББК 60.541.2:60.543.42**

**Р76**

***Коллектив авторов***

*А.Е. Шаститко, С.Б. Авдашева, М.А. Овчинников,  
Т.М. Малева, Л.Н. Овчарова,*

**Р76 Российские средние классы накануне и на пике экономического роста. – М.: Экон-Информ, 2008. – 200 с.**

В последнее время тема среднего класса находится в эпицентре политического, общественного и экспертного обсуждения. Авторы, опираясь на многолетний опыт исследования этой проблемы, рассматривают вопрос о месте, роли и функциях среднего класса на различных этапах социально-экономического развития России за последнее десятилетие. Исследование позволило определить масштабы, границы и структуру как российского среднего класса, так и других социальных групп, которые сегодня не относятся к средним классам, но обладают определенным потенциалом для перемещения в данную группу, а также отношение среднего класса к конкуренции и порядку. Данная публикация является промежуточным документом исследовательского проекта Института современного развития и предназначена для широкого научно-практического использования.

**ISBN 978-5-9506-0370-9**

© Институт современного развития, 2008 г.

## ПРЕДИСЛОВИЕ

В мае 2008 года Институт современного развития начал масштабный исследовательский проект по изучению феномена российского среднего класса. В числе его участников – ведущие экспертные центры страны: Независимый институт социальной политики, Бюро экономического анализа, Институт национального проекта «Общественный договор», Институт энергетики и финансов.

Проект рассчитан на 2008-2009 гг. Но уже его первые результаты представляют интерес не только для экспертного сообщества, но и для органов государственной власти. Не надо забывать, что в соответствии с утвержденной Правительством Стратегией долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 года доля среднего класса в населении к концу прогнозируемого периода должна превысить 50%.

В исследовании подробно анализируются границы и динамика развития среднего класса, его профессионально-социальный состав, источники доходов и структура расходов, потребительское поведение, его запросы на институты конкурентной экономики и гражданского общества. Все эти вопросы стали еще более актуальными в связи с кризисом, в который втянулась Россия во второй половине 2008 года. Ведь кризисы могут носить не только деструктивный, но и очистительный характер. Именно на это обстоятельство рассчитывают авторы исследования и Институт современного развития, начинающий серию публикаций по основным направлениям проекта «Российский средний класс».

Председатель Правления  
Института современного развития

И. Юргенс

# СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	3
<b>Часть 1. Российские средние классы накануне и на пике экономического роста</b>	
Введение.....	7
1. Определение масштабов и границ среднего класса: базовые методологические принципы.....	11
2. Информационная база исследования.....	18
3. Материально–имущественный критерий среднего класса.....	23
3.1. Общие методологические подходы и эмпирические результаты.....	23
Доходы.....	28
Сбережения.....	34
Движимое имущество.....	37
Жилищная обеспеченность.....	39
3.2. Интегральные оценки: стратификация по материально-имущественному критерию на основе концентрации признаков ..	44
4. Социально-профессиональный критерий среднего класса.....	55
4.1. Общие методологические подходы.....	55
4.2. Эмпирические результаты.....	62
5. Субъективный критерий среднего класса (Признаки социального самочувствия).....	64
5.1. Общие методологические подходы.....	64
5.2. Эмпирические результаты.....	67
6. Современная структура среднего класса и его социального окружения.....	69
7. Средние классы: был ли рост на этапе роста?.....	76
8. Институциональные факторы роста среднего класса.....	89
9. Средние классы накануне новых испытаний.	
<i>Вместо заключения</i> .....	96

## **Часть 2. Конкуренция и стратегии представителей среднего класса**

1. Постановка проблемы .....	103
2. Формирование коалиций в поддержку модернизации.....	111
2.1. Воздействие конкурентного порядка на разные социальные группы .....	111
2.2. Эффекты конкурентного порядка для разных групп в рамках среднего класса.....	117
2.3. Зависимость структуры среднего класса от характеристик экономической системы .....	121
3. Отношение среднего класса к конкурентному порядку в социологических исследованиях: экономическая реконструкция...	124
4. Оценка отношения представителей среднего класса к конкурентному порядку: результаты серии углубленных интервью .....	130
4.1. Представители среднего класса о конкуренции.....	132
4.1.1. Конкуренция как инновационные потребительские практики .....	132
4.1.2. Конкуренция на рынках производимых товаров .....	137
4.1.3. Конкуренция в системе представлений и ценностей среднего класса .....	142
5. Результаты исследования: выводы и рекомендации .....	157
Литература .....	161
Приложение 1. Взаимосвязь конкуренции и интересов представителей среднего класса в России: предпосылки и методы эмпирического анализа .....	164
Приложение 2. Средний класс и конкуренция: сценарии углублённого интервью и требования к сопроводительной записке .....	169
Приложение 3. Характеристика выборки .....	192



*Т. М. Малева, Л. Н. Овчарова*

# **Часть I. РОССИЙСКИЕ СРЕДНИЕ КЛАССЫ НАКАНУНЕ И НА ПИКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

## **ВВЕДЕНИЕ**

Формирование и рост среднего класса является свидетельством и в конечном итоге важнейшим критерием эффективности социально-экономической политики, который в свою очередь свидетельствует о прочности всей системы экономических, социальных, политических и гражданских институтов. Успешное развитие страны в 2000-2007 гг., устойчивый экономический рост, повышение экономической активности и снижение уровня безработицы на рынке труда, рост реальных доходов населения, заработной платы, пенсий, снижение уровня бедности, увеличение объемов финансирования социальных отраслей, децентрализация социальных программ, модернизационные сдвиги в потребительском поведении населения и т.д. – все это давало основание ожидать, что средний класс в России растет в количественном и качественном отношении – его становится больше и сам он становится богаче и увереннее. Таким ожиданиям также способствовало стремительное перемещение социальных проблем на первые места в приоритетах социально-экономического развития последних лет. Это – пенсионная реформа, введение нового трудового законодательства, новации и эксперименты в системе образования, перераспределение бюджетных полномочий с федерального уровня на уровень субъектов РФ. Это – на-

циональные приоритетные проекты «Здоровье», «Образование», «Доступное и комфортное жилье». Это – стратегическая демографическая программа по стимулированию рождаемости и новое миграционное законодательство.

Вступление в новый политико-деловой цикл после завершения парламентских и президентских выборов в 2007-2008 гг. положило начало поиску стратегии социально-экономического развития страны на средне- и долгосрочную перспективу<sup>1</sup>. Впервые, формулируя свою долгосрочную социальную концепцию, государство позволило себе отойти от задачи преодоления (снижения) бедности, ставшей в 1990-2000-х гг. традиционной, и сформулировало принципиально иную стратегическую цель – рост среднего класса<sup>2</sup>. На данном этапе сложилось понимание, что в стране накоплено достаточно ресурсов для того, чтобы поддержать развитие среднего класса.

Второй аргумент, который в публичной риторике звучит значительно реже, но в реальности является не менее, а, возможно, более важным, состоит в том, что развитие среднего класса – не только результат положительной экономической динамики, но и источник дальнейшего устойчивого экономиче-

---

<sup>1</sup> Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации: [http://mert.tatar.ru/rus/file/pub/pub\\_8406.doc](http://mert.tatar.ru/rus/file/pub/pub_8406.doc); Коалиции для будущего. Стратегии развития России. / «СИГМА» – М., РИО-центр, 2007. – 111 стр.; Россия в 2008-2016 годах. Сценарии экономического развития. РИО-центр. – М., «Научная книга», 2007 – 753 с.

<sup>2</sup> Об этой масштабной политической цели говорилось в выступлении Президента России в феврале 2008 г. на расширенном заседании Госсовета «О стратегии развития России до 2020 года». [http://www.kremlin.ru/appears/2008/02/08/1542\\_type63374type63378type82634\\_159528.shtml](http://www.kremlin.ru/appears/2008/02/08/1542_type63374type63378type82634_159528.shtml). Эта же задача сформулирована в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации: [http://mert.tatar.ru/rus/file/pub/pub\\_8406.doc](http://mert.tatar.ru/rus/file/pub/pub_8406.doc);

ского роста. Для реализации амбициозных долгосрочных целей необходимо существование весомой социальной группы, способной воспринимать и реализовывать инновации и модернизации во всех сферах жизни. Если для старта социально-экономической модернизации принципиальное значение имеет коалиция экономических и политических элит, то успех в достижении этих целей зависит от социальной базы модернизации. Эту роль может и должен выполнять массовый средний класс. Эта роль среднего класса обусловлена следующим:

- Средний класс – это наиболее производительная, образованная и эффективная рабочая сила, концентрирующая человеческий и социальный капитал нации.

- Средний класс – класс, обладающий собственностью, и заинтересованный в стабильности экономических, финансовых и социальных институтов, в том числе институтов, регулирующих отношения собственности.

- Серединное положение среднего класса в системе социальных отношений предопределяет его важнейшую роль в стабилизации общей социальной структуры и обеспечивает связь между различными социальными группами любого общества.

- Средний класс – активный экономический субъект потребительского рынка и от его активности зависит состояние и перспективы развития этого рынка.

- Средний класс – проводник инновационных форм экономического, потребительского и финансового поведения, он первый осваивает передовые практики и транслирует их всему обществу.

- Средний класс – основной налогоплательщик и, тем самым, со-инвестор социальной сферы.

Эти обстоятельства послужили основанием для старта совместного крупного исследовательского проекта Института современного развития (ИНСОП) и Независимого института социальной политики (НИСП) «Формирование массового среднего класса»<sup>3</sup>.

Это не первое обращение нашего исследовательского коллектива к проблеме формирования и развития среднего класса в современной России. В 2000 г. было проведено исследование «Средний класс в России: экономические и социальные стратегии» (руководитель Т.М. Малева)<sup>4</sup>. Это исследование, результаты которого были подробно изложены в итоговой коллективной монографии<sup>5</sup>, было посвящено решению следующих научных задач:

- разработка методологии идентификации среднего класса;

---

<sup>3</sup> Проект Независимого института социальной политики (НИСП) «Формирование массового среднего класса». Руководитель проекта – *Т. Малева*, координаторы – *Е. Головляницына, С. Сурков*. Участники проекта: *А. Бурдяк, Д. Ибрагимова, М. Малкова, Л. Овчарова, Е. Селезнева, О. Синявская, А. Сухова, С. Шишкин*.

<sup>4</sup> Исследование основано на эмпирических оценках, которые были получены в ходе масштабного репрезентативного социологического опроса 4 тыс. российских домохозяйств, представляющих 12 регионов России. Исследование строилось на выборке, репрезентирующей все население России, представленное домохозяйствами. В то же время исходя из предположения, что средние классы в большей мере сконцентрированы в городской среде (предположение, которое в ходе исследования получило подтверждение), была сконструирована и дополнительная выборка, репрезентирующая городское население, объем которой составил 1625 домохозяйств. Всего исследование охватило 5 тыс. домохозяйств.

<sup>5</sup> Средние классы в России: экономические и социальные стратегии // Коллективная монография под ред. *Т. М. Малевой*. Авторский коллектив: *Е.М. Аврамова, Т.М. Малева, М.В. Михайлюк, Л.И. Ниворожкина, А.А. Овсянников, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, Я.М. Рощина, С.В. Сурков, Н.Ю. Фирсова* – М., Гендальф, 2003

- выделение среднего класса из общей структуры населения и определение на этой основе его масштабов и границ;
- изучение экономических и социальных стратегий среднего класса и их отличий от других социальных групп.

Хотя фундаментальный методологический вопрос, который лежит в основании всех прочих, – «Что такое средний класс в современной России и как его найти в сложной социальной структуре российского общества?», – в целом нашел свое решение, алгоритмы его выделения по-прежнему являются трудной во многих отношениях задачей, и именно ей посвящена настоящая работа. Мы предлагаем уточнение методологии применительно к стадии экономического роста, приводим эмпирические оценки его масштабов и границ, а также анализируем динамику социальной структуры российского общества на различных этапах экономического цикла.

## **1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МАСШТАБОВ И ГРАНИЦ СРЕДНЕГО КЛАССА: БАЗОВЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ**

Коротко изложим историю вопроса, а также основные методологические принципы, которые были сформулированы 8 лет тому назад, а затем развиты и скорректированы применительно к такому сложному объекту, как российская стратификационная пирамида на современном этапе развития.

Несмотря на то, что термин «средний класс» прочно вошел в научный и общественный оборот, до сих пор нет его однозначного определения. Различные исследователи вкладывают в него различный смысл и пользуются различными дефинициями.

Не будем спорить – феномен среднего класса многогранен, противоречив и сложен, как и судьба самого термина.

Первое его упоминание можно найти еще у Аристотеля<sup>6</sup>, однако в понятийный научный аппарат его ввел М. Вебер, считающегося родоначальником теорий среднего класса<sup>7</sup>. Далее термин занял свое место и в политической риторике, и в общественном сознании, хотя сегодня, по справедливому замечанию В.В. Радаева, средний класс – и не средний, и не класс в принятом смысле слова<sup>8</sup>. Тем не менее его нельзя ни отменить, ни

---

<sup>6</sup>« (8)...Государство более всего стремится к тому, чтобы все в нем были равны и одинаковы, а это свойственно преимущественно людям средним. Таким образом, если исходить из естественного, по нашему утверждению, состава государства, неизбежно следует, что государство, состоящее из средних людей, будет иметь и наилучший государственный строй. Эти граждане по преимуществу и остаются в государствах целыми и (30) невредимыми. Они не стремятся к чужому добру, как бедняки, а прочие не посягают на то, что этим принадлежит, подобно тому как бедняки стремятся к имуществу богатых. И так как никто на них и они ни на кого не злоумышляют, то и жизнь их протекает в безопасности.

(9)... там, где средние граждане многочисленны, всего реже бывают среди граждан группировки и раздоры. И крупные государства по той же самой причине – именно потому, что в них многочисленны средние граждане, – менее подвержены распрям; в небольших же государствах население легче разделяется на две стороны, между которыми не остается места для средних, и почти все становятся там либо бедняками, либо богачами... Но когда за отсутствием средних граждан неимущие подавляют своей многочисленностью, государство оказывается в злополучном состоянии и быстро идет к гибели» *Аристотель*, «Политика», Книга 4

<http://www.politnauka.org/library/classic/aristotel-recenz.php>

<sup>7</sup> *Вебер М.* Класс, статус и партия. // В: Социальная стратификация. Вып. 1. ИНП РАН, 1992, 36 с.; *Вебер М.* Основные понятия стратификации // Социологические исследования. 1994. № 5, С. 147-156

<sup>8</sup> *Радаев В.В.* Средний класс как нормативная модель / Дискуссия о среднем классе. Материалы конференции «Средний класс: проблемы формирования и перспективы роста» / ИНСОП, 24 апреля 2008 г. – М., «Научная книга», 2008 – 78 с., С. 39-45

проигнорировать, но можно структурировать и исследовать этот феномен применительно к тем или иным социальным условиям.

В науке в целом в настоящее время сложились три научных подхода к изучению проблемы среднего класса.

В экономических исследованиях преобладает *монетарный подход*, согласно которому делаются попытки дать определение среднего класса в терминах денежных доходов или в лучшем случае и крайне редко – в терминах материальных активов.

Социологическая школа выдвигает два подхода.

В рамках первого средним классом называются люди с относительно высоким уровнем образования и должностным положением. Это поиски *социально-профессионального среднего класса*.

Вторая школа в качестве стратификационного использует критерий самоощущений, так называемую *социальную самоидентификацию*.

В соответствии с тем или иным из выше названных критериев существуют: «экономический» средний класс, «социально-профессиональный» средний класс, «субъективный» средний класс. Они пересекаются, но не совпадают.

В эволюционно развивавшихся рыночных обществах такой проблемы либо не существует, либо она не имеет подобной остроты. Все перечисленные критерии обладают высокой консистентностью: люди с высшим образованием обладают высокой конкурентоспособностью на рынке труда и в других экономических сферах, имеют относительно высокий доход (неважно – трудовой или предпринимательский) и, как результат, высоко оценивают свой статус в обществе. В конечном итоге все сходится на одних и тех же социальных группах, и столь сложная методологическая задача, как та, которая стоит перед нами, ре-

шается относительно легко. Не случайно, что преобладающим подходом в современных западных исследованиях является доходная стратификация, построенная на вычленении различных групп населения по уровню материальных активов<sup>9</sup>. Исследования, в которых с равной степенью глубины рассматривались бы проблемы идентификации среднего класса в терминах материальной обеспеченности, социально-профессионального статуса и субъективных оценок, почти нет.

Подробный анализ российских и зарубежных теорий среднего класса до середины 1990-х гг. приведен в монографии «Средний класс в России: количественные и качественные оценки»<sup>10</sup>. За прошедшее десятилетие новых крупных теоретических работ, посвященных проблеме среднего класса, не появилось.

---

**Вставка 1. Средний класс в российских и зарубежных исследованиях 2000-х**

*Говоря о российских исследованиях среднего класса последних лет, можно упомянуть публикации по результатам двух крупных проектов.*

*Проект Института социологии РАН<sup>11</sup> называет «средним классом» группу, выделенную по критерию самоидентификации с данным термином,*

---

<sup>9</sup> См., например: *Giddens A. The Class Structure of the Advanced Societies* // London, 1973; *Homczynski K.M. Class and Status in East-European Perspective* // Jn. *The Transformation of Europe. Social Conditions and Consequences*. W-wa, JfiS Publishers, 1993; *Kraus I. Stratification, Class, and Conflict* // N-Y., 1976; *Mokrzycki E. A New Middle Class?* // Jn: *Democracy, Civil Society and Pluralism in Comparativ Perspective: Poland, Great Britain and the Netherlands*, W-wa, JF:S Publishers, 1995; *Rose, Stephen J. Social Stratification in the United States*. // N.Y.: The New Press, 2000

<sup>10</sup> Подробнее см.: *Средний класс в России: количественные и качественные оценки* // *Е.М. Аврамова, Л.М. Григорьев, Т.П. Космарская, Т.М. Малева (руководитель авторского коллектива), М.В. Михайлюк, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, М.Ю. Урнов – М., ТЕИС, 2000*

<sup>11</sup> *Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад Института социологии РАН – М., 2006*

и использует традиционные доходно-имущественный и квалификационно-должностной критерии лишь как дополнительные. Эмпирическая база проекта – обследования 1999, 2003, 2006 гг., в каждом случае опрашивались только представители «среднего класса» по выборкам 2000 тыс. чел.

Исследование О.И. Шкаратана и его коллег<sup>12</sup> трактует средний класс как одну из групп в условиях этакратического общественного устройства и нацелен на изучение профессиональных агрегатов в его составе, в том числе с учетом их функциональности либо дисфункциональности, а также выделение «реальных» социальных групп с использованием агрегирующих методов анализа данных (кластерный анализ). Проект опирается на собственную эмпирическую базу (обследования 1994, 2002, 2006 гг.) – общероссийские представительные опросы экономически активного населения с выборками не более 3000 человек.

В обоих случаях, во-первых, охватывается не все население и, во-вторых, фокус анализа смещается в сторону более частных концептов (субъективный средний класс, «новый» средний класс информационных работников, городской средний класс).

В зарубежной научной среде активное обсуждение вопросов, связанных с тематикой социальной стратификации и классовым неравенством, велось в 2000-2003 гг.<sup>13</sup> На смену популярным в первой половине 1990-х гг. постмодернистским идеям о «гибели класса»<sup>14</sup> пришло признание значимости классов как групп с различным уровнем ресурсной обеспеченности и, соответственно, с различными жизненными шансами и траекториями<sup>15</sup>. Эти исследования близки к тому пониманию проблемы среднего класса, которого мы придерживались в своих прошлых и настоящем исследовании.

---

---

<sup>12</sup> Шкаратан О.И., Иняевский С.А., Любимова Т.С. Новый средний класс и информациональные работники на российском рынке труда // *Общественные науки и современность*. 2008. № 1. С. 5-27

<sup>13</sup> Scott J. Social Class and Stratification in Late Modernity // *Acta Sociologica*. 2002. No. 45 (1). P.; Wright E.O. Class, Exploitation, and Economic Rents: Reflections on Sorensen's "Sounder Basis" // *The American Journal of Sociology*. 2000. No. 105 (6). P. 1559-1571

<sup>14</sup> Обзор см. в Pakulski J., Waters M. *The Death of Class*. L.: Sage Publications, 1995

<sup>15</sup> *Mobility and Inequality: Frontiers of Research in Sociology and Economics* / Ed. by S. L.Morgan, D. B.Grusky, G. S. Fields. Stanford: Stanford University Press, 2006.; Savage M., Warde A., Devine F. Capitals, assets, and resources: some critical issues // *The British Journal of Sociology*. 2005. Vol. 56. Iss. 1. P. 31-47

Есть все основания согласиться и с монетарным, и с социально-профессиональным, и с субъективным подходами к определению среднего класса. Каждый из них «прав по своему». Мы не считаем продуктивным спор, какой из этих подходов более правомерен. Мы признаем их равнозначными и равновеликими. Отсюда следуют несколько базовых методологических принципов:

*1. Средние классы не могут быть описаны одним интегральным критериальным признаком.* Средние классы – социальная совокупность, характеризующаяся цепочкой признаков, к которым относятся:

- материальные ресурсные признаки – уровень доходов, объем накопленных сбережений; уровень имущественной обеспеченности;

- нематериальные ресурсные признаки – уровень образования, профессионально-квалификационная позиция, должностная позиция;

- признаки социального самочувствия (самоидентификация) – стратегии успешного экономического поведения; самооценки успешности адаптации к новым экономическим условиям; самооценки комфортности нынешней жизни, чувство «уверенности в завтрашнем дне» и пр. Субъективный средний класс, как правило, выделяется на основе использования различных идентификационных шкал.

*2. Средний класс – не единая и не гомогенная социальная группа.* Средних классов существует много. Как минимум, в соответствии с тем или иным из выше названных критериев, существуют: «экономический» средний класс, социально-

профессиональный средний класс, субъективный средний класс. Они пересекаются, но не совпадают.

3. *Социальные группы, составляющие средний класс, характеризуются разным уровнем концентрации признаков.* В соответствии с этой гипотезой средние классы могут быть стратифицированы по уровню концентрации доминантных признаков. Соответственно, существуют и разные средние классы с точки зрения концентрации признаков: идеальный средний класс (максимально возможное присутствие признаков), ядро (достаточно высокое присутствие признаков), полуядро (ограниченное присутствие признаков), периферия среднего класса (присутствие одного признака). Эти социальные группы близки между собой, но одновременно различаются по многим своим характеристикам.

4. *Состав и структура средних классов зависит от демографического цикла.* В молодых возрастах, когда по демографическим характеристикам представители изучаемой социальной группы априори лишены некоторых признаков среднего класса (наличие высшего образования, регулярной занятости), выделяется *прото-средний класс* как будущий прообраз среднего класса при условии приобретения этих признаков. И, наоборот, при переходе в старшие возраста после окончания трудовой жизни и выходе на пенсию выделяется *пост-средний класс* как социальная группа, утратившая признаки среднего класса с точки зрения экономической активности, но сохранившая большинство прочих признаков.

5. *Потенциал роста среднего класса определяется не его сегодняшним размером и структурой, а его социальным окружением.* В соответствии с этим принципом важно оценить со-

циальные группы, примыкающие к среднему классу: класс «ниже среднего» и класс «выше среднего». Первые – рекруты для будущего среднего класса. Вторые – авангардная группа, выступающая следующим социальным «порогом» для «действующего» среднего класса.

## **2. ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ**

Эмпирической базой исследования выступает репрезентативное социально-экономическое и демографическое обследование «Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе» (РиДМиЖ), проведенное Независимым институтом социальной политики (НИСП) в середине 2007 г. в 32 субъектах РФ с объемом выборки 11 117 респондентов<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Обследование проведено в рамках международной программы «Поколения и Гендер», охватывающей более 20 европейских стран. Генеральный координатор программы в России – к.э.н. *Т. М. Малева*, директор программы – к.э.н. *О. В. Синявская*. Первая волна обследования в России была проведена в 2004 г. НИСП при финансовой поддержке Пенсионного фонда Российской Федерации и Общества содействия науке им. Макса Планка. Концепция и инструментарий обследования были адаптированы к российским условиям НИСП с участием Независимой исследовательской группы «Демоскоп» и Института демографических исследований им. Макса Планка (Росток, Германия). Обследование охватило свыше 11 тыс. человек в возрасте 18-79 лет. Вторая волна обследования в России была проведена в апреле-сентябре 2007 г. НИСП при финансовой поддержке Пенсионного Фонда Российской Федерации, Фонда народонаселения ООН и Сбербанка России. Подробнее об обследовании см.: <http://www.socpol.ru/gender/about.shtml>

## **Вставка 2. О репрезентативности обследования РидМиЖ**

В ходе опроса было получено всего 11117 результативных интервью, в том числе на вопросы ответили 3919 мужчин (35,3%) и 7198 женщин (64,7%) в возрасте от 18 до 80 лет. Выборочное исследование является репрезентативным для всего населения страны. Исключения из генеральной совокупности не превышают 5% от общей численности населения России (при построении выборки были исключены население Чеченской республик, Калининградской области, а также население, проживающее в труднодоступных северных, горных и т.п. местностях). Доля лиц, не имеющих российского гражданства (граждане других государств, лица без гражданства) в выборочной совокупности составляют менее 1%.

Опрос был проведен в 32 субъектах Федерации. Наибольшее число опрошенных представляли г. Москву (778 человек, 7% от общей численности выборочной совокупности), Республику Коми (562 и 5,1%), Саратовскую область (550 и 5,0%), Краснодарский край (544 и 4,9%), Алтайский край (540 и 4,9%), Челябинскую область (537 и 4,8%), Красноярский край (530 и 4,8%), Московскую область (526 и 4,7%), г. С.-Петербург (357 и 3,2%). Остальные 23 территории были равномерно представлены в выборочной совокупности (число опрошенных в каждой из них составляло 2,4-2,5% от общей численности респондентов).

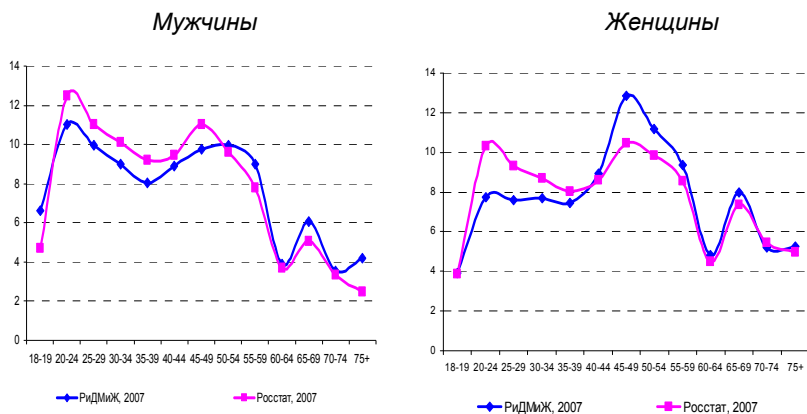
Распределение респондентов по типу населенного пункта, в которых они проживают, представлено в таблице 1. Распределение выборочной совокупности на городских жителей (74,5%) и сельских жителей (25,5%) полностью соответствует распределению населения России на городское и сельское население с учетом выше указанных территориальных исключений: на начало 2007 г. в возрастной группе 18-79 лет доля городского населения России (без Чечни) составляла 74,4%, а доля сельского – 25,6%.

Таблица 1.

### **Распределение респондентов РидМиЖ по типу населенного пункта**

<b>Тип населенного пункта</b>	<b>Число респондентов</b>	<b>В процентах к итогу</b>
Городские жители, в том числе:	8283	74,5
республиканский, краевой, областной центр	4673	42,0
прочие города	2951	26,6
поселки городского типа	659	5,9
Сельские жители	2837	25,5
Всего	11120	100,0

Половозрастная структура выборки также довольно точно соответствует генеральной совокупности (рисунок 1).



**Рисунок 1. Распределение мужчин и женщин в возрасте 18-79 лет по пятилетним возрастным группам: респонденты РидМиЖ-2007 и население России на 01.01.2007 г. (в процентах)**

Хотя данные РидМиЖ сами по себе достаточно хорошо репрезентируют генеральную совокупность, во избежание различного рода смещений массив был перевзвешен на основе постстратификационных весов по трем параметрам: по полу (мужчины, женщины), по возрасту (возрастные интервалы по 5 лет) и по доходам. Первые два базовых для взвешивания показателя основаны на данных Росстата о численности населения Российской Федерации на 1 января 2007 г. (без Чеченской республики и Ингушетии), доходы – на сопоставлении с данными ОБДХ за 3 квартал 2006 г.

Обследование включает более 2000 переменных по широкому кругу вопросов, характеризующие экономические, социальные и демографические сферы, влияющие на положение населения России. В программу обследования включены все показатели, необходимые для конструирования критериальных признаков среднего класса, а именно: (1) образование; (2) трудовой статус и экономическая деятельность; (3) доходы, имущество, жилье, сбережения; (4) уверенность в социально-экономическом положении.

### **Вставка 3. О программе обследования РидМиЖ**

Программа обследования РидМиЖ включает несколько блоков.

Первый блок (разделы 1 – 7) связан с детальной характеристикой состава и структуры домохозяйства, а также целым рядом демографических характеристик, которые делают обследование уникальным с точки зрения анализа демографического поведения семьи (формирование и распад семей, планирование семьи и рождаемость, выделение из родительской семьи, воспитание и уход за детьми и пожилыми, межпоколенные отношения, состояние здоровья и пр.). Помимо пользы для целей стратификационного анализа, в котором структура домохозяйства играет не последнюю роль, данный раздел делает возможным анализ влияния на социальную динамику целого ряда демографических факторов, а также факторов, связанных с жизненным циклом индивидуума, семьи. Этот анализ – цель наших будущих исследований.

Второй блок посвящен трудовым, экономическим и социальным аспектам жизни домохозяйства. Раздел «Образование и трудовая биография респондента» содержит показатели, характеризующие основные занятия опрашиваемого (учеба, занятость, безработица и пр.) в настоящее время и в ретроспективе. В дальнейшем исследовании, опираясь на данные этого раздела, представляется возможным описать социальные и карьерные траектории на протяжении трудовой жизни, которые приводят/не приводят людей в состав среднего класса).

Разделы «Деятельность и доходы респондента» и «Деятельность и доходы партнера» – ключевые для задач настоящего исследования. Они содержат показатели, характеризующие положение респондента и его супруга (партнера) относительно рынка труда (занятый, безработный, неактивный) и пенсионной системы (пенсионер, не пенсионер). Выделяется одиннадцать статусов<sup>17</sup>:

- (1) работающий за плату не пенсионер,
- (2) неоплачиваемый семейный работник не пенсионер<sup>18</sup>,

---

<sup>17</sup> Статусы выделяются по самоопределению: опрошенный называет свое основное занятие на момент проведения опроса.

<sup>18</sup> В эту категорию попадают лица, работающие без оплаты на семейном предприятии, в фермерском хозяйстве, помогающие без оплаты родственникам – индивидуальным предпринимателям, занятые без оплаты производством продукции в домашнем хозяйстве, продукция которого идет на продажу и пр.

- (3) безработный<sup>19</sup>,
- (4) работающий учащийся или студент,
- (5) неработающий учащийся или студент
- (6) неработающий пенсионер,
- (7) работающий пенсионер.
- (8) находящийся в отпуске по беременности и родам или уходу за ребенком,
- (9) длительное время больной или нетрудоспособный не пенсионер,
- (10) домохозяйка/мужчина, занимающийся домом – не имеющий работы, занимающийся домом, семьей или личным подсобным хозяйством, но не получающий пенсию,
- (11) находящийся на срочной воинской или альтернативной гражданской службе (в случае, если в момент опроса этот человек находился по отобранному адресу и, таким образом, попал в обследование).

Раздел «Имущество домохозяйства, доходы и трансферты» самым непосредственным образом связан с целями стратификационного анализа. Он содержит показатели, характеризующие структуру денежных доходов домохозяйства помимо денежных доходов респондента и его супруга (партнера), а также суммарный размер доходов домохозяйства из всех источников за последние 12 месяцев. Он также включает показатели, характеризующие имущественную обеспеченность домашнего хозяйства респондента, получение или перечисление регулярной межсемейной помощи – денежной и материальной, позволяющие оценить реальное благосостояние домохозяйств респондентов в разрезе выделенных типов домохозяйств. Важной характеристикой домохозяйства является наличие у него сбережений. Этот раздел содержит вопросы, позволяющие оценить потенциальную способность домохозяйства формировать сбережения, доли домохозяйств, уже имеющих сбережения, форму хранения таких сбережений, а также причины, по которым была выбрана эта форма (надежность, доходность).

Показатели, вошедшие в раздел «Ценности и установки», касаются установок респондента относительно традиционно женских и мужских ролей в семье и обществе, взаимоотношений поколений (должны ли родители помогать детям, должны ли дети помогать престарелым родите-

---

<sup>19</sup> Опрашиваемый может назвать себя безработным в данном обследовании, если он не получает пенсии, не имеет работы и ищет ее или зарегистрирован в качестве безработного.

лям), распределений сфер ответственности семьи, общества и государства в части заботы об определенных социальных группах, дискриминации на рынке труда и пр.

Раздел «Политика в пенсионной и социальной сфере» включает показатели, характеризующие различные стороны жизни респондентов после окончания трудовой жизни и выхода на пенсию. Этот раздел – центральный для изучения стратегий участия населения в пенсионной реформе. Принципиально важным является тот факт, что обследование посвящено анализу поведения не только нынешнего поколения пенсионеров, но и трудового поведения экономически активного населения (в терминах пенсионного законодательства – «застрахованных»), а также их представлениям относительно их пенсионного будущего. Помимо общих вопросов пенсионного обеспечения изучается мнение опрошенных относительно внимания правительства к различным областям социальной сферы. Выясняется осведомленность населения о проводящихся преобразованиях в социальной сфере, включая пенсионную реформу, источники получения информации о пенсионной реформе. Кроме того, в связи с масштабной правительственной демографической программой, которая была начата в 2007 г., в данный раздел включены вопросы, исследующие отношение опрошенных к динамике численности населения России и тем мерам, которые направлены на преодоление депопуляции РФ и повышение рождаемости.

---

---

### **3. МАТЕРИАЛЬНО – ИМУЩЕСТВЕННЫЙ КРИТЕРИЙ СРЕДНЕГО КЛАССА**

#### **3.1. Общие методологические подходы и эмпирические результаты**

Приступая к изложению вопроса о том, как российское население стратифицируется по материальному положению, авторы прекрасно осознают, что это задача рискованная и неблагодарная. Критики найдутся у любого подхода. Причина тому – отсутствие в современной науке единой методологии доходной стратификации, многочисленные дискуссии среди аналитиков относительно

«работоспособности» того или иного критерия и, наконец, та болезненность, которой сопровождается обсуждение этой темы в российском обществе, в котором доходы населения по-прежнему, несмотря на 8-летний экономический рост, относительно низки. Общая рефлексия по этому поводу усугубляется еще и тем обстоятельством, что в общественном сознании, равно как и в прессе, понятие «средний класс» очень часто отождествляется с понятием «среднедоходные группы». Такое отождествление неправомерно ни с теоретических, ни с практических позиций. Как будет показано далее, на шкале материальной обеспеченности средний класс расположен значительно выше середины.

В основе выделения среднего класса по признаку материального благосостояния в данном исследовании лежит стремление не выбрать одномерный показатель, наиболее адекватно измеряющий уровень материального достатка, а выстроить методический аппарат на базе многокритериальной оценки, исходя из понимания, что единого идеального измерителя не существует и существовать не может и что материальное положение домохозяйства описывается системой параметров, которые имеют различную природу и, соответственно, по-разному поддаются измерению. Следуя данному методологическому принципу, для построения интегрального критерия материальной обеспеченности используются следующие характеристики домашних хозяйств:

- текущие денежные доходы;
- сбережения;
- накопленное движимое имущество;
- имеющееся недвижимое имущество (жилье).

#### **Вставка 4. О стиле жизни и потреблении среднего класса**

Существует большой соблазн включить в состав признаков среднего класса стиль жизни или же, по меньшей мере, структуру потребления. Маркетологи так и поступают. Между тем, несмотря на то, что потребительские характеристики тесно связаны с материальными ресурсными признаками, это не одно и то же. У любого из критериальных признаков есть две функции – объединяющая и разграничительная. Первая позволяет выявить относительную однородность внутри исследуемой группы, вторая – провести водораздел между этой группой и ее окружением.

Действительно, в силу больших материальных ресурсов, сконцентрированных у среднего класса, логично предположить, что эта социальная группа отличается по потребительской активности от остальных. Однако совершенно неочевидно, что существует единый или скольконибудь похожий вектор в потреблении и, тем более, в стиле жизни средних классов. Средние классы внутренне неоднородны и точно так же неоднородны их потребительские предпочтения и практики. Модная одежда давно перестала выделять людей по их социальному и доходному статусу. Доступ к Интернету тоже перестал быть уделом только людей с достатком. Отдых за рубежом отнюдь необязательно говорит о принадлежности к среднему классу: отказ от него может быть связан с любовью к природе средней полосы и плохой переносимостью южной жары. Точно так же желание быть в хорошей физической форме одних приводит в фитнес-центр, других к упражнениям в диетологии или спортивному бегу. Эти примеры можно множить. А это означает, что объединительная функция попросту «не работает». И результаты нашего исследования 2000 г. это с очевидностью подтверждают<sup>20</sup>.

---

---

В основе такого подхода лежат две причины.

Во-первых, материально-имущественное положение домохозяйства в любых экономических условиях, как уже отме-

---

<sup>20</sup> Средние классы в России: экономические и социальные стратегии // Коллективная монография под ред. Т. М. Малевой. Авторский коллектив: Е.М. Аврамова, Т.М. Малева, М.В. Михайлюк, Л.И. Ниворожкина, А.А. Овсянников, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, Я.М. Рощина, С.В. Сурков, Н.Ю. Фирсова – М., Гендальф, 2003

чалось, определяется не только текущими доходами, но и всем комплексом материальных активов. При этом разные типы материальных активов в значительной степени являются взаимозаменяемыми и достигают своего максимума на разных этапах жизненного цикла семей.

Во-вторых, российской экономической статистике и социологии хорошо известен факт сокрытия респондентами реальной величины текущих денежных доходов. В этом отношении использование широкого набора материально-имущественных индикаторов снижает вероятность ошибки при заниженной оценке текущих доходов домохозяйства.

В данном исследовании все признаки рассматриваются как равновесные. Несмотря на дискуссию вокруг этого тезиса, мы не нашли сколько-нибудь убедительных оснований объявлять один критерий (чаще всего «первым среди равных» объявляется показатель текущих доходов) весомее другого<sup>21</sup>. Можно ли, например, сравнивая два домашних хозяйства, однозначно решить, кто богаче: тот, кто имеет более высокий доход, но снимает жилье, платя за него до 50% своего дохода, или тот, кто имеет меньший доход, но проживает в собственном жилье? Первоначально напрашивается ответ, что нужно сравнивать только те части доходов, которые остаются после уплаты за жилье. Правда, здесь возникает еще одно обстоятельство: тот, кто не имеет собственного жилья, будет стремиться его купить, а значит, должен откладывать часть доходов в виде сбережений.

---

<sup>21</sup> Вес того или иного критерия не следует путать с областью его распространения – эмпирической оценкой, которая будет обсуждаться позже. В данном случае имеется в виду, что нет «более важных» или «менее важных» материальных характеристик.

Потеря или сокращение текущих доходов, в первую очередь, заработной платы, которая для большинства россиян в возрасте экономической активности является главным источником благосостояния, вовсе не автоматически выводит человека и его семью из той социальной страты, к которой они принадлежат. В частности, демпфирующую роль в этом случае играют сбережения. Но значит ли это, что наличие сбережений может сыграть роль интегрирующего или главного индикатора благосостояния? Отнюдь. Семья, которая недавно купила жилье и, тем самым, повысила качество своей жизни, может не располагать в настоящий момент сбережениями.

Как бы то ни было, определить рейтинги активов практически невозможно.

Итак, общая идея состоит в том, что средние классы отличаются от прочих социальных групп *концентрацией значительных по объему материальных активов*, что позволяет говорить о них как о состоятельной части общества. Реализация такого методологического подхода к идентификации среднего класса на основе характеристик материальной обеспеченности предполагает решение двух задач:

- (1) выбор показателей материальной обеспеченности домохозяйств и определение их пороговых значений для идентификации среднего класса;
- (2) построение интегрального критерия материальной обеспеченности, позволяющего выделить домохозяйства, принадлежащие к среднему классу, на основе оценки имеющихся в их распоряжении материальных активов.

Конкретный алгоритм расчетов и анализ результатов необходимо предварить еще одним важным замечанием методо-

логического характера: материальные параметры рассматриваются исключительно как домохозяйственные характеристики, так как доходы, сбережения, имущество и пр. элементы материальной обеспеченности де-факто находятся в пользовании всей экономической семьи.

### *Доходы*<sup>22</sup>

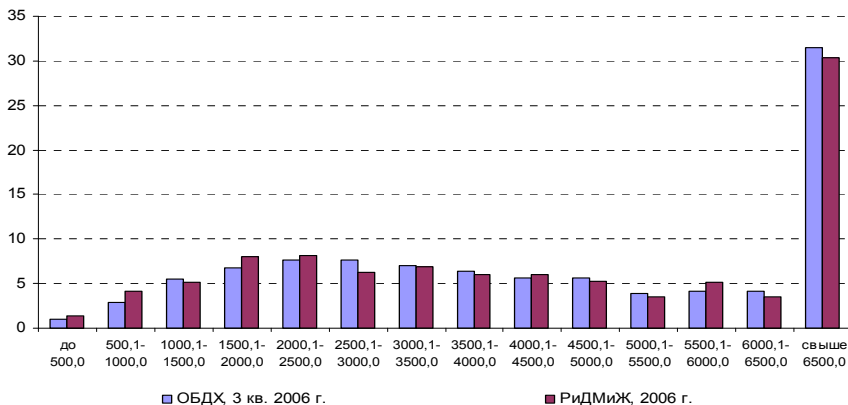
Базовым показателем выступает переменная «Совокупный доход на душу в месяц» (упрощенное название «Душевые доходы домохозяйства»). Для сопоставления доходной обеспеченности семей выполнена корректировка на уровень стоимости жизни в регионе, индикатором которого служит размер прожиточного минимума, устанавливаемый ежеквартально в каждом регионе и регулярно публикуемый Росстатом. Из рисунка 2 видно, что в целом распределительный ряд душевых доходов РИДМИЖ весьма близок распределительному ряду Обследования бюджетов домашних хозяйств в соответствующий период<sup>23</sup>.

Выборка разбивается на десять равновеликих 10-процентных групп (децилей) по показателю приведенных душевых доходов домохозяйства, скорректированных на уровень регионального прожиточного минимума. Для классификации среднего класса используется планка 40%, то есть рассматриваются четыре верхних децильных группы.

---

<sup>22</sup> Расчеты по материально-имущественному критерию выполнены ст. науч. сотр. НИСП А. Бурдяк.

<sup>23</sup> В обследовании РИДМИЖ соответствующий вопрос о доходах задавался применительно к последнему календарному году (душевой доход в среднем за последние 12 месяцев), чтобы нивелировать колебания, связанные с сезонностью и другими случайными событиями. Этим объясняется, что уровень доходов, измеренный по массиву РИДМИЖ, соответствует не дате опроса (середина 2007 г.), а «отстывает» на 1 год назад.

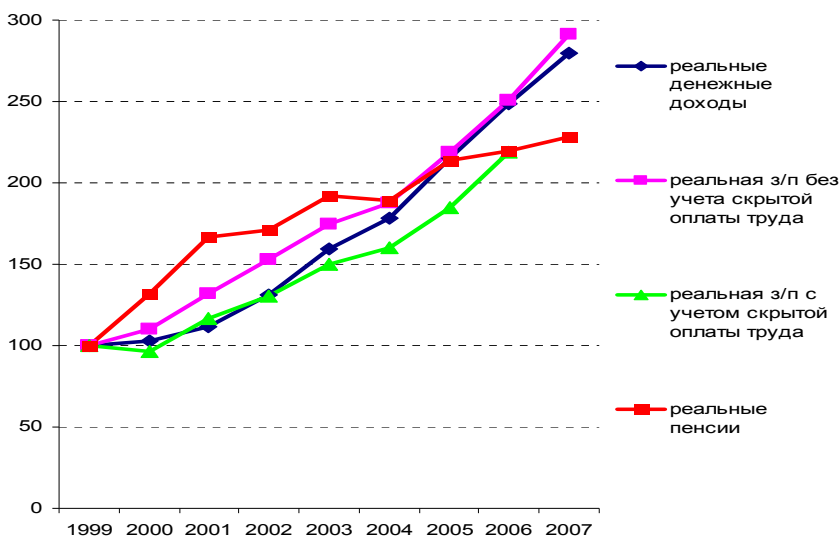


**Рисунок 2. Распределение населения по уровню среднедушевых доходов по данным РидМиЖ и ОБДХ, %**

Источник: по данным обследования РидМиЖ и ОБДХ

Почему для идентификации среднего класса определен именно этот порог? Этот вопрос нуждается в обсуждении. Обратимся к макроэкономическому анализу динамики доходов российского населения.

Период экономического подъема в России (2000-2007 гг.) отличался ускоренными темпами роста доходов, заработной платы и пенсий (рис. 3). В результате к 2007 г. официально учитываемая реальная средняя заработная плата и душевые доходы практически утроились (зарплата составила 291% от уровня 1999 г., а доходы 280%), а средняя пенсия преодолела порог удвоения. Позитивная динамика средних доходов складывалась на фоне роста неравенства в их распределении: коэффициент фондов, показывающий разрыв между доходами 10% самых богатых и 10% самых бедных, в данный период времени увеличился с 13,9 раз до 16,8 раз, что свидетельствует о более высоких темпах роста доходов наиболее обеспеченных слоев населения (рис. 4 и 5).



**Рисунок 3. Динамика доходов, заработной платы и пенсий в 1999-2007 гг., данные за декабрь, в % к 1999 г.**

Источники: Рассчитано по данным статистических сборников «Социальное положение и уровень жизни населения» за 2000-2007 гг.

В исследовании 2000 г.<sup>24</sup> по критерию доходов к среднему классу изначально были отнесены 30% домохозяйств с самыми высокими доходами<sup>25</sup>. Исходя из динамики доходов, не-

<sup>24</sup> Средние классы в России: экономические и социальные стратегии // Коллективная монография под ред. Т.М. Малевой. Авторский коллектив: Е.М. Аврамова, Т.М. Малева, М.В. Михайлюк, Л.И. Ниворожкина, А.А. Овсянников, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, Я.М. Рощина, С.В. Сурков, Н.Ю. Фирсова – М., Гендальф, 2003

<sup>25</sup> Высокообеспеченные слои населения, как правило, не попадают в выборочные обследования домохозяйств, поэтому в данном случае речь идет о массиве данных без богатых. Отдельные домохозяйства, которые демонстрировали признаки принадлежности к богатым были, удалены из массива.

равенства и потребительского поведения в последние годы, доходный порог «входа» в средний класс был поднят до 40%.

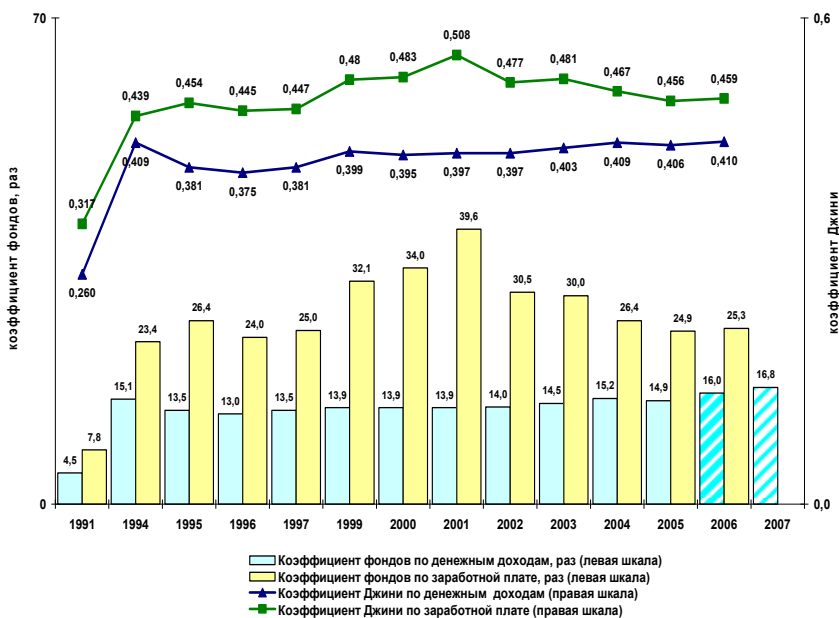
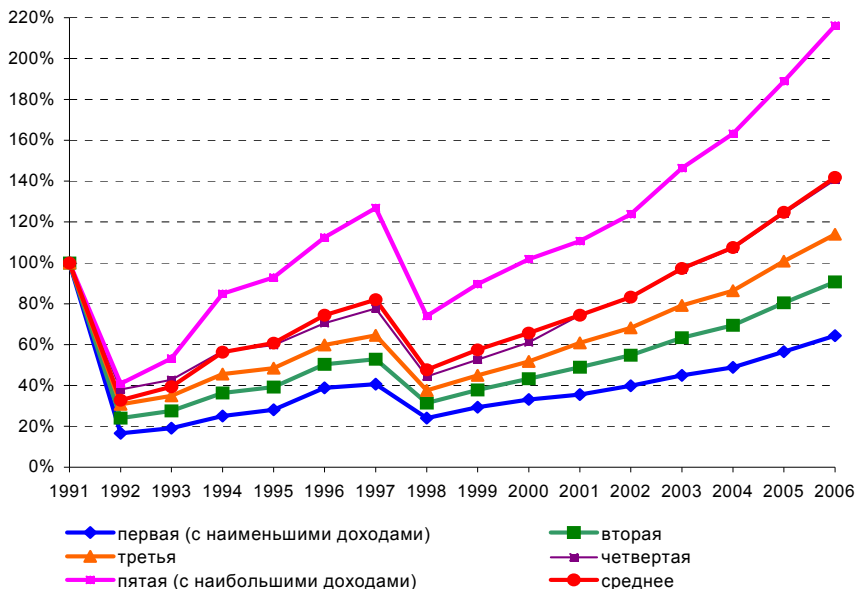


Рисунок 4. Динамика доходного неравенства в 1999-2007 гг.

Источник: Россия в Цифрах, 2008

Почему в таком случае не расширить эти границы до 50%? Как мы покажем далее, сегодняшние доходы именно 5-ти децильных групп населения соответствует доходным характеристикам 3-х децильных групп «образца» 2000 г. Однако более детальный анализ показывает, что рост неравенства, смещение его на края доходного распределения и насыщение рынка брендовыми товарами и услугами среднего класса (автомобили, средства связи и коммуникации, питание вне дома) – все это способствовало тому, что с точки зрения потребительского поведения 6-я децильная группа оказалась больше похожей на 5-ю, неже-

ли на 7-ю. Тем самым, водораздел между более обеспеченными, которые могут считаться средним классом по доходам, и менее обеспеченными, которые таковыми считаться еще не могут, проходит между 6-ой и 7-ой децильными группами.



**Рисунок 5. Динамика реальных доходов 20% групп населения, %, 1991=100%**

Источник: рассчитано по данным Росстата

Дополнительными корректирующими показателями, характеризующими текущие доходы, выступает высокий уровень индивидуального дохода, а также имеющийся в распоряжении домохозяйства жилищный кредит.

Несмотря на то, что авторы придерживаются мнения о том, что структурной единицей для любых социальных стратификаций вообще и выделения среднего класса, в частности,

являются домохозяйства (а не индивиды), все же мы даем возможность войти в средний класс и тем работникам, кто претендует на данный статус на индивидуальном уровне. Высокими мы посчитали индивидуальные доходы, превышающие средние заработки, оцененные по макроэкономическим данным. Если принимать во внимание тот факт, что средняя оплата труда по причине высокой дифференциации сильно смещена вправо и реально в 2006 г. заработки выше среднего имели 32% работников, таким приемом мы включаем в средний класс всех высокооплачиваемых работников.

Что касается жилищного кредита, то специально подчеркнем, что в данном случае он рассматривается не как стратегия поведения на рынке жилья, а как критерий высокого уровня доходов, который официально проверяется в ходе принятия кредитной организацией решения о предоставлении кредита.

В итоге дополнительные корректирующие характеристики позволили расширить группу с доходами среднего класса до 43,5%.

К верхнему среднему классу по критерию доходам были отнесены 10% с самыми высокими доходами.

Для построения стратификационной шкалы также требуется порог, отделяющий низший класс, в качестве которого выступает прожиточный минимум. Согласно полученным результатам 33,6% домохозяйств по доходным характеристикам относятся к низшему классу.

### **Сбережения**

Сбережения при классификации среднего класса могут использоваться и как корректирующая переменная доходов<sup>26</sup>, и как самостоятельный показатель<sup>27</sup>. В данном исследовании сбережения будут самостоятельным признаком материально-имущественной обеспеченности на основе информации о факте наличия сбережений и возможности откладывать (сберегать) средства исходя из уровня текущих доходов и расходов (табл. 2). Поскольку в массиве отсутствуют данные об объемах сбережений, а вернее о том, какую сумму денег уже можно назвать сбережениями, обратимся к данным проекта «Индекс потребительских настроений» (ИПН)<sup>28</sup> (рис. 6). В 2004 и 2007 гг. шкалы объемов не менялись, медианное значение за это время выросло в два раза с 20 до 40 тыс.руб., среднее значение в 2004 г. составляло 57238 руб., а в 2007 г. – 85397 руб., то есть в полтора раза больше.

---

<sup>26</sup> Средний класс в России: количественные и качественные оценки // *Е.М. Аврамова, Л.М. Григорьев, Т.П. Космарская, Т.М. Малева (руководитель авторского коллектива), М.В. Михайлюк, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, М.Ю. Урнов* – М., ТЕИС, 2000

<sup>27</sup> Средние классы в России: экономические и социальные стратегии // Коллективная монография под ред. *Т. М. Малевой*. Авторский коллектив: *Е.М. Аврамова, Т.М. Малева, М.В. Михайлюк, Л.И. Ниворожкина, А.А. Овсянников, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, Я.М. Рощина, С.В. Сурков, Н.Ю. Фирсова* – М., Гендальф, 2003

<sup>28</sup> Индекс потребительских настроений (ИПН) реализуется с 1993 г., с 2004 г. НИСПоМ. Общее число респондентов – 2100 человек в возрасте 16 лет и старше. В выборку включены 103 населенных пункта и сельских района (из них 35 областных центров, 38 городских населенных пунктов и 30 сельских районов в 38 регионах России): <http://ipn.socpol.ru/>

Таблица 2.

**Сбережения населения в обследовании РидМиЖ,**

<b>Вопрос и ответы</b>	<b>%</b>
У домохозяйства, как правило, остаются деньги для того, чтобы отложить, сберечь	
Да	31,7
Нет	68,0
У домохозяйства в настоящее время есть сбережения	
Да	37,4
Нет	62,3
Предпочитают хранить сбережения на счете в Сбербанке России	61,4
Предпочитают хранить сбережения на счете в российском коммерческом банке	6,4
Предпочитают хранить сбережения на счете в иностранном банке	3,8
Предпочитают хранить сбережения в облигациях государственных займов, других государственных ценных бумагах	1,3
Предпочитают хранить сбережения в накопительных страховых полисах, вкладах в негосударственные пенсионные фонды	0,8
Предпочитают хранить сбережения в акциях и других ценных бумагах предприятий, инвестиционных фондов, банков и т.д.	6,1
Предпочитают хранить сбережения в наличных рублях	34,6
Предпочитают хранить сбережения в наличной иностранной валюте	10,3
Предпочитают хранить сбережения в изделиях из драгоценных металлов, антиквариате, картинах	5,9
Вложили сбережения в покупку недвижимости	30,5
Предпочитают хранить сбережения в другой форме	1,2

Источник: данные РидМиЖ

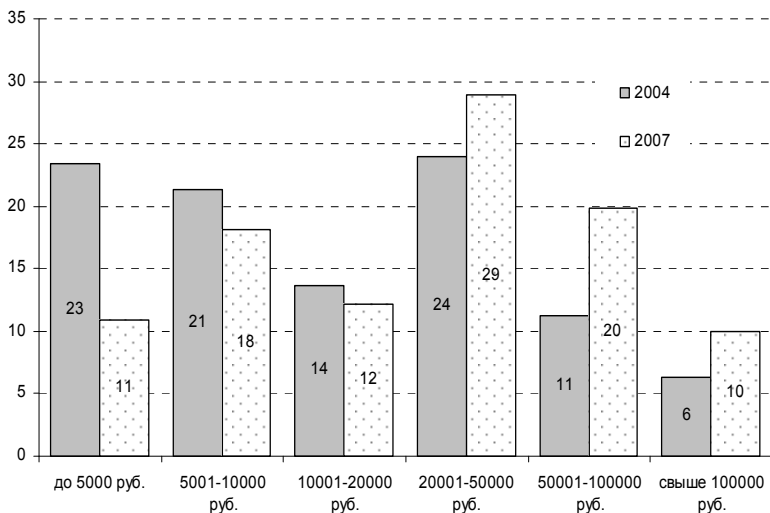
С учетом возможностей и ограничений имеющегося массива эмпирических данных были предложены следующие правила стратификации:

- если домохозяйство может формировать сбережения из текущих доходов, имеет сбережения, а из форм сбережений предпочитает акции и другие ценные бумаги предприятий, инвестиционных фондов, банков, облигации государственных

займов, накопительные страховые полисы, вклады в негосударственные пенсионные фонды, изделия из драгоценных металлов, антиквариат, то оно относится к высшему среднему классу (таковых в выборке оказалось 2,6%);

- в целом к среднему классу отнесены все, кто имеет сбережения, и может их накапливать за счет текущих доходов (29,6%);

- если домохозяйство не имеет накопленных сбережений и не может делать текущие сбережения, то оно попадает в низший класс (56,8%).



**Рисунок 6. Минимальная сумма, которую, по мнению респондентов, можно считать сбережениями, руб. по шкале, % ответивших**

Источник: Индекс потребительских настроений (ИПН)

<http://ipn.socpol.ru/>

### ***Движимое имущество***

С точки зрения сопоставления материальной обеспеченности домашних хозяйств оснащенность бытовыми приборами и движимым имуществом отражает более долгосрочный по сравнению с предыдущим показателем уровень доходов/располагаемых ресурсов домашних хозяйств, а также принятые в семье стандарты потребления. Видеомагнитофон, телевизор и стиральная машина являются слишком распространенными и не могут быть классифицирующими элементами (табл. 3). Телевизор и стиральная машина являются базовыми бытовыми приборами и входят в структуру минимальной потребительской корзины, определенной законодательством для расчета уровня прожиточного минимума<sup>29</sup>, и наличие этих предметов в российских домохозяйствах регулярно публикуется Росстатом. В этой связи отсутствие этих предметов имущества в домохозяйстве по причине нехватки средств на приобретение мы принимаем как признак низшего класса или бедности. Остальные бытовые приборы и предметы дорогого движимого имущества – посудомоечная машина, домашний компьютер, легковой автомобиль и второй автомобиль – являются характеристиками имущества среднего класса. В случаях, когда таких элементов имущества 2 и более, домохозяйство по материальным признакам попадает в средний класс. Эта группа оказалась равной 21,3%.

---

<sup>29</sup> Постановление Правительства РФ от 17.02.1999 N 192 (ред. от 04.06.2007) "Об утверждении методических рекомендаций по определению потребительской корзины для основных социально-демографических групп населения в целом по Российской Федерации и в субъектах Российской Федерации", система Консультант Плюс.

Таблица 3.

**Имущественная обеспеченность населения**

<b>Наименование элемента</b>	<b>Имеется в домохозяйстве</b>	<b>Хотели бы иметь, но не могут себе позволить</b>	<b>Не имеется по другим причинам</b>
Цветной телевизор	96,6	2,3	1,0
Видеомагнитофон или DVD-плеер	66,2	13,4	20,3
Стиральная машина	85,4	9,7	4,7
Микроволновая печь	39,1	31,0	29,7
Домашний компьютер	33,1	30,6	36,1
Посудомоечная машина	1,2	29,6	68,4
Телефон – стационарный или мобильный	85,3	8,4	6,0
Легковой автомобиль или микроавтобус для личного пользования	33,3	31,9	34,6
Второй автомобиль	4,5	29,8	65,2

Источник: данные РидМиЖ

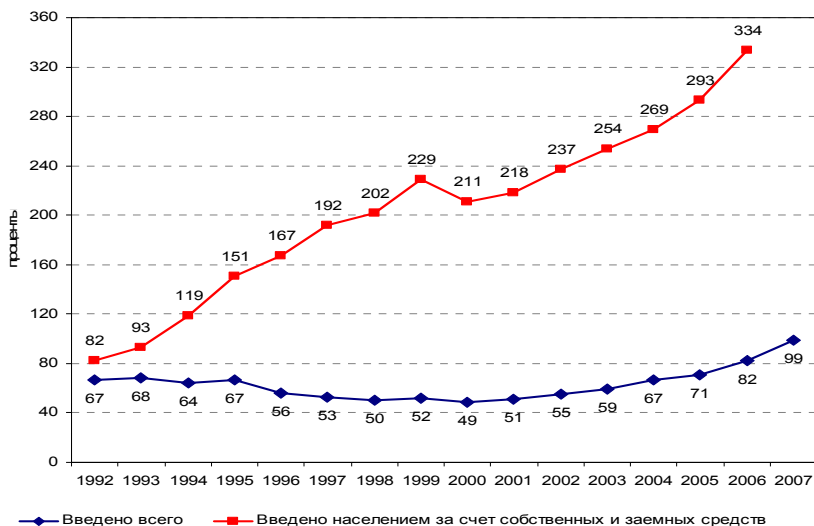
Наличие посудомоечной машины или второго автомобиля – это самые нераспространенные элементы из списка имущества среднего класса, поэтому будут служить уже признаком верхнего среднего класса (2,7%).

Низший класс по причине нехватки средств не имеет как элементов имущества среднего класса, так и базовых электробытовых приборов (телевизора и стиральной машины). Данным идентификационным правилам соответствует 7,8% домохозяйств.

### Жилищная обеспеченность

Жилищные условия семей являются важной составляющей частью уровня их благосостояния.

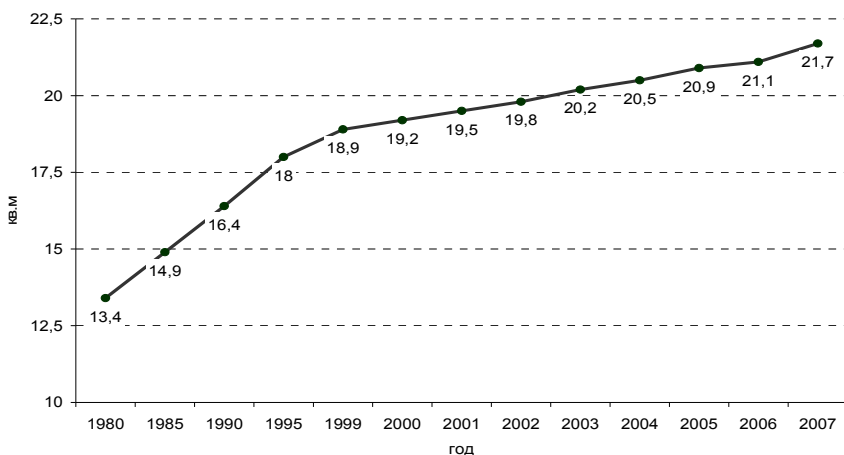
В настоящее время в России общий объем жилого фонда составляет около 3 млрд. кв. м. или 21,7 кв. м. на одного человека. Период экономического роста характеризуется двукратным увеличением ввода в действие квадратных метров жилья, что позволило в 2007 г. выйти на объемы жилищного строительства (61,0 млн. кв. метров общей площади), адекватные последним годам советского периода (рис. 7). Важной особенностью современного этапа стал тот факт, что порядка 40% жилых домов строится за счет собственных или заемных средств населения, и наблюдается устойчивая тенденция роста расходов населения на приобретение недвижимости с 1,4% в 2001 г. до 3,3% в 2007 г.



**Рисунок 7. Индексы ввода в действие жилых домов (млн. кв. метров общей площади), 1990=100%**

Источник: официальные данные Росстата

Совокупный эффект от сокращения численности населения и строительства нового жилья проявился в увеличении показателя обеспеченности домохозяйств квадратными метрами жилья (рис. 8), и в целом за послереформенный период в среднем на одного человека удалось прирастить по 4 кв. м.



**Рисунок 8.** Площадь жилищ, приходящаяся в среднем на 1 жителя, кв. м

Источник: Официальные данные Росстата

За годы рыночных трансформаций несколько снизилась доля домохозяйств, проживающих в тесноте: если в 1996 г. менее 9 кв.м. жилой площади, приходящейся в среднем на одного проживающего, имело 7,1% всех домашних хозяйств, то в 2003 г. – 5,4%. Однако за тот же период доля домохозяйств, имеющих более 25 кв. м. на одного проживающего, выросла существенно (с 24,4% до 30,7%<sup>30</sup>), что говорит о росте дифференциации жи-

<sup>30</sup> Социальное положение и уровень жизни населения России. 2004: Стат. сб. / Росстат. – М., 2004, 325 с.

личной обеспеченности на фоне позитивной динамики среднего показателя. Доля проживающих в коммунальных квартирах и общежитиях за тот же период сократилась с 8,2% до 3%<sup>31</sup>.

Позитивная динамика характерна и для благоустройства жилого фонда, однако здесь успехи не столь впечатляющие, что обусловлено приоритетами строительства нового жилья перед развитием инфраструктуры (табл. 4). Наибольший прогресс наблюдается в оснащении жилищ отоплением и горячим водоснабжением за счет технических решений, не зависящих от развития городской инфраструктуры.

Таблица 4.

**Благоустройство жилого фонда, на конец года, %**

Годы	Удельный вес общей площади жилого фонда, оборудованной:				
	водопроводом	канализацией	отоплением	ваннами (душем)	горячим водоснабжением
1995	71	66	68	61	55
2000	73	69	73	64	59
2004	75	71	76	65	62
2005	76	71	80	65	63
2006	76	72	81	66	63

Источник: Официальные данные Росстата

Официальная статистика ведет учет благоустройства не в разрезе единиц жилища, а по удельному весу общей площади жилого фонда, оснащенного отдельными коммунальными удоб-

<sup>31</sup> Суринов А.Е. Уровень жизни населения России: 1992-2002 гг. (по материалам официальных статистических наблюдений). – М., 2003, с.203; Социальное положение и уровень жизни населения России. 2004: Стат. сб. / Росстат. – М., 2004, 337 с.

ствами. Данные РиДМиЖ позволяют перейти на домохозяйственный уровень и свидетельствуют о том, что водопроводом оснащены 85,4% жилищ, канализацией – 77,6%, центральным отоплением – 69,5%; ваннами (душевыми) – 75,7%.

В целом по массиву РиДМиЖ 27,2% намерены предпринять что-либо в течение ближайших трех лет для улучшения жилищных условий и 13,8% домохозяйств оценили свои жилищные условия как плохие и очень плохие. При этом для в 66% случаев причина низкой оценки жилищных условий обусловлена плохим состоянием жилья и отсутствием желаемого уровня благоустройства, а в 34% – теснотой.

Итак, как дифференцировать население по уровню жилищной обеспеченности?

Минимальная оценка качества занимаемого жилья определяется размером жилой площади и уровнем благоустройства. Жилье считается *достаточным по социальным нормативам площади*, если не менее 33 кв. м приходится на одиноко проживающего человека, не менее 42 кв. м – на семью из двух человек, не менее чем по 18 кв. м – на каждого члена семьи для семей из трех и более человек (нормативы 33/21/18). В данном показателе мы используем «мягкий» подход к социальным нормативам площади, который отражает федеральные нормативы, действовавшие в прошлом. И хотя сейчас на федеральном уровне принят норматив по 18 кв. м. на человека единый для всех типов семей (общая площадь жилища/количество членов семьи  $\geq 18$  кв.м), нормативы 33/21/18 продолжают применяться на региональном и муниципальном уровнях в ряде регионов. *Социальный норматив* общей площади жилья в данном исследовании используется для выделения низшего класса.

Жилье будем считать *просторным*, если количество комнат в доме/квартире больше количества проживающих (количество жилых комнат / количество членов семьи)  $\geq 1$ . Именно этот порог обеспеченности жилой площадью применяется для выделения среднего класса и ему соответствует 47% домохозяйств.

*Очень просторное жилье* – это жилье, в котором для каждого члена семьи есть отдельная комната, плюс имеется еще одна дополнительная комната. Это идентификатор верхнего среднего класса и ему соответствуют 20,3% домохозяйств.

*Благоустроенным* считается жилье, оснащенное водопроводом, канализацией, горячим водоснабжением и отоплением. Наличие благоустроенного жилья является критерием среднего класса и высшего среднего класса. Согласно результатам нашего исследования в благоустроенном жилье проживает 60,5% домохозяйств.

*Неблагоустроенным* в нашей классификации является жилье, в котором нет ничего из вышеперечисленных услуг, а имеется только электричество. При наличии неполного набора указанных услуг жилье относится к категории *частично благоустроенного*<sup>32</sup>.

Используя характеристики площади занимаемого жилья и его благоустройства, сформулируем правила выделения среднего класса по критериям материальной обеспеченности:

- высший средний класс имеет *очень просторное* и *благоустроенное* жилье (4,6%);

---

<sup>32</sup> Выбор этих четырех коммунальных услуг в качестве базовых основан на сопоставлении официальных статистических данных о благоустроенности жилищного фонда (Форма федерального государственного статистического наблюдения N 1 – тарифы (ЖКХ)) и факторном анализе микроданных опроса НОБУС (2003).

- средний класс имеет просторное и благоустроенное жилье (28,6%);
- низший класс имеет жилье не полностью благоустроенно площадью ниже социальной нормы и не имеет второго жилья (17,3%).

### **3.2. Интегральные оценки: стратификация по материально-имущественному критерию на основе концентрации признаков**

Выделение низшего, среднего и верхнего среднего классов проводится по принципу «снизу-вверх», а именно: сначала по набору признаков мы выделяем низший класс (или «бедные») и те, кто попадает в эту категорию, в дальнейшей классификации уже не участвуют, то есть из «претендентов» на отнесение к среднему классу исключаются. Такой подход приводит к однозначному разделению низшего и среднего классов по материально-имущественной обеспеченности, хотя и не исключает наличия отдельных частных признаков среднего класса у тех, кто по интегральному признаку отнесен к бедным. Далее выделяется средний класс. Верхний средний класс выбирается *только* среди представителей среднего класса.

Итак, исходя из применяемой в настоящей работе методологии, а также из возможностей и ограничений массива, эмпирические данные анализируются по четырем частным признакам (доменам) материально-имущественной обеспеченности:

- денежные доходы
- сбережения
- движимое имущество,

- недвижимое имущество (жилье)

Каждый из этих четырех признаков является составным и непротиворечивым – это значит, что при классификации по каждому частному направлению проводится четкая грань между признаками низшего и среднего класса и, таким образом, не допускается пересечение этих групп.

С одной стороны, мы исходим из того, что средний класс аккумулирует различные материальные активы и, следовательно, должен демонстрировать высокую концентрацию перечисленных признаков. С другой стороны, мы не вправе ожидать, чтобы эта концентрация была максимально высокой, то есть чтобы домохозяйства-представители среднего класса имели одновременно все 4 признака. На различных этапах жизненного цикла материальные ресурсы трансформируются друг в друга. Например, сбережения накапливаются, чтобы купить жилье, которое в настоящий момент не отвечает стандартам среднего класса, принятой в нашей классификации. И наоборот, после приобретения жилья или дорогого автомобиля сбережений может не быть.

Доходы и движимое имущество оказались в более тесной корреляционной зависимости друг от друга. Корреляция между сбережениями и жильем, значимая, положительная, но минимальная, а имущество и жилье характеризуются отрицательной корреляционной зависимостью. В таблице 5 приведены попарные корреляции частных и интегрального признаков материально-имущественной обеспеченности среднего класса по Спирману (Все коэффициенты значимы на 1%-ном уровне доверия).

Таблица 5.

**Корреляции частных и интегрального признаков (доменов)  
среднего класса по материально-имущественной  
обеспеченности**

	Доходы	Сбережения	Имущество	Жилье	Интегральный признак
Доходы	1,000	0,237	0,333	0,159	0,560
Сбережения	0,237	1,000	0,195	0,077	0,536
Имущество	0,333	0,195	1,000	-0,023	0,406
Жилье	0,159	0,077	-0,023	1,000	0,379
Интегральный признак	0,560	0,536	0,406	0,379	1,000

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

С учетом этого уровень концентрации признаков для отнесения домохозяйства к среднему классу принимается 3 и более из 4 возможных.

Определенные сложности возникают при выделении верхнего среднего класса, поскольку при опросах населения два идентификационных критерия (доходы и сбережения) относятся к числу наиболее скрываемых, если речь идет о высоких уровнях их значений<sup>33</sup>. Таким образом, в отношении верхнего среднего класса в интегральном показателе материальной обеспеченности необходимый уровень концентрации был определен как 2 и более признака.

<sup>33</sup> На качественном уровне мы проанализировали первичные данные всех, кто подтвердил наличие 2 и более признаков высшего среднего класса, и практически в каждом случае нашли признаки сокрытия доходов или сбережений.

В результате проведенной классификации 10,9% домохозяйств относятся к нижнему классу, 22,9% – к среднему классу и 3,5% – к верхнему среднему классу. Следует, однако, отметить, что оценки верхнего среднего класса, скорее всего, носят гипотетический характер, поскольку объема выборки недостаточно для репрезентативной оценки таких маленьких групп.

Наглядно рассматриваемые домены изображены на рисунке 9. Каждый столбец представляет собой разделение выборки (высота столбца = 100%) на четыре группы: внизу столбца расположена доля домохозяйств, удовлетворяющих признаку нижнего класса по данному домену, верхняя часть столбца – доля домохозяйств, отнесенных к среднему классу, и верхушка – верхний средний класс, входящий в состав среднего класса. В середине каждого столбца отражена доля домохозяйств, расположенных выше низшего, но ниже среднего класса.

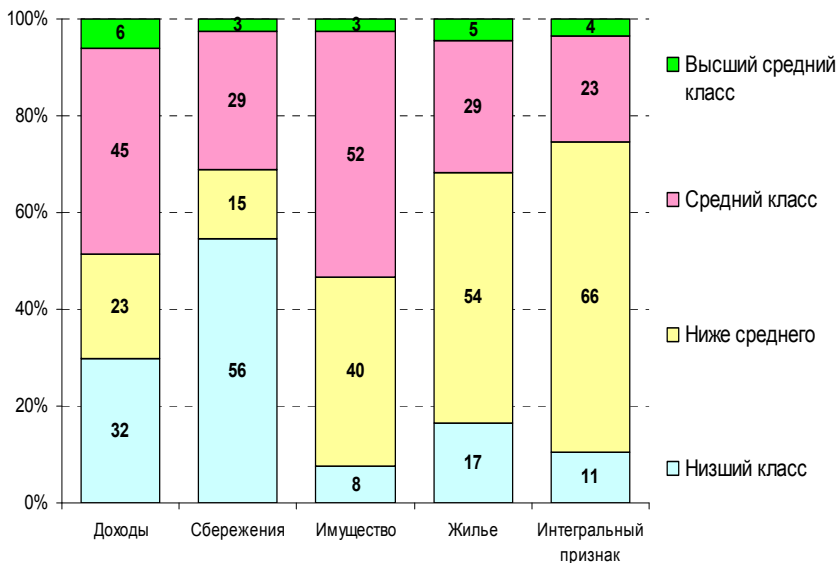


Рисунок 9. Вся выборка 11117 = 100%

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

Рассмотрим, сколько домохозяйств попадает в средний класс, какие частные признаки в большей степени ему присущи, а какие являются менее распространенными.

*Итак, как было показано выше, к среднему классу по доходам отнесено 43,5% домохозяйств.* При этом половина домохозяйств попадают в средний класс при наличии только одного признака: только по уровню индивидуального дохода – 4,1%, только по принадлежности к 4-м верхним децильным группам – 16,7%, только по наличию жилищного кредита – 0,5% выборки. 1,3% выборки имеют все три доходных характеристики. В остальных 20,8% случаев (чуть менее половины) домохозяйства имеют сразу по два признака, в подавляющем большинстве из них – это достаточный и индивидуальный, и душевой доход. Следовательно, основу классификации среднего класса по доходам составляет показатель уровня душевых совокупных доходов домохозяйств (38,6%) – стандартный и широко используемый при анализе благосостояния населения. Примерно те же домохозяйства демонстрируют и высокие индивидуальные доходы, прибавляя к предыдущему показателю 4,1% семей. «Чистый» вклад жилищных кредитов составляет 0,5%.

К верхнему среднему классу отнесены те, кто входит в десятую децильную группу по совокупным душевым доходам и при этом обладает как минимум тремя признаками среднего класса (то есть обязательно кроме доходного имеет еще два из трех оставшихся признаков – сбережения, движимое имущество и жильё). *Верхний средний класс по доходу составляет 6,3% выборки.*

Домохозяйства среднего класса по домену *сбережения* имеют накопленные и делают текущие сбережения. *Среднего класса по сбережениям 29,6%.*

Представители *верхнего среднего класса* по *сберегательному* поведению составляют 2,6% выборки: они не только имеют сбережения и могут делать текущие сбережения, но и из форм сбережений предпочитают акции и другие ценные бумаги предприятий, инвестиционных фондов, банков, облигации государственных займов, накопительные страховые полисы, вклады в негосударственные пенсионные фонды, изделия из драгоценных металлов, антиквариат, картины. Дополнительным требованием к представителям верхнего среднего класса по сбережениям является наличие, по крайней мере, двух признаков среднего класса по доменам *Доходы*, *Движимое имущество* и *Жилье*.

По *движимому имуществу* согласно принятой методологии к среднему классу относятся домохозяйства, в которых есть хотя бы один предмет дорогого имущества. В качестве индикаторов используются следующие предметы:

- посудомоечная машина (распространенность в выборке 1,3%):
  - домашний компьютер (36,5%):
  - легковой автомобиль (34,7%):
  - второй автомобиль (5,0%).

Самый распространенный предмет дорогой техники – персональный компьютер, чуть менее распространенным является легковой автомобиль. Наличие посудомоечной машины и второго автомобиля встречаются реже и почти не встречаются одновременно друг с другом.

Концентрация этих признаков приведена в таблице 6. Учитывая, что два предмета и более из четырех имеют 21,3% семей, и еще 30,7% домохозяйств имеют только один из пред-

метов дорогого имущества, мы принимаем в качестве «маркера» среднего класса наличие хотя бы одного из этих предметов.

Таблица 6.

**Концентрация наличия предметов дорогого имущества,  
11117 домохозяйств=100%**

	Число предметов дорогого имущества				Имеют данный предмет
	1	2	3	4	
Персональный компьютер	16,7	15,9	3,5	0,4	36,5
Посудомоечная машина	0,2	0,3	0,5	0,4	1,3
Легковой автомобиль	13,7	17,2	3,5	0,4	34,7
Второй автомобиль	0,1	1,5	3,0	0,4	5,0
<i>В совокупности по четырем предметам</i>	<i>30,7</i>	<i>17,4</i>	<i>3,5</i>	<i>0,4</i>	<i>52,0</i>

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

В итоге, к среднему классу по движимому имуществу отнесено 52% семей.

Среди предметов движимого имущества признаком верхнего среднего класса мы считаем наличие посудомоечной машины (0,6%) или второго автомобиля (2,2%). Распространенность признаков снизилась, так как часть обладателей этих двух предметов не попала в средний класс по интегральному признаку и не рассматривается на данном шаге. Доля высшего среднего класса по движимому имуществу оказалась 2,8% домохозяйств.

К среднему классу по жилищным условиям, как было обосновано выше, отнесены домохозяйства, у которых есть хотя бы по комнате на каждого члена семьи (формула "число комнат= $N$ ") и при этом жилье оснащено всеми четырьмя базо-

выми коммунальными услугами (водопроводом, канализацией, горячим водоснабжением и отоплением). В таблице 7 представлена распространенность этих двух признаков<sup>34</sup>.

Таблица 7.

**Просторность и благоустроенность жилья,  
11117 домохозяйств=100%.**

Характеристика жилья	Доля домохозяйств с данной характеристикой жилья
Число комнат не меньше чем число членов семьи	47,0
Полностью благоустроенное жилье	60,5
Оба признака есть	28,6

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

Сравнивая эти показатели, можно сделать вывод, что более половины домохозяйств, проживающих в благоустроенном жилье, испытывают дефицит пространства, то есть не у каждого члена домохозяйства есть отдельная комната. Требованию полной благоустроенности жилья не удовлетворяют около 40% тех, кто проживает в достаточно просторном жилье. *Жилищные условия, соответствующие стандартам среднего класса, есть у 28,6% семей.*

К верхнему среднему классу относятся домохозяйства, у которых вдобавок к полной благоустроенности есть еще одна дополнительная комната, то есть действует формула "число комнат  $\geq N+1$ ". Требованию наличия дополнительной комнаты,

<sup>34</sup> Процент рассчитан от всей выборки, но домохозяйства, отнесенные к низшему классу по интегральному признаку, в таблице не отражены, следовательно, во всей выборке распространенность будет чуть выше за счет тех, кто беден по доходам, сбережениям и имуществу, но имеет хорошие жилищные условия.

а также наличия достаточных для среднего класса показателей других доменов удовлетворяет 4,6% домохозяйств – это верхний средний класс по жилищным условиям.

Насколько слаженно работают наши индикаторы (табл. 8)?

Таблица 8.

**Попарные пересечения значений наличия частных индикаторов (доменов) среднего класса, 11117 домохозяйств=100%.**

Наличие частных признаков среднего класса	Доходы	Сбережения	Имущество	Жилье
Доходы	43,5	18,2	30,8	16,6
Сбережения	18,2	29,2	19,7	10,1
Имущество	30,8	19,7	52,0	14,7
Жилье	16,6	10,1	14,7	28,6

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

С доменом *Доходы* чаще всего согласуется домен *Имущество*, со *Сбережениями* – *Доходы* и *Имущество*, с имуществом – *Доходы*. Домен *Жилье* оказывается чуть реже совпадающим с тремя остальными показателями, несмотря на то, что по распространенности жилищный признак среднего класса совсем немного уступает сбережениям. Наиболее согласован с доменом *Жилье* домен *Доходы*. Уже сейчас можно предположить, что:

а) в итоговой классификации по материально-имущественной обеспеченности доходы и имущество будут играть главную роль;

б) самым дефицитным ресурсом для среднего класса окажется жильё.

Таблица 9.

**Концентрация частных признаков (доменов) среднего класса, 11117 домохозяйств=100%.**

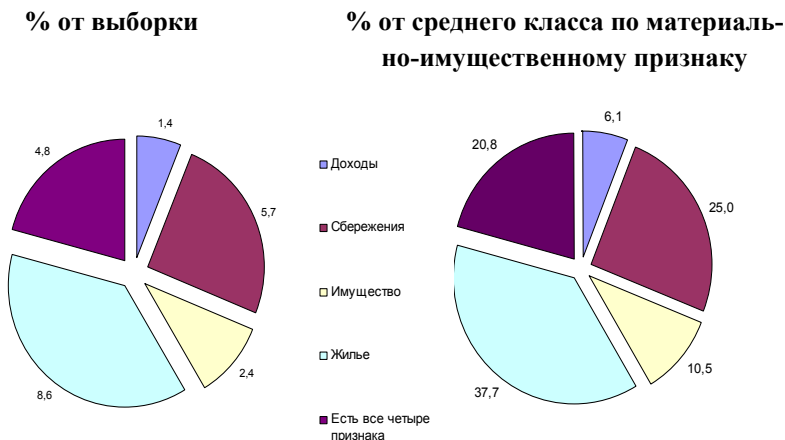
Домены	Число признаков среднего класса				Есть данный признак СК	Есть все три признака СК кроме данного
	1	2	3	4		
Доходы	4,2	17,7	16,7	4,8	43,5	1,4
Сбережения	3,2	8,8	12,4	4,8	29,2	5,7
Имущество	12,1	19,4	15,7	4,8	52,0	2,4
Жилье	6,3	8,1	9,5	4,8	28,6	8,6
<i>По четырем доменам СК в совокупности</i>	25,8	27,0	18,1	4,8	75,7	18,1

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

Итак, были выделены четыре отдельных признака материально-имущественной обеспеченности, на основе которых можно построить единый классифицирующий признак. *Интегральный* признак среднего класса *по материальной обеспеченности* состоит в том, что к среднему классу относятся домохозяйства, у которых есть, по крайней мере, три частных признака из четырех (в табл. 9 это выделенные фоном ячейки). Таким образом, *средний класс по материально-имущественной обеспеченности составляет 22,9%*. Каждый пятый представитель среднего класса обладает всеми четырьмя частными признаками.

Какой из доменов является самым дефицитным? Это жилье. Разделение среднего класса, который составляет 22,9%, на группы по дефициту частных признаков представлено на рисунке 10. Около 40% представителей среднего класса испытывают нехватку в жилищной обеспеченности – либо в благоустроенности, либо (чаще всего) в просторности жилья. Каждый четвертый «не подходит» под требования наличия сбережений и воз-

возможности делать текущие сбережения, и это несмотря на то, что домен Сбережения для среднего класса является самым мощным. Каждое десятое домохозяйство, отнесенное к среднему классу, не имеет ни автомобилей, ни компьютера, ни посудомоечной машины. Всего 6% из представителей среднего класса зачислено туда без должного уровня доходов, что подчеркивает значимость этого показателя в классификации среднего класса.



**Рисунок 10. Дефицит частных признаков материально-имущественной обеспеченности среди представителей среднего класса в выборке РидМиЖ, %**

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

Выделим верхний средний класс. *Интегральный* признак материально-имущественной обеспеченности состоит в наличии, по крайней мере, *двух* частных признаков верхнего среднего класса (выделенные ячейки в табл. 10). Напомним, что для нижнего и среднего классов интегральные признаки имеют пороговое значение 3 в силу большей распространенности их частных признаков. В итоге *3,5% домохозяйств представляют*

высший средний класс по материально-имущественной обеспеченности. Наиболее дефицитным доменом становятся сбережения, наименее дефицитным по-прежнему являются доходы.

Таблица 10.

**Концентрация частных признаков (доменов) высшего среднего класса, 11117 домохозяйств=100%**

Домены	Число признаков высшего среднего класса				Есть данный признак ВСК	Нет данного признака	Дефицит, % от ВСК
	1	2	3	4			
Доходы	3,6	2,3	0,4	0,0	6,4	0,8	21,9
Сбережения	1,5	0,9	0,3	0,0	2,6	2,3	66,6
Имущество	1,2	1,2	0,3	0,0	2,7	2,1	58,6
Жилье	2,4	1,8	0,3	0,0	4,6	1,4	39,6
<i>По четырем доменам ВСК в совокупности</i>	8,7	3,1	0,4	0,0	12,2	0,0	0,0

## 4. СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КРИТЕРИЙ СРЕДНЕГО КЛАССА

### 4.1. Общие методологические подходы

Классический подход в стратификационных исследованиях – вычленение социально-профессиональных групп (*occupations*). Это далеко не элементарная и не техническая операция. Выделение различных социально-профессиональных групп само по себе является продуктом сложного пересечения нескольких параметров. Основой для этого выделения является объем человеческого капитала индивида, характер его трудовой деятельности, наличие управленческих полномочий. *Средний класс по данной шкале – люди с законченным высшим образованием, регулярно занятые*

нефизическим трудом, возможно, имеющие управленческие полномочия, а также предприниматели (без образовательного ценза).

Россия является страной с высоким уровнем образования населения. Показатели распространения высшего образования имеют ярко выраженную положительную динамику. Даже с начала 2000-х в 2006 г. число ВУЗов возросло с 965 до 1090, численность студентов, проходящих в них обучение, – с 4742 тыс. чел. до 7310 тыс. чел., прием студентов – с 1292 тыс. чел. до 1658 тыс. чел., выпуск – с 635 тыс. чел. До 1255 тыс. чел. (табл. 11).

Таблица 11.

**Основные показатели образования (на конец года)**

	<b>Число высших учебных заведений</b>	<b>Численность студентов в высших учебных заведениях, тыс. человек</b>	<b>Принято студентов в высшие учебные заведения, тыс. человек</b>	<b>Выпущено специалистов из высших учебных заведений, тыс. человек</b>
1970	457	2672	537	360
1980	494	3046	614	460
1990	514	2825	584	401
1995	762	2791	681	403
2000	965	4742	1292	635
2001	1008	5427	1461	720
2002	1039	5948	1504	840
2003	1044	6456	1644	977
2004	1071	6884	1659	1076
2005	1068	7064	1641	1151
2006	1090	7310	1658	1255

Источник: данные Росстата:

[http://www.gks.ru/bgd/regl/b07\\_13/IssWWW.exe/Stg/d02/07-01.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b07_13/IssWWW.exe/Stg/d02/07-01.htm)

Между тем, наиболее точное представление об уровне образования населения дают не показатели функционирования

системы образования как таковой, а статистика населения. об уровне образования населения нам дает информацию лишь Всероссийская перепись населения 2002 г. По данным переписи в 2002 г. среди занятого населения трудоспособного возраста удельный вес лиц с высшим образованием (полным и неполным) составил 25,4 % (табл. 12), в том числе с законченным высшим образованием 22,2%, с незаконченным высшим 3,1%. По этому показателю Россия входит в первую тройку стран, уступая только Норвегии и США<sup>35</sup>.

Таблица 12.

**Население России по уровню образования по данным Всероссийской переписи населения, на 1000 чел.**

	послеу- зловское	высшее	неполное высшее
<i>Все население в возрасте 15 лет и более</i>	3	157	31
Из общей численности – население в возрасте:			
трудоспособном	3	171	39
старше трудоспособного	3	128	9
16-29 лет	2	110	72
<i>Все население, занятое в экономике, в возрасте 15 лет и более</i>	5	228	30
Из общей численности занятых – население в возрасте:			
трудоспособном	4	222	31
старше трудоспособного	14	349	14
16-29 лет	3	181	57

Источник: данные Всероссийской переписи населения:  
[http://www.perepis2002.ru/ct/doc/ТОМ\\_03\\_02.xls](http://www.perepis2002.ru/ct/doc/ТОМ_03_02.xls)

<sup>35</sup> Индикаторы образования. Статистический ежегодник – М., ГУ-ВШЭ, 2006; Обзор социальной политики в России. Начало 2000-х // Под ред. Т.М. Малевой / Н.В. Зубаревич и др.; Независимый институт социальной политики. – М., НИСП, 2007

К сожалению, регулярных статистических сведений об уровне образования населения в интервале между переписями нет, поэтому мы вынуждены сравнивать наше выборочное обследование РиДМиЖ с данными переписи, характеризующими генеральную соскупность, несмотря на пятилетний разрыв во времени.

Таблица 13.

**Доля населения с различным уровнем образования по данным РиДМиЖ (2007 г.) и Всероссийской переписи населения (2000 г.)**

Уровень образования согласно переписным категориям	Доля данной образовательной группы в населении, %		Доля данной образовательной группы среди занятого населения, %	
	РиДМиЖ	Всероссийская перепись населения	РиДМиЖ	Всероссийская перепись населения
нет начального общего	0,4	0,5	0,4	0,1
начальное общее	5,7	6,1	5,7	0,9
основное общее	6,7	14,1	6,7	5,6
среднее (полное) общее	14,4	18,7	14,4	16,1
начальное профессиональное	21,7	15,7	21,7	15,3
среднее профессиональное	22	25	24,1	35,6
неполное высшее	7,2	3,1	7,2	3
<b>высшее</b>	<b>21,1</b>	<b>15,2</b>	<b>21,1</b>	<b>22,8</b>
послевузовское	0,7	0,4	0,7	0,5
Всего	100	98,8	100	99,9

Источник: данные РиДМиЖ и Всероссийской переписи населения

В целом выборка РИДМИЖ довольно близка по распределению населения по образовательным группам к данным переписи (табл. 13). Некоторые расхождения, возможно, связаны с реальными изменениями, которые произошли за прошедшие с момента переписи 5 лет, а также с нестрогим совпадением возрастных границ участников переписи и респондентов обследования. Однако эти различия практически исчезают, когда мы переходим к наиболее интересной для нашего исследования группе – к занятому населению, в котором доля лиц с высшим образованием по переписи составляет 22,8%, а в нашем обследовании 21,1%.

Если на уровне индивидуумов процедура идентификации достаточно ясна, то переход к уровню домохозяйства – задача отнюдь не тривиальная и требует определенного конценсуального решения. К домохозяйствам профессионального среднего класса мы будем относить домохозяйства, где более половины взрослых домочадцев обладают признаками индивидуального профессионального среднего класса.

В итоге для выделения социально-профессиональных категорий использовались следующие переменные:

- уровень образования, приведенный к переписным категориям для респондента и партнера;
- статус на рынке труда (занят/не занят) для респондента и его партнера;
- профессиональный статус на текущей работе для респондента и его партнера;
- количество часов работы или, если оно неизвестно, занятость на полную либо неполную ставку;
- число взрослых членов домохозяйства помимо респондента и партнеров.

Итоговая стратификационная шкала – результат пересечения совокупных низшего и высшего классов<sup>36</sup>. Высший класс включается в состав среднего кроме ядра высшего класса, которое мы исключаем из рассмотрения ввиду малой наполненности группы.

### ***Индивиды***

Выделенные группы в терминах зарубежных стратификационных исследований соответствуют «новому» и «старому» средним классам.

*«Новый средний класс».* Это лица с законченным высшим и послевузовским образованием, занятые не менее 20 часов в неделю нефизическим трудом. К числу занятых нефизическим трудом отнесены руководители, специалисты, служащие, работники сферы обслуживания; исключены все рабочие.

Строго говоря, возникает вопрос: почему включены руководители? В большинстве стратификационных работ, в частности, в предыдущем исследовании, выполненном нашим авторским коллективом<sup>37</sup>, руководители включаются в состав

---

<sup>36</sup> В принципе в настоящем исследовании мы не ставим задачей выделение высшего класса, поскольку хорошо известен социологический факт, что высшие классы не попадают в массовые опросы, опирающиеся на поселенческие выборки. Именно поэтому ранее в материально-имущественном поле мы выделяем класс выше среднего или, как мы называли, верхний средний. При исследовании же профессионального среднего класса мы оперируем термином «высший класс», исходя из предположения, что в этом поле различий между высшим классом и верхним средним нет.

<sup>37</sup> Средние классы в России: экономические и социальные стратегии // Коллективная монография под ред. Т.М. Малевой. Авторский коллектив: Е.М. Аврамова, Т.М. Малева, М.В. Михайлюк, Л.И. Ниворожкина, А.А. Овсянников, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, Я.М. Рощина, С.В. Сурков, Н.Ю. Фирсова – М., Гендальф, 2003

высшего класса. Включение руководителей вызвано следующим соображением: с одной стороны, известно, что массовые социологические обследования, каким является РиДМиЖ, не охватывают представителей высших слоев общества. Следовательно, резонно ожидать, что в нашем массиве таковых не окажется или будет мало. С другой стороны, в нашем случае исключение занимающих руководящие позиции из состава среднего класса и причисление их к высшему классу неправомерно и потому, что мы не можем точно оценить размер организации и, следовательно, не знаем масштаба управленческих полномочий респондента и партнера. Поэтому было принято решение не «вычитать» профессиональный высший класс из среднего класса.

«*Старый средний класс*». В эту небольшую подгруппу вошли самозанятые, индивидуальные предприниматели, фермеры вне зависимости от числа подчиненных (в предыдущем проекте включались только те, у кого есть подчиненные) и уровня образования.

Профессиональный *высший класс* предполагает следующие признаки:

- высшее образование;
- респондент – руководитель;
- респондент не является неоплачиваемым семейным работником (то есть может быть наемным работником, самозанятым, индивидуальным предпринимателем, фермером);
- наличие подчиненных либо наемных работников.

Профессиональный *низший класс* включает тех, кто не занят и имеет образование ниже среднего специального (то есть до начального профессионального включительно).

### *Домохозяйства*

Как уже отмечалось, для перехода на уровень домохозяйства используется следующая формула: домохозяйство относится к среднему классу, если половина и более его взрослых членов отнесены к среднему классу по профессиональному статусу.

## 4.2. Эмпирические результаты <sup>38</sup>

В итоге по данным РидМиЖ социально-профессиональная структура выглядит следующим образом (табл. 14 и 15).

*Таблица 14.*

### **Социально-профессиональная структура населения по данным РидМиЖ**

	<b>чел.</b>	<b>%</b>
<i>Средний класс</i>	<i>1923</i>	<i>17,3</i>
Трудовой статус		
заняты	1923	17,3
незаняты	–	–
Образование		
имеют высшее образование	1638	14,7
не имеют высшего образования	284	2,6
<i>Класс ниже среднего:</i>	<i>9194</i>	<i>82,7</i>
Трудовой статус		
заняты	5218	35,8
незаняты	3976	46,9
Образование		
имеют высшее образование	795	7,1
не имеют высшего образования	8400	75,6
Всего	11117	100

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

<sup>38</sup> Расчеты по социально-профессиональному критерию выполнены науч. сотр. НИСП *Е. Головляницыной*.

Таблица 15.

**Высший класс по социально-профессиональному статусу**

<b>Принадлежит к высшему классу без признаков низших классов</b>	<b>чел.</b>	<b>% от всей выборки</b>
Респондент	204	1,8
Партнер	161	3,4
Домохозяйство (респондент и/или партнер)	349	3,1

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

Однако в нашем алгоритме возможен недоучет профессионального среднего класса на домохозяйственном уровне, который связан с двумя ситуациями: (1) когда в домохозяйстве с респондентом и партнером есть трое и более прочих взрослых членов домохозяйства (то есть тех, об образовании и профстатусе которых в массиве РидМиЖ нет сведений); (2) когда в домохозяйстве с респондентом без партнера есть двое и более прочих взрослых членов семьи. Иными словами, это те случаи, когда «неизвестных» членов домохозяйства в домохозяйстве больше, чем «известных» (респондент и партнер). Во избежание недоучета была проведена дооценка данных массива РидМиЖ с учетом данных другого репрезентативного обследования населения России НОБУС<sup>39</sup>. К сожалению, в обследовании НОБУС нельзя выделить высшие классы, поэтому мы вынуждены ограничиться лишь оценкой масштаба среднего класса.

В итоге были получены следующие оценки численности профессионального среднего класса (табл. 16).

<sup>39</sup> Национальное обследование благосостояния и участия населения в социальных программах (НОБУС), проведенное Росстатом во 2 кв. 2003 г. с объемом выборки 44 тыс. домохозяйств.

Таблица 16.

**Профессиональный средний класс**

	Тип оценок			
	РиДМиЖ		РиДМиЖ, скорректированный на НОБУС	
	чел.	доля в выборке	чел.	доля в выборке
Респонденты	1923	17,3	1923	17,3
Индивиды	2621	10,1	3229	12,4
Домохозяйства	1875	16,9	2700	24,3

Источник: рассчитано по данным РиДМиЖ и НОБУС<sup>40</sup>

## 5. СУБЪЕКТИВНЫЙ КРИТЕРИЙ СРЕДНЕГО КЛАССА (ПРИЗНАКИ СОЦИАЛЬНОГО САМОЧУВСТВИЯ)

### 5.1. Общие методологические подходы

Самоидентификация является одним из базовых стратификационных критериев, на основании в целом ряде исследований<sup>41</sup> выделяется средний класс, называемый в этом случае субъективным средним классом. Наше предыдущее исследование<sup>42</sup> также включало рассмотрение среднего класса, выделен-

<sup>40</sup> Корректировка по данным НОБУС была выполнена вед. науч. сотр. НИСП С. Сурковым.

<sup>41</sup> Хахулина Л.А. Субъективный средний класс: доход, материальная обеспеченность, ценностные ориентации // Экономические и социальные перемены. М., 1999. № 2; Левада Ю.А. Средний человек: фикция или реальность? // Экономические и социальные перемены. М., 1997. № 2; Средний класс в современном российском обществе // Под ред. М.К. Горшкова, Н.Е. Тихоновой, А.Ю. Чепуренко – М., РОССПЭН, 1999

<sup>42</sup> Средние классы в России: экономические и социальные стратегии // Коллективная монография под ред. Т. М. Малевой. Авторский коллектив: Е.М. Аврамова, Т.М. Малева, М.В. Михайлюк, Л.И. Ниворожская, А.А. Ов-

ного по этому критерию. Мы воспользовались общеизвестной методологической схемой, в соответствии с которой респонденту предлагалось найти свое место на шкале, стратифицирующей положение индивида в обществе.

Нельзя не отметить, что этот путь включает некоторые методологические сложности. Отнесение респондентом себя к средним позициям идентификационной шкалы нельзя однозначно рассматривать как признание принадлежности к среднему классу как специфическому социальному образованию, обладающему целым рядом присущих ему черт и функций. Это лишь отражение представлений респондента о современном обществе и своем положении в нем относительно других социальных групп.

Как бы то ни было, структура информационного массива РиДМиЖ 2007 г. таких идентификационных шкал не содержит и, тем самым, мы не можем повторить прежний методологический алгоритм. Однако в нашем распоряжении имеется другая, не менее, а, возможно, более привлекательная возможность. Речь идет об измерении степени уверенности индивида/домохозяйства в различных сторонах своей жизни. Учитывая, что чувство «уверенности в завтрашнем дне» среднему классу приписывается априорно, этот подход представляется не просто оправданным, но и наиболее интересным.

Эмпирически эта характеристика измеряется как оценка респондентом степени, в которой в ближайшие годы может контролировать основные сферы своей жизни. *Средний класс по этой шкале – респонденты с уверенностью в будущем выше средней, вплоть до максимальных оценок* (последние могут ука-

зывать на подкласс «высший средний»), а также их домохозяйства<sup>43</sup>. Таким образом, вместо выяснения мнения респондента о его месте в общественной иерархии, мы используем *характеристику, позволяющую косвенно оценить достаточность либо недостаточность имеющихся у респондента ресурсов для занимаемой им общественной позиции* (в других терминах – «адаптированность»). Более того, конструируя подобным образом «субъективную» ось стратификации, мы можем оценить восприятие респондентом своей ситуации безотносительно к другим. В результате снимается проблема «относительности» оценок, их становится проще интерпретировать.

Характеристика «Уверенность в завтрашнем дне» представляет собой индекс, полученный путем суммирования и нормирования из ответов на вопрос «Как Вы считаете, в течение ближайших трех лет, насколько Вы сможете контролировать Ваши:

- финансовое положение;
- работу;
- жилищные условия;
- здоровье;
- семейную жизнь» (Ответы от «совсем нет» до «очень сильно»):

Итоговый индекс изменяется от 1 (респонденты дали низшую оценку по всем параметрам или затруднились ответить) до 4.

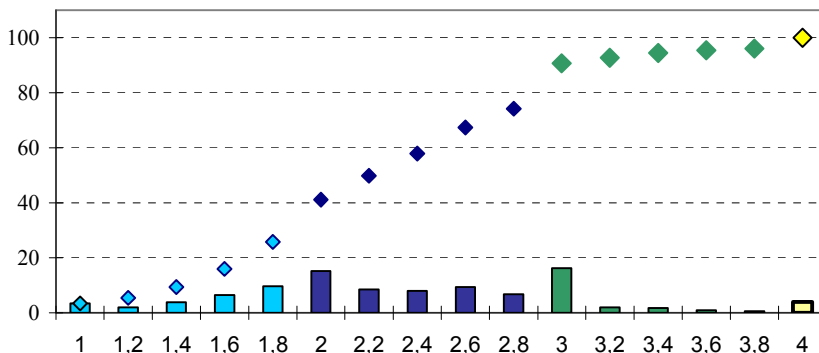
---

<sup>43</sup> Полученные результаты позволяют сделать допущение о том, что в ответах на данные вопросы респонденты оценивают не только свою ситуацию, но и соотносят с ситуацией всего домохозяйства (так, не обнаружено существенных различий в оценках респондентов с «высоким» и «низким» статусом в домохозяйстве – если оценивать по доле доходов респондента в семейном бюджете).

## 5.2. Эмпирические результаты

Как видно на рисунке 11<sup>44</sup>, кумулятивное распределение позволяет выделить четыре обособленные группы:

- средний класс (значения «уверенности от 3 до 3,8), при этом также контролируется отсутствие признаков низших классов по другим стратификационным осям;
- высший класс (наиболее уверенные, значение 4)<sup>45</sup>;
- низший класс (от 1 до 1,8);
- расположенный между ними класс ниже среднего.



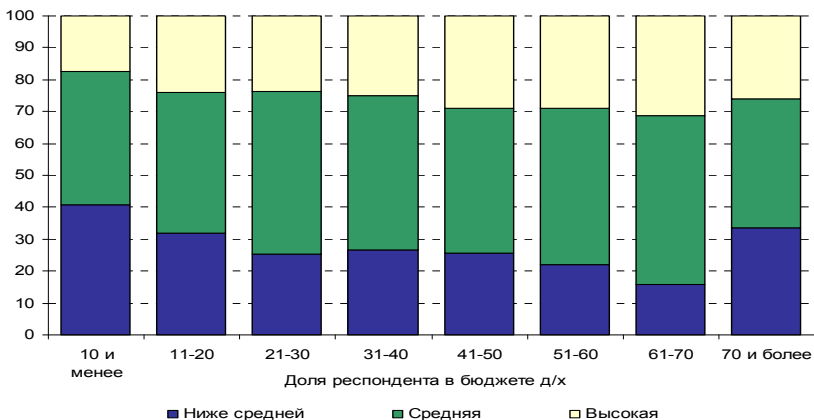
**Рисунок 11. Шкала самооценки и выделение страт**

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

<sup>44</sup> Расчеты по субъективному критерию выполнены науч. сотр. НИСП *Е. Головляницыной*.

<sup>45</sup> Еще раз подчеркнем, что в настоящем исследовании мы не ставим задачей выделение высшего класса и, как правило, оперируем термином «верхний средний». При исследовании же субъективных оценок мы используем термин «высший класс», исходя из предположения, что в оценках уверенности в завтрашнем дне различий между высшим классом и верхним средним нет.

Статус респондента на оси «уверенности» приписывается всему его домохозяйству. Насколько обосновано такое решение? Мы исходим из того, что в случае, если респондент при ответе на вопрос ориентируется только на свою ситуацию, должны обнаружиться значимые различия в уверенности, например, кормильцев и зависимых членов домохозяйства. Однако, как показано на рисунке 12, таких различий не обнаружено. Следовательно, решение о переносе характеристики респондента на все домохозяйство является правомерным.



**Рисунок 12. Характеристики самоидентификации в домохозяйстве**

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

## **6. СОВРЕМЕННАЯ СТРУКТУРА СРЕДНЕГО КЛАССА И ЕГО СОЦИАЛЬНОГО ОКРУЖЕНИЯ**

Итак, мы исследовали три критерия выделения среднего класса – материальный, социально-профессиональный, субъективный, каждый из которых описывает всю выборку. Задача, которая встает на этом этапе, – построить интегральный критерий (алгоритм) стратификации. Этот алгоритм сводится к следующему.

Стратификационная шкала строится по сочетанию признаков низшего и среднего классов (высший класс считается частью среднего класса и в отдельную группу не выделяется). В таблице 17 приведена схема концентрации признаков при формировании различных страт.

*Ядро среднего класса* – наиболее устойчивый, почти «идеальный» средний класс – это те домохозяйства, которые обладают всеми тремя базовыми признаками среднего класса.

*Полуядро среднего класса* – обладатели двух (любых) признаков среднего класса, при дефицитный признак низшего класса не достигает значений, характерных для низшего класса.

*Обобщенный средний класс* состоит из ядра и полуядра среднего класса.

*Периферия среднего класса* включает домохозяйства, которые обладают лишь одним признаком среднего класса, а по дефицитным признакам они не относятся к низшему классу.

*Класс ниже среднего* – это те домохозяйства, у которых нет ни одного признака среднего класса, но все они выше, чем у низших классов. К этому же классу относится и группа домохозяйств, которые обладают одним или двумя признаками

среднего класса, но оставшиеся дефицитные признаки находятся в интервалах, характерных для низшего класса.

*Периферия бедности* включает группу, у которой есть один признак низшего класса и нет признаков среднего класса. К ней примыкает вторая социальная группа, у которой есть один признак среднего класса, но один или два других соответствуют низшим значениям.

Наконец, *низший класс* – это самая неблагополучная социальная группа, у которой нет признаков среднего класса, но есть два или все три признака низшего.

Таблица 17.

### Концентрация признаков при формировании различных страт

		Количество признаков среднего класса			
		нет	один	два	три
Количество признаков низшего класса	нет	ниже среднего	периферия среднего	полуядро среднего	ядро среднего
	один	периферия бедности	периферия бедности	ниже среднего	-
	два	низший			-
	три		-	-	-

Ниже (табл. 18 и табл. 19) приведены сочетания признаков и их позиция в нашей шкале.

Итак, к среднему классу по данным массива РидМиЖ в 2007 г. относилось 15,5% российских домохозяйств – сумма ядра (3,6%) и полуядра (11,9%).

23,1% находятся близко к среднему классу, но все же пока представляют ее периферию. Еще ниже на стратификационной шкале расположены 26,2% домохозяйств. Почти такая же по весу группа 26,1% очень близка к низшему классу и для

простоты ее можно назвать «группой риска бедности». Наконец, 9,1% составляют низший класс, который практически не имеет никаких материальных и нематериальных ресурсов.

Таблица 18.

**Концентрация признаков при формировании различных страт, 2007 г.**

Отношение к низшему классу	Отношение к среднему классу				Всего
	не относится	один признак	два признака	три признака	
<i>чел.</i>					
не относится	2813	2572	1325	401	7111
один признак	2237	620	96	0	2953
два признака	875	43	0	0	918
три признака	135	0	0	0	135
<i>Всего</i>	<i>6060</i>	<i>3235</i>	<i>1421</i>	<i>401</i>	<i>11117</i>
<i>%</i>					
не относится	25,3	23,1	11,9	3,6	64
один признак	20,1	5,6	0,9		26,6
два признака	7,9	0,4			8,3
три признака	1,2				1,2
<i>Всего</i>	<i>54,5</i>	<i>29,1</i>	<i>12,8</i>	<i>3,6</i>	<i>100</i>

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

Таблица 19.

**Социальные страты, 2007 г.**

Принадлежность к классу	чел.	%
ядро среднего класса	401	3,6
полуядро среднего класса	1325	11,9
периферия среднего класса	2572	23,1
класс ниже среднего	2910	26,2
периферия бедности	2900	26,1
низший класс	1010	9,1
Всего	11117	100

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

Однако напомним, что по социально-профессиональному признаку масштаб среднего класса оказался заниженным в силу особенностей информационной базы данных, которая не содержит информации об образовании и занятости всех членов домохозяйства. Выше (табл. 16) приведена дооценка этого ресурса по данным обследования НОБУС, которая подняла долю социально-профессионально среднего класса с 16,9% до 24,3%. В соответствии с этим необходима корректировка полученных стратификационных результатов. Ее результаты представлены на рисунке 13 и 14.

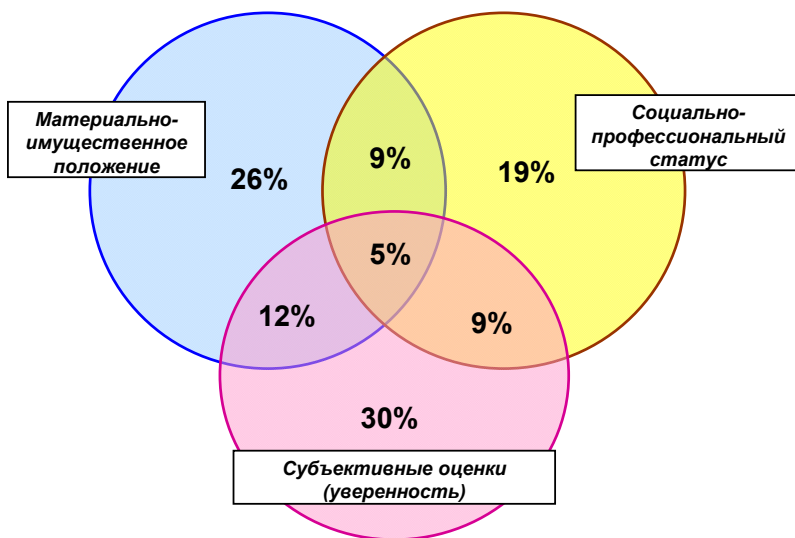
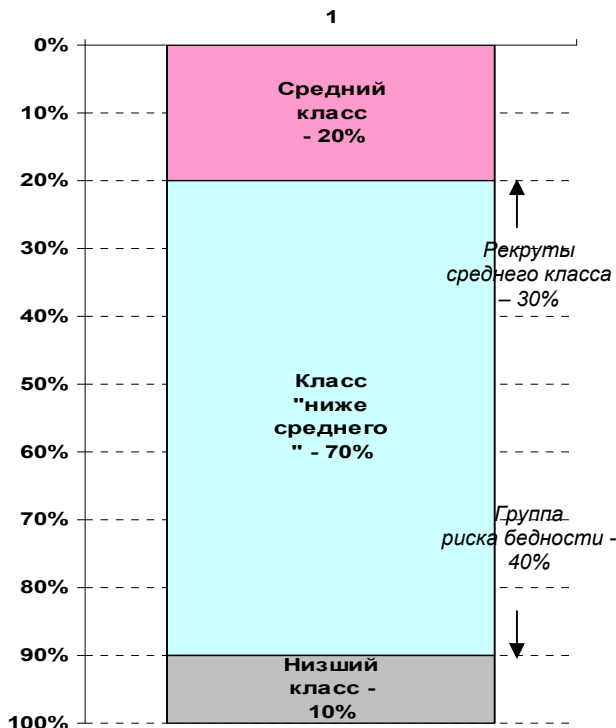


Рисунок 13. Структура российского среднего класса в 2007 г.,  
% от общего числа домохозяйств

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ



**Рисунок 14. Социальная структура российских домохозяйств в 2007 г., % от общего числа домохозяйств**

Источник: рассчитано по данным РидМиЖ

Что же в итоге? С учетом дооценки масштаб среднего класса оказался чуть менее 20% (19,7%), в том числе ядро среднего класса составляет 4,6%, полуядро – 15,1%.

Между тем, как уже отмечалось, с точки зрения перспектив экономического роста и выхода на траекторию устойчивого социального развития принципиальным является не столько вопрос «Сколько среднего класса в России?», сколько вопрос «Каков его потенциал?». И ответ на него зависит как от оценки

масштаба сегодняшнего среднего класса, так и от структуры его социального окружения. Какие социальные слои (классы, группы) имеют шансы на приближение или вхождение в средние классы? И у каких групп таких шансов нет?

Низшие слои составляют чуть менее 10% от числа российских домохозяйств. С точки зрения материального положения эти семьи находятся за чертой бедности. Взрослые члены этих семей не обладают высшим образованием, тем самым, мало конкурентоспособны на рынке труда или же обречены на занятость на низкооплачиваемых и непрестижных рабочих местах. Наконец, они не испытывают иллюзий по поводу своего социального будущего – у них сформировано чувство неуверенности в отношении большинства сфер их жизни.

Между средними классами и низшими слоями находится группа, занимающая промежуточное социальное положение, которую можно описать формулой «уже не низшие, еще не средние». И их сегодня подавляющее большинство – 70% от общего числа российских домохозяйств. Эта группа неоднородна. Чуть менее ее половины (30%) с точки зрения концентрации перечисленных признаков более подходят на средний класс и, тем самым, обладают шансами на присоединение к нему. Эту группу условно можно назвать «рекрутами среднего класса». Оставшиеся 40% имеют больше общих черт с низшими группами и при негативных сценариях могут пополнить ряды бедных. Это – «зона риска бедности».

Эмпирические измерения еще раз доказывают высокую неконсистентность признаков российских средних классов и в конечном итоге самих средних классов.

- Менее четверти домохозяйств (4,6% из 19,7%) в равной мере обладают всеми базовыми характеристиками среднего клас-

74

са – хорошо образованы, имеют достойную работу с соответствующими доходами и чувствуют уверенность в завтрашнем дне.

- Менее половины домохозяйств (9% из 19%), обладающих набором признаков среднего класса с профессионально-социальной точки зрения, имеют удовлетворительное материальное положение. В упрощенных терминах это означает, что лишь половина образованных научились зарабатывать.

- С другой стороны, только треть российских семей с достатком (9% из 26%) имеют достаточно сильные социально-профессиональные позиции. Опять же упрощая, можно сказать, что лишь треть умеющих зарабатывать, достаточно образованы и имеют достойную работу.

- Лишь 40% среднеобеспеченных семей (12% из 30%) чувствуют себя уверенно в социально-экономическом отношении. Таким образом, материальный достаток далеко не для всех является гарантией стабильности.

- Менее трети домохозяйств с социально-профессиональными характеристиками, присущими среднему классу (9% из 30%), обладают уверенностью в своем будущем. Тем самым, образование и профессия тоже не всегда являются гарантией для устойчивости социально-экономического положения.

- Лишь 40% семей, выражающих оптимистический взгляд на свое будущее (12% из 30%), имеют на то объективные основания, если судить по уровню материального положения. Иначе говоря, не только заработок и доходы дают людям чувство уверенности.

- Менее половины (9% из 19%) из уверенных в своем будущем людей являются обладателями высокого профессионального статуса. Для остальных эта уверенность обусловлена другими факторами, не связанными с образованием и работой.

## 7. СРЕДНИЕ КЛАССЫ: БЫЛ ЛИ РОСТ НА ЭТАПЕ РОСТА?

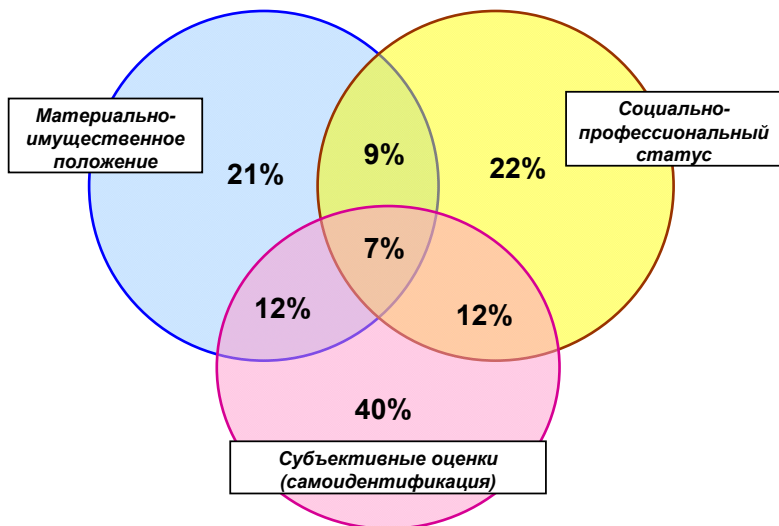
Какой же оказалась реальная социальная динамика в течение успешного в социально-экономическом отношении периода 2000-х гг.? Напомним, что предыдущее обследование было проведено поздней осенью 2000 г., то есть нам удалось зафиксировать размеры и границы российского среднего класса в самом конце затяжного периода экономического спада ровно накануне экономического подъема, начавшегося в 2001 г.

В конце 2000 г. (рис. 15) по материально-имущественному критерию к среднему классу относилось около 20% российских семей, по социально-профессиональному статусу – также около 20%, по субъективным оценкам – около 40% (данные масштабного репрезентативного социологического обследования 4 тыс. российских домохозяйств, представляющих 12 регионов России<sup>46</sup>).

На пересечении этих признаков находилось около 7% российских домохозяйств, то есть домохозяйств, обладающие всеми базовыми характеристиками среднего класса. Это бесспорный и наиболее стабильный средний класс, так называемое «ядро» средних классов. Дважды (любыми) признаками среднего класса обладали 12% российских семей. В итоге «обобщенный» средний класс, то есть социальные группы, обладающие двумя и более признаками среднего класса, составляли около 20% (19%) от общего числа российских домохозяйств.

---

<sup>46</sup> Средние классы в России: экономические и социальные стратегии // Коллективная монография под ред. Т.М. Малевой. Авторский коллектив: Е.М. Аврамова, Т.М. Малева, М.В. Михайлюк, Л.И. Ниворожкина, А.А. Овсянников, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, Я.М. Рощина, С.В. Сурков, Н.Ю. Фирсова – М., Гендальф, 2003

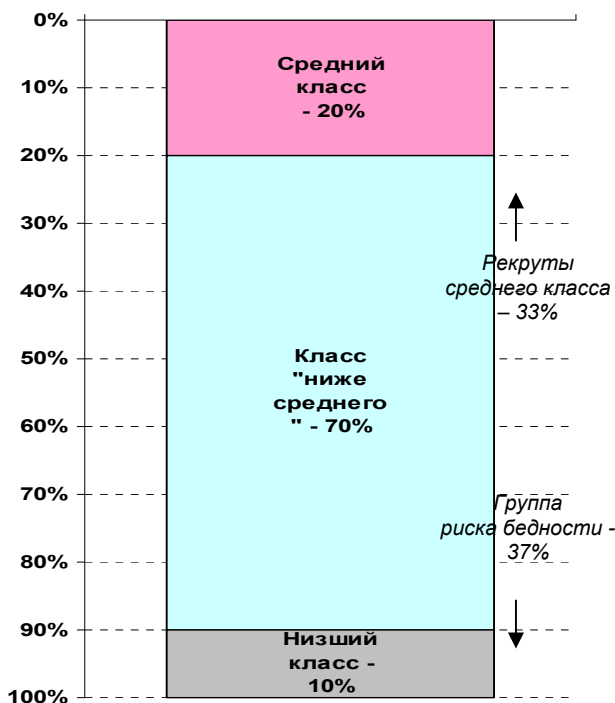


**Рисунок 15. Структура российского среднего класса в 2000 г., % от общего числа домохозяйств**

Источник: рассчитано по данным обследования «Экономические и социальные стратегии среднего класса» (2000 г.)

Низшие социальные группы составляли чуть более 10% населения. Класс «ниже среднего» составлял 70% населения. Около половины от группы «ниже среднего» (33%) имели значительные шансы для вертикальной социальной мобильности и перемещение в состав среднего класса, представляя собой отряд «рекрутов», в то время как у другой половины (37%) таких шансов было значительно меньше, и в целом на стратификационной шкале они располагались гораздо ближе к низшим классам – «зона риска бедности» (рис. 16).

С такой структурой российское общество входило в стадию экономического подъема и многими ожидалось, что экономический рост автоматически приведет к увеличению размера среднего класса и упрочению его позиций в экономике и в обществе.



**Рисунок 16. Социально-доходная структура российских домохозяйств в 2000 г., % от общего числа домохозяйств**

Источник: рассчитано по данным обследования «Экономические и социальные стратегии среднего класса» (2000 г.)

Однако, как показали эмпирические оценки 2007 г., эти ожидания оказались неоправданными. Социальная структура российского общества за прошедшие 7 лет экономического подъема не претерпела значительных изменений (рис. 14 и рис. 16).

Этому есть объяснения. С одной стороны, положительная экономическая динамика последних лет привела к оживлению в ряде экономических секторов и, как следствие, к росту оплаты труда и доходов занятых в них работников. С другой стороны,

расширение налоговой базы и улучшение налоговой дисциплины позволили консолидированному бюджету осуществить ряд социальных мероприятий. В контексте выделенных выше страт динамика доходов и ее перспективы неодинакова, а иногда разнонаправлена.

Средние классы в своем большинстве включены в относительно эффективные экономические сектора. Это работники, занятые в основном в так называемом вторичном экономическом секторе – в организациях и компаниях, занимающихся внешнеэкономическими операциями, общей коммерческой деятельностью по обеспечению функционирования рынка, в банковской сфере, в области финансов, кредита, страхования, рекламы. Лидеры по уровню заработной платы в реальном экономическом секторе – отрасли топливно-энергетического комплекса (главным образом, разумеется, нефтедобывающая и газовая промышленность), цветная металлургия, строительство и транспорт. Именно эти сектора ощутили реальные результаты экономического роста и отреагировали, в частности, повышением доходов и оплаты своих работников. Другими словами, экономическое оживление – явление не тотальное, а локальное, и фокусируется в отдельно взятых секторах, отраслях, регионах. Речь, следовательно, о том, что экономический рост прямо коснулся только этого сегмента рынка вообще и рынка труда, в частности. Выше на рисунке 5 было показано, как на стадии экономического подъема верхняя 20-процентная группа по уровню доходов резко «отрывается от преследователей».

Материальное положение низших и бедных в значительной мере зависят от усилий правительства и социальных программ. В своем большинстве эта группа состоит из традиционно бедных

категорий населения (пенсионеры, безработные, многодетные семьи, инвалиды и пр.), материальное положение которых в основном определяется мощностью государственных финансов и системы социальной защиты. Увеличение финансирования социальных программ, наблюдаемое в последние годы благодаря росту доходов государственного бюджета, привело к стабилизации и некоторому росту доходов низших классов и сокращению зоны бедности. Однако рост доходов еще не означает, что размер низших классов автоматически сокращается. Наиболее уязвимым фактором для этой группы является отсутствие образования, отсутствие работы или низкая квалификация. Даже на фоне улучшения или стабилизации материального положения они все же не могут стать самостоятельной социальной группой и нуждаются в поддержке различного рода социальных программ.

Группа «ниже среднего» оказывается наиболее слабым звеном в социальной пирамиде и практически находится за пределами воздействия экономической и социальной политики. До этой группы импульсы, исходящие и от положительной экономической динамики и от попыток поднять уровень жизни российского населения, либо не достигают вообще, либо доходят в ослабленном и усеченном виде. Повышение заработной платы и других социальных выплат, проводимое в последние годы, недостаточно для того, чтобы эта группа вошла в средний класс.

Следовательно, сегодня социально-экономическая политика «работает» на полюсах: политика прямого регулирования доходов достигает своего результата в зоне бедности, экономический рост способствует укреплению материального положения наиболее обеспеченных доходных групп. Это свидетельствует о том, что «двери в средний класс» закрыты для других

социальных слоев и механизм вертикальной социальной мобильности, так называемый «социальный лифт», не работает.

И тем не менее сомнения все же остаются. Реальность последних 7 лет – устойчивый и весомый экономический рост, сопровождавшийся существенным ростом доходов населения, сокращением зоны бедности и улучшением функционирования большинства системообразующих социальных институтов – рынок труда, пенсионная система, здравоохранение и образование, потребительский рынок и пр. Неужели эти очевидно позитивные процессы ничего не дали с точки зрения расширения границ среднего класса? В это верится с трудом, и окончательный вердикт требует дополнительных веских доказательств.

Совершенно естественно, что 7 благополучных в экономическом отношении лет – достаточно длительный период, в течение которых улучшалось качество жизни и менялись социальные стандарты. В своих расчетах мы использовали стратификационные уровни, адекватные новым стандартам образца 2007 г., которые, разумеется, часто выше порогов, которые были характерны для социально-экономической ситуации конца 2000-х гг. Справедливости ради, для ответа на вопрос о реальной социальной динамике, мы должны построить единый и сопоставимый методологический ряд основных индикаторов и лишь после этого оценивать реальные достижения или провалы<sup>47</sup>.

В первую очередь пересмотр порогов касается материально-имущественного критерия. В таблице 20 приведены оценки ареалов распространения используемых индикаторов с различными пороговыми значениями.

---

<sup>47</sup> Мы чрезвычайно благодарны проф. *В.В. Радаеву*, который обратил внимание на необходимость такого сопоставления.

Таблица 20.

**Материально-имущественные индикаторы среднего класса  
в старых и новых границах**

Наименование показателя	2000 г.	2007 г. по критериям 2007 г. (новые пороги)	2007 г. по критериям 2000 г. (старые пороги)
Доходы	30% самых обеспеченных	40% самых обеспеченных + высокие индивидуальные доходы + кредиты	50% самых обеспеченных + высокие индивидуальные доходы + кредиты
	30%	44%	50%
Сбережения	Д/х имеет сбережения определенного объема	Д/х имеет накопленные + делает текущие сбережения	Д/х имеет накопленные + делает текущие сбережения
	24%	29%	29%
Имущество	Д/х имеет 6 предметов из общего списка 26	Д/х имеет 1 из 4-х инновационных	Д/х имеет 1 из 4-х инновационных
	37%	52%	52%
Жилье	Комната на одного в областных центрах или второе жилье, независимо от места жительства	Комната на одного + благоустроенное	Комната на одного или второе жилье
	45%	29%	52%
Средний класс	Три и выше из четырех признаков среднего класса <sup>48</sup>	Три и выше из четырех признаков среднего класса	Три и выше из четырех признаков среднего класса
	20%	23%	32%

Источник: рассчитано по данным обследования «Экономические и социальные стратегии среднего класса» (2000 г.) и обследования РиДМиЖ (2007 г.)

<sup>48</sup> Точнее говоря, в обследовании 2000 г. в материально-имущественном поле использовались 6 частных индикаторов, а именно: (1) текущие денежные доходы; (2) накопленные сбережения; (3) накопленное движимое имущество; (4) имеющееся в распоряжении домохозяйства накопленное недвижимое имущество; (5) наличие сельскохозяйственных животных (крупный рогатый скот, свиньи, козы, лошади); (6) имеющиеся в распоряжении домохозяйства земельные паи, пастбищные и сенокосные угодья. Два последних

В силу методических ограничений, а именно неполной сопоставимости инструментария обследования, добиться полного выравнивания ряда используемых индикаторов, увы, невозможно. Между тем, по абсолютно большему числу этих индикаторов содержательные расхождения не критичны. Например, в 2000 г. мы располагали интервальными оценками объемов сбережений, которые отсутствуют для ситуации 2007 г. Вместо этого в 2007 г. мы пользовались показателями наличия ранее накопленных сбережений, а также возможности делать новые сбережения. Строго говоря, второй критерий точнее отражает склонность к сбережениям среднего класса, его способность не только сохранять прежние накопления, но и совершать новые, и на этом фоне сами размеры сбережений уже не так важны.

В итоге рост среднего класса по материально-имущественному критерию действительно был: его доля, то есть доля домохозяйств, у которых признаки материального благосостояния превышают пороги «вхождения в средний класс» при условии их неизменности, возросла с 20% до 32%. И следует признать, что этот рост значителен. Наиболее «продуктивным» оказалось действие доменов «доходы» и «имущество». По первому показателю масштаб среднего класса в сопоставимом исчислении возрос с 30% до 50%, по второму с 37% до 52%. Этот факт не вызывает удивления, поскольку процесс наращивания имущественного парка по многолетним наблюдениям повторяет

---

были введены в методику для более корректной идентификации среднего класса в российском селе. Для вычленения среднего класса в городах использовались первые 4 критерия. В обследовании 2007 г. специального инструментария для села не вводилось. Тем самым, можно считать, что методический прием, основанный на концентрации показателей, не изменился – критерием отнесения к среднему классу и в 2000 г., и в 2007 г. считается концентрация признаков 3 и более из 4 возможных.

динамику текущих доходов населения<sup>49</sup>. Другими словами, доходы чаще всего (помимо расходов на питание) конвертируются в имущество (товары длительного пользования).

Рост среднего класса на 12% мог бы внушать оптимизм.

Однако далее посмотрим, насколько мощным оказалось воздействие материального признака на рост совокупного среднего класса, то есть среднего класса, определенного по сочетанию этого и других критериальных признаков (табл. 21).

Таблица 21.

**Структура среднего класса в 2000 и 2007 гг.**

<b>Социальные страты</b>	<b>2000 г.</b>	<b>2007 г. по критериям 2007 г. (новые пороги)</b>	<b>2007 г. по критериям 2000 г. (старые пороги)</b>
ядро среднего класса	6,9	4,6	5,3
полуядро среднего класса	12,2	15,1	16,5
<i>Всего обобщенный средний класс</i>	<i>19,7</i>	<i>19,7</i>	<i>21,8</i>
периферия среднего класса	33,1	29,3	31,6
<i>Всего совокупный средний класс</i>	<i>52,2</i>	<i>49,2</i>	<i>53,4</i>

Источник: рассчитано по данным обследования «Экономические и социальные стратегии среднего класса» (2000 г.) и обследования РидМиЖ (2007 г.)

И здесь обнаруживается, что на пересечении признаков реальных изменений почти нет. Наблюдаются лишь легкие пози-

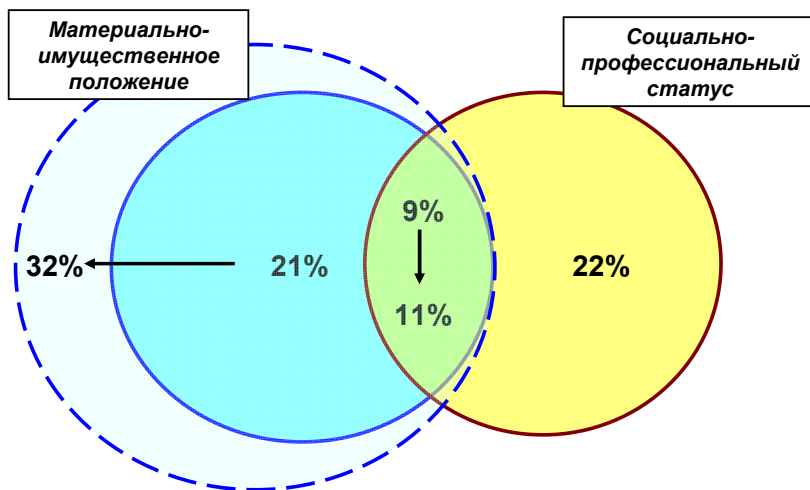
<sup>49</sup> См., например, аналитические материалы по проекту НИСП «Индекс потребительских настроений»: <http://ipn.socpol.ru/>

тивные смещения: ядро среднего класса подросло с 4,6% до 5,3%, полуядро – с 15,1% до 16,5%, периферия – с 29,3% до 31,6%.

Доля низших классов сократилась с 11,6% до 11,2%, хотя сокращение на 0,4%, разумеется, нельзя считать значительным. И ровно на такую же величину 0,4% возросла периферия бедности – с 33,1% до 33,5%, видимо, за счет выхода этой группы из зоны откровенной хронической бедности.

Однако справедливости ради напомним, что субъективный критерий в наших обследованиях содержательно изменился. Хотя с точки зрения прикладного анализа оценка респондентами *стабильности* своего положения представляет большую ценность, чем *самоидентификация* как прямое отношение к той или иной страте, все же следует признать, что это не одно и то же. Тем самым, методологическое смещение в сравнении интегральных оценок обследования 2000 г. и 2007 г. все же может иметь место.

Посмотрим, какие результаты дает наложение только двух полей, в которых методология является сравнимой, то есть материально-имущественного критерия со старыми порогам (пороги 2000 г.) и социально-профессионального критерия, который не претерпел существенных изменений (рис. 17). Другими словами, если «экономический» средний класс (измеренный в материально-имущественных координатах) возрос на 12%, то получим ли мы такой же рост на его пересечении с «профессиональным» средним классом? Это пересечение дает нам 11%, в то время как в 2000 г. оно составляло 9%. Вновь мы наблюдаем легкий рост, который, однако, не позволяет говорить о радикальном расширении границ среднего класса.



**Рисунок 17. Пересечение материально-имущественного и социально-профессионального критериев среднего класса в 2007 г. по порогам значений 2000 г., % от общего числа домохозяйств**

В любом случае очевидно, что процессы последних лет не изменили принципиально общую социальную структуру и что рост материального благосостояния не гарантирует автоматического расширения границ среднего класса. Более того, тот факт, что 12% прироста среднего класса по доходам сжалось до 2% при пересечении с профессиональным средним классом, говорит о том, что отнюдь не доходы являются самым слабым звеном в ресурсной цепочке, которая определяет размеры и границы социальных страт. Какие же именно факторы мешают социальным группам, у которых выросли доходы, но которые остались за пределами обобщенного среднего класса по той причине, что их социально-профессиональный статус не соответствует критериям среднего класса, войти в него? (табл. 22).

Таблица 22.

**Дефицитные признаки для социальных групп, не имеющих признаков профессионального среднего класса, % в группе**

	Периферия "Материально-имущественное положение"	периферия "Уверенность"	полуядро "Материально-имущественное положение - Уверенность"	все
<b>высшее образование</b>	<b>80</b>	<b>88</b>	<b>78</b>	<b>83</b>
занятость	24	18	10	18
нефизический характер труда	46	53	43	49
доходы	6	58	6	29
имущество	12	43	7	25
сбережения	25	78	20	48
жилищные условия	38	86	46	62

Самым дефицитным фактором оказывается отсутствие высшего образования. Его нет у 80% тех, кто соответствует признаку среднего класса по материально-имущественному критерию, у 88% тех, кто испытывает относительную уверенность в своем социально-экономическом положении, и у 78% тех, кто соответствует и тому и другому критерию среднего класса. Это – главная причина, почему обобщенный средний класс не растет вместе с ростом доходов и укреплением стабильности в обществе.

Далее, обращает на себя внимание фактор «нефизический характер труда». Этому условию не соответствуют почти половина (46%) из среднеобеспеченных социальных групп, более половины (53%) из групп, демонстрирующих уверенность в завтрашнем дне, и 43% из тех, кто обладает обоими признаками (материально-имущественное положение и уверенность)

одновременно. А это означает, что число рабочих мест с преобладанием физического труда в российской экономике по-прежнему очень высоко, и структура рынка труда ограничивает рост социально-профессионального среднего класса.

И, наконец, выясняется, что отнюдь не уровень доходов является самым дефицитным фактором. Из тех, кто остался за его пределами, только 6% не располагают достаточным доходом для вхождения в обобщенный средний класс (Хотя отметим, что среди уверенных в своем завтрашнем дне таких намного больше – 58%). Даже отсутствие накоплений является более весомой причиной: 25% среди имеющих средний материально-имущественный уровень, 78% среди давших высокую субъективную оценку, и 20% в полуядре «Материально-имущественное положение – Уверенность». И еще раз подтверждается, что из материально-имущественных факторов самым дефицитным оказывается жилье: стандартам жилья для среднего класса не соответствует 38% от среднеобеспеченных социальных групп, 86% от тех, кто верит в стабильность своего положения, и 46% от тех, кто относится и к той и к другой группе одновременно.

Что из этого следует? Вопреки всеобщему убеждению, что самым слабым звеном в цепочке ресурсов, которые «приводят» людей в состав среднего класса, является низкий уровень доходов, выясняется, что существует сильнейший ограничитель, способный «свести на нет» все попытки стимулирования роста среднего класса за счет наращивания доходов населения. Это – человеческий капитал (образование) и структура рынка труда (занятость на рабочих местах, соответствующих стандартам среднего класса). Другими словами, в сложившейся отраслевой структуре экономики и в действующей системе институтов 20% среднего класса – это не минимальная, а, по-видимому, максимальная его доля.

## **8. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РОСТА СРЕДНЕГО КЛАССА**

Итак, сказанное выше означает, что рост доходов населения – необходимое, но явно недостаточное условие для роста среднего класса. Тормозом для этого роста является несовершенство и низкая эффективность действующих экономических, финансовых, социальных и политических институтов.

Сегодня, отвечая на вопросы о перспективах социальной динамики, нельзя ограничиться лишь задачей выделения среднего класса и его социального окружения. Чтобы ответить на вопросы о возможных траекториях роста среднего класса, необходимо решение новых задач:

- анализ эффективности экономических, финансовых и социальных институтов, от развитости которых зависит реальное положение среднего класса и перспективы его роста;
- анализ возможностей и стимулов среднего класса влиять на состояние экономических и социальных институтов, от которых зависит его положение и перспективы развития.

В общем смысле экономические, финансовые, социальные институты могут содействовать / противодействовать / быть нейтральными по отношению к среднему классу. Задача исследования – определить качество тех или иных институтов с точки зрения их влияния на (1) устойчивость «действующего» среднего класса и (2) перспектив расширения его границ, то есть присоединения к нему новых социальных групп, которые сегодня могут быть идентифицированы как «класс ниже среднего».

Среди этих институтов ключевыми являются:

1. *Рынок труда.* В настоящее время сегмент рабочих мест, требующих высокой квалификации и соответственно характеризующийся высокой оплатой труда, как, в частности, было показано в настоящем исследовании, невелик. Без роста числа таких рабочих мест вход новых массовых групп населения в состав среднего класса будет крайне ограничен.

2. *Потребительский рынок и рынок услуг.* Потребительские ожидания и соответственно потребительская активность среднего класса зависят от соответствия ценовой ситуации и качества предоставляемых товаров и услуг. Рост инфляции в 2007 г. ухудшил индекс потребительских настроений населения<sup>50</sup> и, в частности, среднего класса. Наиболее важным фактором, влияющих на потребительские настроения и поведение среднего класса, является рост цен на услуги.

3. *Образование и здравоохранение.* Средний класс – самый массовый потребитель образовательных и медицинских услуг. Образование и состояние здоровья – важнейшие нематериальные ресурсы, которые позволяют среднему классу поддерживать свою конкурентоспособность и высокую эффективность на рынке труда и в других сферах экономической деятельности. Формально большинство населения имеет доступ к этим социальным ресурсам. Однако в реальном измерении существуют значительные барьеры в доступности *качественных* услуг со стороны образовательных и медицинских

---

<sup>50</sup> Индекс потребительских настроений (ИПН): <http://ipn.socpol.ru/bulletin.shtml>

учреждений<sup>51</sup>. Существование этих барьеров существенно усложняет задачу стимулирования развития среднего класса.

4. *Рынок жилья*. В системе потребительских приоритетов для среднего класса это наиболее важная сфера. Одновременно, как показано выше, это и самое слабое звено в цепочке ресурсов, определяющих материально-имущественное положение среднего класса<sup>52</sup>. Без преодоления барьеров доступа среднего класса на рынок современного жилья ожидания роста среднего класса и усиления его роли в социально-экономическом развитии страны окажутся неоправданными.

5. *Институты страхования*. Средний класс как никакая другая социальная группа заинтересован в сохранении стабильности своего социально-экономического положения и в существовании эффективных институтов страхования в обществе.

6. *Пенсионная система*. Средний класс заинтересован в гарантиях безбедного существования после окончания трудовой жизни. Однако сегодняшняя пенсионная система не предоставляет таких реальных гарантий<sup>53</sup>. Сегодняшняя пенсионная система ставит своей задачей преодоление бедности

---

<sup>51</sup> Обзор социальной политики в России. Начало 2000-х // *Под ред. Т.М. Малевой / Н.В. Зубаревич и др.*; Независимый институт социальной политики. – М., НИСП, 2007. – 432 с.; Российское здравоохранение: оплата за наличный расчет / *С.В. Шишкин (руководитель), Г.Е. Бесстремьянная, М.Д. Красильникова и др.*; / Независимый институт социальной политики – М.: ГУ ВШЭ, 2004. 248 с.; Социальная дифференциация высшего образования / *Отв. ред. С.В. Шишкин*; Независимый институт социальной политики. – М., 2005. – 384 с.

<sup>52</sup> См. также: Обзор социальной политики в России. Начало 2000-х // *Под ред. Т.М. Малевой / Н.В. Зубаревич и др.*; Независимый институт социальной политики. – М., НИСП, 2007. – 432 с.

<sup>53</sup> *Т.М. Малева, О.В. Сиянская*. Пенсионная реформа в России: история, результаты, перспективы. / Независимый институт социальной политики. – М., Поматур, 2005. 76 с.

пожилого населения страны, что выливается в изнурительное соревнование между реальным размером пенсий и прожиточным минимумом, в то время как коэффициент замещения при-скорбно мал и составляет 25%. Разумеется, он еще ниже (и значитель-но) для представителей среднего класса, для которых пенсионная система вообще теряет смысл как источник буду-щего благосостояния. Повышение реального размера государ-ственных пенсий и даже введение новых инструментов пенси-онного страхования, в частности, добровольного пенсионного страхования при активном стимулировании со стороны госу-дарства могут повысить уровень пенсий для низкообеспечен-ных групп населения или класса ниже среднего, но практиче-ски не затрагивают интересы среднего класса<sup>54</sup>.

7. *Налогообложение и неформальные практики.* Средний класс в развитой рыночной среде – основной, надежный и за-конопослушный налогоплательщик. Но его положение в Рос-сии пока не позволяет подтвердить это правило. Часто средний класс – выходец из теневого экономического сектора или, по крайней мере, не чурается дополнительных доходов, связанных с теневой деятельностью, в частности, с неформальной занятостью<sup>55</sup>. С другой стороны, и это уже безусловно признанный

---

<sup>54</sup> О том, что система добровольного пенсионного страхования (так назы-ваемая «тысяча на тысячу») малопривлекательна для высокооплачиваемых работников, свидетельствует обследование НИСП, проведенное в 2006 г. См.: *О.В. Синяевская.* К вопросу о патернализме: государство и человек в пенсионной реформе / SPERO, № 8, Весна-лето 2008 г

<sup>55</sup> Средние классы в России: экономические и социальные стратегии // Кол-лективная монография под ред. *Т. М. Малевой.* Авторский коллектив: *Е.М. Авраимова, Т.М. Малева, М.В. Михайлюк, Л.И. Ниворожкина, А.А. Ов-сянников, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, Я.М. Рощина, С.В. Сурков, Н.Ю. Фир-*

факт, средний класс – активный участник неформальных практик, сложившихся в тех сферах, в которых он выступает главным потребителем – образовании и здравоохранении<sup>56</sup>. Следовательно, в той или иной мере он поддерживает эти практики и способствует их укоренению. Частично реализуя свои потребности, средний класс все же не может быть удовлетворен этим статус-кво, поскольку, выступая плательщиком, он не имеет реальных инструментов контроля над количеством и качеством получаемых услуг.

8. *Права собственности, административные барьеры, судебная система.* В мире к среднему классу относится слой мелких собственников и малых предпринимателей. Сегодня, спустя почти 2 десятилетия после формирования частнопредпринимательского сектора в России, этот слой по-прежнему прискорбно мал. Причина тому – многочисленные экономические и административные барьеры, которые, несмотря на политическую риторику и решимость правительства в содействии развитию малого бизнеса в российской экономике, продолжают сохраняться и даже возрастать. Между тем, институт собственности касается не только малых предпринимателей. Это – гарантии существования и развития всего среднего класса как

---

*сова* – М., Гендальф, 2003; *Синявская О.В.* Неформальная занятость в современной России: измерение, масштабы, динамика / Независимый институт социальной политики. WP/2005/01 – М.: Поматур, 2005

<sup>56</sup> Обзор социальной политики в России. Начало 2000-х // *Под ред. Т.М. Малевой / Н.В. Зубаревич и др.*; Независимый институт социальной политики. – М., НИСП, 2007. – 432 с.; Российское здравоохранение: оплата за наличный расчет / *С.В. Шишкин (руководитель), Г.Е. Бесстремянная, М.Д. Красильникова и др.*; / Независимый институт социальной политики – М.: ГУ ВШЭ, 2004. 248 с.; Социальная дифференциация высшего образования / *Отв. ред. С.В. Шишкин*; Независимый институт социальной политики. – М., 2005. – 384 с.

класса *имущих* граждан. Право собственности неотделимо от эффективной и независимой судебной системы, в которой средний класс мог бы отстаивать свои экономические и социальные интересы. Пока же обращение в суд (что должно быть типично для представителя среднего класса, ищущего справедливость в имущественных вопросах) зачастую бесполезно из-за сомнений в его беспристрастности, особенно если тяжба ведется против представителей власти.

9. *Политические и гражданские институты.* Средний класс в состоянии осознать свои цели и артикулировать их на политическом языке. Именно средний класс за счет своей численности в зрелом и развитом обществе определяет моральные стандарты и в известном смысле его идеологию. Наконец, средний класс в целом рассматривается как ключевой элемент общества в обеспечении гарантий политической свободы. Сегодня развитие российского среднего класса наталкивается на отсутствие четко работающих административных, политических институтов и институтов гражданского общества. Формирование последних, наоборот, серьезно обременено недавно внесенными поправками в федеральное законодательство в отношении некоммерческих организаций (НКО). В итоге сегодня у российского среднего класса нет политических сил и инструментов, при помощи которых он мог бы адекватно выражать и эффективно защищать свои интересы<sup>57</sup>.

Состояние, размер и динамичность среднего класса зависит от эффективности перечисленных выше институтов. Одно-

---

<sup>57</sup> Гонтмахер Е.Ш., Григорьев Л.М., Малева Т.М. Средний класс и российская модернизация – "Время новостей", № 14, 1 февраля 2008 г.

временно действует и противоположный вектор связи: от состояния, размера и динамики среднего класса зависят те или иные институты.

Рельефный пример – пенсионная система. Влияние размера пенсии на материально-имущественное положение индивида/домохозяйства очевидно, особенно при прискорбно низком коэффициенте замещения (26%), который сложился в российской пенсионной системе и который практически означает, что человек, прекративший работать в силу возраста, становится в 4 раза беднее. Необходима дельнейшая пенсионная реформа, которая позволила бы устранить эту деформацию. В то же время от размера и доходов среднего класса, которые влияют на доходную базу пенсионной системы, в значительной мере зависит финансовая устойчивость самой этой системы и ее возможность выполнять свои финансовые обязательства. Далее, от участия среднего класса в различных системах дополнительного пенсионного обеспечения (добровольного пенсионного обеспечения) зависит само существование тех или иных сегментов «пенсионного рынка».

Гражданская активность средних классов является условием укрепления всей системы политических, правовых, судебных, негосударственных и пр. институтов, от которых в конечном итоге зависит социально-экономическое положение не только средних классов, но и всех прочих социальных групп, а также механизмы устойчивости и вертикальной мобильности в обществе.

По большинству из названных направлений Независимый институт социальной политики (НИСП) в настоящее время ведет исследования. Однако уже сейчас очевидно, что без изменений в

системе перечисленных и пр. институтов попытки стимулирования роста среднего класса на основе политики повышения доходов населения – Сизисоф труд, который не приведет к формированию механизмов вертикальной социальной мобильности.

## **9. СРЕДНИЕ КЛАССЫ НАКАНУНЕ НОВЫХ ИСПЫТАНИЙ ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ**

Говоря о перспективах роста среднего класса в ближайшие годы, разумеется, нельзя не упомянуть о тех рисках, которые несет в себе финансовый кризис.

В настоящее время в полном объеме об этом говорить крайне затруднительно, поскольку, во-первых, финансовый кризис, как за рубежом, так и в России, еще не прошел все свои стадии и, во-вторых, очаг кризиса находится за пределами экономического пространства России и его дальнейшее развитие зависит от большого числа экзогенных по отношению к российской экономике факторов.

Природа нынешнего кризиса принципиально отличается от всех предыдущих кризисов как глобального, так и локального характера. В частности, он мало общего имеет с российским валютно-финансовым кризисом 1998 г. У них иные корни и, тем самым, эффекты.

Однако с точки зрения социальных аспектов их протекания общее все же есть. И в первую очередь, их объединяет как раз то обстоятельство, что и кризис 1998 г., и кризис 2008 г. – это, в первую очередь, кризисы среднего класса. Во всяком случае даже до того момента, когда кризис перенесет свою тяжесть на реальный экономический сектор, даже на этапе кри-

зиса фондового рынка и банковского сектора, который уже имеет место, средний класс – первая социальная группа, которая принимает на себя удар.

Чем именно сегодняшний кризис угрожает представителям среднего класса? В общих чертах эти угрозы сводятся к следующим:

- Сокращение занятости: потеря работы, вынужденное сокращение рабочего времени (неполная занятость, административные отпуска и пр.), сокращение числа рабочих мест;
- Задолженность по выплате заработной платы и др. выплат;
- Снижение заработной платы, премий, бонусов;
- Потеря вкладов (депозитов, средств на карточных счетах и пр.) – полная или существенная;
- Потеря активов на фондовом рынке – полная или существенная;
- Изменения валютного курса (не угадана валюта сбережений);
- Невозможность погасить взятые кредиты (вернуть долг частному лицу);
- Невозможность получить новые кредиты;
- Высокая инфляция, в том числе инфляция сбережений;
- Реструктуризация потребительского рынка, замещение импорта на товары отечественного производства, снижение качества товаров;
- Сокращение социальных расходов государственного бюджета и пр.

Среди этих угроз есть те, которые затронут все население безотносительно к принадлежности к той или иной социальной страте, – раскручивание инфляционной спирали (как известно,

самое тяжелое бремя инфляции несут низкообеспеченные слои населения), возможное сокращение финансирования социальных программ и социальной сферы, включая системы образования и здравоохранения, изменения на потребительском рынке и пр.

Однако абсолютно большая часть рисков, во всяком случае, связанных с первыми двумя стадиями кризиса, касается именно представителей среднего класса как класса, у которого аккумулированы большие материальные активы. Значительная часть этих активов размещена в секторах и на рынках, которые в первую очередь попали или потенциально могут попасть под разрушительное воздействие кризиса: потеря, пусть частичная, банковских вкладов, нерациональный выбор валюты вкладов, в котором сегодня не уверены даже профессиональные аналитики, трудности с погашением имеющихся и получением новых кредитов и пр. Хотя приобретение акций и др. видов ценных бумаг, в основном, является финансовой практикой высших классов, но в последние годы средний класс также начал делать шаги по вхождению на фондовый рынок, но на стадии инвестиционного кризиса понес значительные потери. Наконец, именно средний класс попадает под волну высвобождений и потери рабочих мест в связи с кризисом в финансовом секторе экономики (банковский сектор, страховые компании и пр.), а также в связи с возможным перемещением кризиса в реальный экономический сектор. Почти естественная цепь событий – соответствующая потеря доходов и оплаты труда. Малоприятная реальность – в том, что признаки кризисных явлений начинают проявляться уже сейчас<sup>58</sup>.

---

<sup>58</sup> По данным Росстата, на 1 ноября 2008 г. по сведениям организаций (без субъектов малого предпринимательства) суммарная задолженность по заработной плате по кругу наблюдаемых видов экономической деятельности составила 4024 млн. руб. и увеличилась по сравнению с 1 октября с.г. на

Между тем, у российского среднего класса уже есть опыт преодоления подобных макро-шоков, если вспомнить драматические события валютно-финансового кризиса 1998 г. В тот период представители среднего класса, используя различные стратегии адаптации, сумели сохранить достаточно высокий уровень жизни<sup>59</sup>. Этот слой накопил достаточный адаптационный потенциал для того чтобы отразить, хотя и с потерями, удар кризиса августа 1998 г., восстановиться в течение года после кризиса, продумать и простроить стратегии экономической деятельности, адекватные сложившимся после августа социально-экономическим условиям. Этот потенциал имеется и у сегодняшнего среднего класса<sup>60</sup>. А вот суждено ли ему так и остаться «группой выживания» или же получить стимул к росту, развитию и превращению в ведущую социальную группу в структуре российского общества, зависит от выбора стратегии социально-экономического развития страны.

---

1007 млн. руб. (на 33,4%). По сравнению с маем 2008 г., когда был достигнут минимум, объем задолженности возрос в полтора раза. Задолженность по заработной плате на 1 ноября 2008 г. имели 0,3 млн. чел. (1% работников). За период с 1 октября по 1 ноября 2008 г. задолженность по заработной плате из-за отсутствия собственных средств организаций увеличилась в 57 субъектах Российской Федерации.

<sup>59</sup> Средний класс в России: количественные и качественные оценки // *Е.М. Аврамова, Л.М. Григорьев, Т.П. Космарская, Т.М. Малева (руководитель авторского коллектива), М.В. Михайлюк, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, М.Ю. Урнов – М., ТЕИС, 2000*

<sup>60</sup> Об этом, в частности, свидетельствуют результаты фокус-группы с представителями малого бизнеса, проведенной по нашему заказу Левада-центром в середине ноября 2008 г.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Аристотель*, «Политика», Книга 4:  
<http://www.politnauka.org/library/classic/aristotel-recenz.php>
2. *Вебер М.* Класс, статус и партия. // В: Социальная стратификация. Вып. 1. ИНИП РАН, 1992, 36 с.
3. *Вебер М.* Основные понятия стратификации // Социологические исследования. 1994. № 5, С. 147-156
4. *Гонтмахер Е.Ш., Григорьев Л.М., Малева Т.М.* Средний класс и российская модернизация. – "Время новостей", № 14, 1 февраля 2008 г.
5. Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад // Институт социологии РАН. Доклад подготовлен в сотрудничестве с представительством Фонда им. Ф. Эберта в РФ. – М., 2006
6. Дискуссия о среднем классе. Материалы конференции «Средний класс: проблемы формирования и перспективы роста». ИНСОП, 24 апреля 2008 г. – М., «Научная книга», 2008 – 78 с.
7. *Заславская Т.И.* К вопросу о «среднем классе российского общества» // «Мир России», 1998, № 4
8. *Заславская Т.И.* Социетальная трансформация российского общества: деятельностно-структурная концепция – М., Дело, 2002
9. *Зубаревич Н.В.* Доклад ПРООН о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации 2006/2007 "Регионы России: цели, проблемы, достижения". Глава 9 / Под общей ред. *С.Н. Бобылева и А.Л. Александровой.* – М., Весь мир, 2007
10. Индикаторы образования. Статистический ежегодник – М., ГУ-ВШЭ, 2006
11. Коалиции для будущего. Стратегии развития России. / «СИГМА» – М., РИО-центр, 2007. – 111 с.
12. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации [http://mert.tatar.ru/rus/file/pub/pub\\_8406.doc](http://mert.tatar.ru/rus/file/pub/pub_8406.doc);
13. *Левада Ю.А.* Средний человек: фикция или реальность? // Экономические и социальные перемены. М., 1997. № 2
14. *Малева Т.М.* Средний класс вчера, сегодня, завтра, или как построить «социальный лифт»? // SPERO, № 8, Весна-лето 2008 г.
15. *Малева Т.М., Синявская О.В.* Пенсионная реформа в России: история, результаты, перспективы. / Независимый институт социальной политики. – М., Поматур, 2005. 76 с.

16. Обзор социальной политики в России. Начало 2000-х // *Под ред. Т.М. Малевой / Н.В. Зубаревич и др.*; Независимый институт социальной политики. — М., НИСП, 2007. — 432 с.

17. *Радаев В.В.* Стратификационный анализ постсоветской России: неовебериянский подход / *Бутенко И.А.* (отв. ред.). Способы адаптации населения к новой социально-экономической ситуации в России. Выпуск XI — М., Московский общественный научный фонд, 1999

18. *Радаев В.В.* Средний класс как нормативная модель / Дискуссия о среднем классе. Материалы конференции «Средний класс: проблемы формирования и перспективы роста» / ИНСОП, 24 апреля 2008 г. — М., «Научная книга», 2008 — 78 с., С. 39-45.

19. Российское здравоохранение: оплата за наличный расчет / *С.В. Шишкин (руководитель), Г.Е. Бесстремьянная, М.Д. Красильникова и др.*; / Независимый институт социальной политики — М.: ГУ ВШЭ, 2004. 248 с.

20. Россия в 2008-2016 годах. Сценарии экономического развития. РИО-центр. — М., «Научная книга», 2007 — 753 с.

21. Социальная дифференциация высшего образования / *Отв. ред. С.В. Шишкин*; Независимый институт социальной политики. — М., 2005. — 384 с.

22. Социальное положение и уровень жизни населения России, 2004, 2005, 2006, 2007. Официальное издание. — М, Росстат, 2005, 2006, 2007, 2008

23. *О.В. Синявская.* К вопросу о патернализме: государство и человек в пенсионной реформе / SPERO, № 8, Весна-лето 2008 г.

24. *Синявская О.В.* Неформальная занятость в современной России: измерение, масштабы, динамика / Независимый институт социальной политики. WP/2005/01. — М.: Поматур, 2005

25. Средние классы в России: экономические и социальные стратегии // Коллективная монография под ред. *Т.М. Малевой*. Авторский коллектив: *Е.М. Аврамова, Т.М. Малева, М.В. Михайлюк, Л.И. Ниворожкина, А.А. Овсянников, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, Я.М. Рощина, С.В. Сурков, Н.Ю. Фирсова* — М., Гендальф, 2003

26. Средний класс в России: количественные и качественные оценки // *Е.М. Аврамова, Л.М. Григорьев, Т.П. Космарская, Т.М. Малева (руководитель авторского коллектива), М.В. Михайлюк, Л.Н. Овчарова, В.В. Радаев, М.Ю. Урнов.* — М., ТЕИС, 2000

27. Средний класс в современном российском обществе // *Под ред. Горшкова М.К., Тихоновой Н.Е., Чепуренко А.Ю.* — М., РОССПЭН, 1999

28. Суринов А.Е. Уровень жизни населения России: 1992-2002 г. (по материалам официальных статистических наблюдений). – М., 2003, 203 с.
29. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2004: Стат. сб. / Росстат. – М., 2004, 337 с.
30. Тихонова Н.Е. Ресурсный подход как новая теоретическая парадигма в стратификационных исследованиях // СОЦИС. Социологические исследования, № 9 (269), 2006. С. 28-41
31. Тихонова Н.Е., Горюнова С.В. Теоретико-методологические проблемы анализа среднего класса. // SPERO, № 8, Весна-лето 2008 г.
32. Хахулина Л.А. Субъективный средний класс: доход, материальная обеспеченность, ценностные ориентации // Экономические и социальные перемены. М., 1999. № 2
33. Шкаратан О.И., Инясевский С.А., Любимова Т.С. Новый средний класс и информациональные работники на российском рынке труда // Общественные науки и современность. 2008. № 1. С. 5-27
34. Analyzing Inequality: Life Chances and Social Mobility in Comparative Perspective / Ed. by S. Svallfors. Stanford: Stanford University Press, 2005
35. Giddens A. The Class Structure of the Advanced Societies // London, 1973
36. Homczynski K.M. Class and Status in East-European Perspective // Jn. The Transformation of Europe. Social Conditions and Consequences . W-wa, JfiS Publishers, 1993
37. Kraus I. Stratification, Class, and Conflict // N-Y., 1976
38. Mobility and Inequality: Frontiers of Research in Sociology and Economics / Ed. by S. L.Morgan, D. B.Grusky, G. S. Fields. Stanford: Stanford University Press, 2006
39. Mokrzycki E. A New Middle Class? // Jn: Democracy, Civil Society and Pluralism in Comparativ Perspective: Poland, Great Britain and the Netherlands, W-wa, JF:S Publishers, 1995
40. Pakulski J., Waters M. The Death of Class. L.: Sage Publications, 1995
41. Rose, Stephen J. Social Stratification in the United States. // N.Y.: The New Press, 2000
42. Savage M., Warde A., Devine F. Capitals, assets, and resources: some critical issues // The British Journal of Sociology. 2005. Vol. 56. Iss. 1. P. 31-47.
43. Scott J. Social Class and Stratification in Late Modernity // Acta Sociologica. 2002. No. 45 (1). P
44. Wright E.O. Class, Exploitation, and Economic Rents: Reflections on Sorensen's "Sounder Basis" // The American Journal of Sociology. 2000. No. 105 (6). P. 1559-1571

## **Часть II. КОНКУРЕНЦИЯ И СТРАТЕГИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СРЕДНЕГО КЛАССА**

### **1. ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ**

Состояние конкуренции на товарных рынках определяет их развитие, так как создаёт благоприятные стимулы к выявлению новых способов использования доступных ресурсов или выявлению новых ресурсов. Высокий уровень конкуренции стимулирует хозяйствующих субъектов к производительной деятельности, что соответствует благоприятным условиям долгосрочного развития рынков, отраслей, экономики в целом. Отсутствие конкуренции ассоциируется с распространением перераспределительной деятельности, результатом которой являются ограничение конкуренции посредством создания барьеров входа, низкое качество механизмов защиты от недобросовестной конкуренции и недобросовестного поведения производителей или контрагентов.

В экономике – особенно переходной, со слабыми рыночными институтами, – конкуренция не возникает автоматически, а, напротив, требует продуманной целенаправленной политики. Рыночная свобода ещё не означает наличия добросовестной конкуренции, так как инновационная (производительная) стратегия может проигрывать распределительной в краткосрочном периоде. Для смещения стимулов экономических агентов в пользу долгосрочных производительных стратегий необходимо

эффективное функционирование институтов защиты прав собственности, институтов, регулирующих конкурентные отношения. Вместе с тем наличие спроса на такие институты со стороны различных общественных групп в современной России неоднозначно. Кроме того, внутри выделяемых групп в этом контексте может наблюдаться высокий уровень гетерогенности характеристик спроса на указанные институты.

Успешность реализации конкурентной политики зависит от ориентации на общественные интересы, её реализация вне потребностей общества, вне стимулов различных общественных групп, пассивное принятие ими этой политики неизбежно приведут к отсутствию результата. Вот почему анализ мер экономической политики должен опираться на выявление интересов общественных групп. Успешная политика требует такого дизайна, при котором предлагаемые меры в целом будут поддержаны – благодаря тому, что инициаторов поддержат заинтересованные группы, а незаинтересованные группы получат достаточную компенсацию, чтобы не создавать препятствия экономическим преобразованиям [Григорьев, Аузан и др. (2007); Юргенс (ред), 2007].

В последние годы в качестве важнейшего действующего лица преобразований рассматривается так называемый средний класс (или средние классы). Стратегии среднего класса на рынках потребительских благ и ресурсов, в сфере создания и распределения доходов могут сыграть ключевую роль в модернизации российской экономики. Эти стратегии испытывают на себе воздействие широкого круга факторов, которые, в свою очередь, являются объектами государственной политики. Один из таких факторов – состояние конкуренции на товарных и фи-

нансовых рынках. Чем выше ожидаемый выигрыш от предпринимательства и меньше ограничений для свободы предпринимательства, тем выше вклад предпринимательских усилий среднего класса в процессы модернизации и повышения эффективности использования ресурсов (что важно для экономистов), и тем больше средний класс настроен на поддержку конкуренции (что важно для социологов и политологов). Таким образом, взаимосвязь между состоянием и поведением среднего класса, с одной стороны, и конкуренцией, с другой стороны, – это еще и важное основание для обсуждения вопросов сопряженности социальной и конкурентной политики.

В то же время влияние конкуренции на поведение среднего класса в России не получило широкого внимания в специальных экономических исследованиях. Более того, предварительный анализ зарубежной экономической литературы, проведенный с помощью электронных каталогов, также свидетельствует о низком уровне концентрации внимания исследователей-экономистов на выяснении взаимосвязей между этими двумя феноменами<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Подчеркнём, что мы не имеем достаточных оснований делать утверждения об отсутствии такого рода исследований. Однако отсутствие «прямого выхода» на набор экономических исследований указанных взаимосвязей симптоматично. Анализ осуществляется в рамках таких баз данных как Jstor, ScienceDirect, Ebsco research databases, SpringerLink по следующим ключевым словам в различных их комбинациях: competition, small business, anti-trust, antimonopoly, middle class, special interest groups, demand on competition law. Работы, содержащие указанные термины, отличались от рассматриваемой нами проблематики, а именно взаимосвязи конкурентного порядка и поведенческих характеристик представителей среднего класса. Например, встречаются работы в области анализа конкуренции между различными группами среднего класса, которые не имеют прямого отношения к предмету проведенного исследования.

Непроработанными остаются вопросы о том, каким образом активная деятельность среднего класса воздействует на условия конкуренции, рассматривая их широко – как характеристику конкурентного порядка. В то же время именно эти вопросы принципиально важны для вывода о том, может ли средний класс (или по крайней мере какая-то часть средних классов) стать ядром коалиции в поддержку модернизационного проекта в российской экономике, и если да, то при каких условиях. Вот почему одна из задач данной работы – интерпретировать результаты исследований российских социологов в контексте взаимосвязи развития среднего класса и конкурентного порядка.

Для целей настоящей работы неважно как противопоставление «субъективного» среднего класса (по выражению Хахулиной Л.А. и др. [см., например, Хахулина, 1999]) некоторому «объективно» выделенному среднему классу, так и противопоставление ресурсного подхода к выделению среднего класса поведенческому. Мы понимаем, что во многих других случаях это противопоставление важно для целей анализа, и в особенности – для обсуждения комплекса мер экономической политики. Однако в рамках нашего анализа самоидентификация важнее объективных показателей благосостояния, а поведенческие характеристики должны рассматриваться и как факторы, и как результаты наделённости ресурсами.

В нашу задачу не входит описание различных подходов к объяснению состава и структуры среднего класса, так же, как и специальное объяснение феномена конкуренции и конкурентного порядка, поскольку исследованию данных вопросов в отдельности посвящено практически необозримое множество

публикаций. Вместе с тем, мы считаем необходимым сформулировать несколько предварительных замечаний, которые существенны для понимания контекста использования понятий и, границы исследования.

Применительно к первой категории – средний класс, – мы исходим из того, что данный термин не вполне удачно отражает характеристику группы, поскольку, строго говоря, классом не является<sup>2</sup>. Определение социальных классов связано со структуралистским подходом в общественных науках, которые значительно упрощают (а) проблему внутригрупповой дифференциации, что в свою очередь, (б) является следствием заниженного методологического статуса модели принятия индивидуальных решений (модели индивидуального выбора). Кстати, это в полной мере соответствует идее о наличии множества средних классов как групп людей, объединенных в соответствии с различными наборами признаков [Аврамова, Григорьев, Космарская и др., 2000, Малева, 2003].

Применительно ко второй категории – конкуренции – отметим несколько ограничений на использование данного термина. Во-первых, речь идет только и исключительно о рынках товаров и ресурсов. Вот почему политическая конкуренция, например, остается за пределами нашего внимания, хотя имеет существенное значение для объяснения различных вариантов построения коалиций в поддержке той или иной стратегии развития.

Во-вторых, мы, безусловно, не рассматриваем конкуренцию как некоторое равновесное статическое состояние.. Речь идет о процессе выявления скрытых возможностей использо-

---

<sup>2</sup> В известном смысле это аналогично совершенной конкуренции как противоречию в определении.

вания доступных ресурсов и/или выявлении новых ресурсов, что соответствует пониманию конкуренции в рамках традиции исследований, ориентированной на объяснение процесса принятия решений в условиях неосведомленности (*ex ante*) о значительной части вариантов выбора (а также неопределенности их последствий), чем на цепочку артефактов индивидуального выбора [Шаститко, 2008].

В-третьих, определение конкурентного порядка, в котором действия экономических агентов направлены на выявление и сравнение альтернатив на множестве взаимосвязанных рынков, не дает возможности связывать интенсивность конкуренции с количеством участников рынка (чем больше продавцов – тем интенсивнее конкуренция), что, к сожалению, довольно широко распространено как в исследованиях, так и в различных ведомственных документах. Иными словами, мы не разделяем представление о том, что конкурентный порядок возможен и заведомо существует только на рынках с большим числом продавцов.

В-четвертых, в научном и повседневном обороте используется множество понятий, характеризующих ту или иную форму конкуренции. В их числе – равная (в отличие от неравной) конкуренция, добросовестная (в отличие от недобросовестной) конкуренция, потенциальная (в отличие от фактической) конкуренция, конкуренция на рынке (в отличие от конкуренции за рынок).. В данной работе мы исходим из представления о добросовестной конкуренции (не использующей методы, противоречащие нормам и обычаям делового оборота), однако специально не оговариваем форму конкуренции, если только этого не требует контекст изложения.

Объяснения условий, при которых средний класс (или, как минимум, его основная часть) станет ядром коалиции в поддержку модернизации, предполагает не только выявление влияния конкуренции на положение среднего класса (отдельных его групп) в стране, но и оценку спроса среднего класса на институты в области конкурентной политики, что существенно для объяснения как различных форм коллективного действия (бездействия), так и индивидуальных действий, основанных на избирательных стимулах, обусловленных существованием (созданием) такого рода институтов.

В опубликованных результатах различных исследований в еще меньшей степени затрагиваются вопросы, связанные с объяснением и эмпирическим выявлением зависимости состояния и перспектив развития среднего класса (имущественных и поведенческих характеристик) от условий конкуренции на товарных рынках. В таком контексте более пригодным для исследования является подход, в соответствии с которым в качестве ориентира выбрана не ситуация на конкретном товарном рынке, а конкурентный порядок, отражающий конкуренцию на множестве товарных рынков в динамическом аспекте. Данный вопрос принципиально важен для того, чтобы показать, что отдельные группы среднего класса могут (хотя и не обязательно) стать ядром коалиции в поддержку модернизационного проекта.

Выход на вопросы экономической динамики, экономического развития в контексте исследуемой взаимосвязи между средним классом и конкуренцией обусловлен тем, что существует открытый вопрос о приоритетности того или иного вида экономической политики в зависимости от того уровня, в кото-

ром находится страна и задач ее развития. В первую очередь речь идет о соотношении между конкурентной и промышленной политикой в терминах формирования стимулов и распределения ресурсов между различными сферами экономической деятельности<sup>3</sup>.

Последовательность изложения вопросов в работе устроена следующим образом. В рамках первого раздела рассматриваются три вопроса:

- каким образом конкурентный порядок влияет на различные группы в обществе;
- каким образом конкурентный порядок связан с интересами в рамках среднего класса;
- зависимость структуры среднего класса от характеристик экономической системы.

Во втором разделе представлена экономическая реконструкция результатов социологических исследований, фиксирующих отношение среднего класса к конкурентному порядку.

В третьем разделе представлена оценка отношения представителей среднего класса к конкурентному порядку на основе серии углублённых интервью.

---

<sup>3</sup> Более подробно по данной проблеме см. [Авдашева, Шаститко, 2003]

## **2. ФОРМИРОВАНИЕ КОАЛИЦИЙ В ПОДДЕРЖКУ МОДЕРНИЗАЦИИ**

### **2.1. Воздействие конкурентного порядка на разные социальные группы**

Поскольку исследование стратегий представителей среднего класса в контексте данного проекта важно не само по себе, а в плане решения проблемы устойчивости экономического развития, необходимо отметить, что не существует взаимодозначного соответствия между выбором стратегии модернизации, содержание которой раскрыто в работах группы СИГМА [Григорьев, Аузан и др. (2007); Юргенс (ред), 2007; Шаститко, Афонцев, Плаксин, 2008], в том числе применительно к проблемам развития конкуренции, и интересами представителей среднего класса как безотносительно принадлежности к его отдельным группам, так и с учетом такого рода принадлежности.

Исходный тезис состоит в том, что экономическое развитие проявляется в потоке нововведений (продуктовых, технологических, организационных), основанных на выявлении субъектами экономической деятельности новых возможностей использования известных ресурсов, а также создания новых ресурсов. В этом – сердцевина конкуренции как процесса. По умолчанию мы будем исходить из того, что рассматриваемый конкурентный порядок и соответствующие ему действия экономических агентов имеет своим результатом создание новой стоимости (т.е. участниками реализуется производительная

стратегия)<sup>4</sup>. Влияние (или восприятие такого влияния) конкурентного порядка на благосостояние (включая перспективы) представителей среднего класса являются важным фактором, объясняющим отношение к созданию и развитию конкурентного порядка представителей той или иной социальной группы<sup>5</sup>.

Если все общество разделить на три группы, то аналитическое выделение среднего класса в контексте формирования конкурентного порядка основано на следующих предположениях.

1. Представители *среднего класса* обладают возможностями (как материальными, так и личностными, связанными со способностью добывать релевантную информацию, обрабатывать ее, взвешивая варианты решений и реализовывать принятые решения) извлечь для себя выгоды от существования и развития конкурентного порядка. Таким образом, некоторые из групп среднего класса – потенциальные новаторы [Радаев, 2003]<sup>6</sup>, а сам средний класс характеризуется высокой степенью

---

<sup>4</sup> Строго говоря, вполне возможна ситуация конкуренции в перераспределительной деятельности, результатом которой может быть получение прав на присвоение ренты.

<sup>5</sup> Вместе с тем, принадлежность к группе бенефициаров того или иного социального порядка (в данном случае – конкурентного) не является достаточным основанием утверждать, что данный субъект является по определению хотя бы пассивным его сторонником ввиду того, что значительная часть его характеристик является незапланированным побочным результатом деятельности множества субъектов и групп. В этой связи существуют основания асимметричной оценки социального порядка в терминах процесса и результатов данного процесса: даже если результаты в целом оцениваются положительно, сам порядок может рассматриваться как минимум в качестве объекта критики в значительной мере из-за непонимания заложенных в нем механизмов. Такая асимметрия была подмечена более 60 лет назад Фридрихом фон Хайеком в работе «Дорога к рабству»

<sup>6</sup> Более подробно о поведенческих характеристиках среднего класса см. в работе Т.М. Малевой, Л.Н. Овчаровой (серия публикаций ИНСОП).

диффузии инновации посредством сильных и слабых связей [Granovetter, 2005].

2. Такими возможностями обладают и представители других групп, которые характеризуются более низкими доходами, меньшей автономией в экономическом поведении, *что сопряжено с* меньшим количеством располагаемых материальных ресурсов, а также уровнем квалифицированности принятия индивидуальных решений, в том числе по причине ограниченности опыта индивидуального выбора (следовательно, и меньшей потенциальной отдачи от развития конкурентного порядка). В таких условиях чаша весов, *ceteris paribus*, может склоняться не в пользу системы свободного предпринимательства (термин, которые мы будем использовать как синоним конкурентного порядка).

3. В свою очередь представители *высшего класса* обладают такими ресурсами, которые, строго говоря, позволяют им решать проблемы индивидуального выбора в обход рыночных механизмов формируя свою внешнюю среду собственными действиями. Более того, возможен и вариант размена между представителями данной группы, заключающегося в реализации действий по ограничению конкуренции на товарных рынках по «запросу» влиятельных групп интересов<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Многие страны с развивающейся рыночной экономикой, в том числе группа стран с переходной экономикой, попали в так называемую ловушку «плохого равновесия» или «равновесия на низком уровне» (low-level equilibrium trap) в котором реформы, угрожающие концентрации экономической и политической власти ресурсных групп интересов были отклонены на этапе проектирования (подготовки) или подорваны (имитированы) в ходе их реализации. Могущественные компании создавали себе перераспределительные преимущества (перераспределение экономических выгод, возможностей и экономических преимуществ [Bromley, 1989, p. 130]) посредством воздействия на процессы формирования правил игры, то есть «захвата госу-

С позиции рационального экономического агента высокий уровень конкуренции (на рынке ресурсов – для домохозяйства и на рынке продукции – для продавца) не является желаемым условием его функционирования. В этом, кстати, проявляется доминирование распределительных характеристик любого проектируемого института над координационными, которые в свою очередь выступают как побочный результат решения вопроса о распределении ожидаемых выгод.

Однако в условиях, когда переговорная сила групп интересов такова, что незначительная их часть имеет доступ к «рынку влияния» [Hellman 2007], посредством которого создаются систематические распределительные преимущества за счёт ограничения конкуренции (создания барьеров входа, инфраструктурных ограничений, неэффективной среды функционирования и т.п.), вытесненные с «рынка влияния» группы заинтересованы в защите своих интересов, что *совпадает* с условиями развития конкурентного порядка и реализуется посредством развития институтов конкурентной политики.

Таким образом, через призму открывающихся возможностей и ограничений для каждой из больших групп можно показать, что коалиция против конкурентного порядка может фор-

---

дарства». Судя по результатам сравнительных межстрановых исследований, наиболее высокий уровень захвата государства наблюдается в Юго-Восточной Европе – Боснии, Герцеговине, Албании, Македонии, Сербии и Черногории. В таких странах как Албания, Армения, Россия и Азербайджан в период с 2002 по 2005 гг. наблюдается ухудшение ситуации с точки зрения негативного воздействия на функционирование бизнеса практики «захвата государства» [World Bank, 2006]. Такого рода преимущества нередко приводили к ограничению конкуренции, тем самым, образуя порочный круг ловушки «равновесия на низком уровне».

мироваться в первую очередь из представителей высшего и низшего класса. Сказанное не означает, что и средний класс в целом или какая-то его значительная часть по определению является хотя бы пассивным сторонником конкурентного порядка.

В этой связи следует обратить внимание на весьма показательное высказывание Зингалеса и Раджана: «...существование свободных рынков зависит от политической конъюнктуры, у них есть могущественные политические противники среди сильных мира сего, поэтому их наличие не может считаться естественным, само собой разумеющимся, даже в развитых странах» [Зингалес, Раджан, 2004, с.29].

Принимая во внимание ограниченную операциональность термина «свободный рынок», можно обнаружить важные параллели этого тезиса с дискуссиями по вопросам антимонопольной политики. В качестве одного из фундаментальных аргументов против такого рода политики выступает тезис о негативном влиянии применения ее инструментов на стимулы действующих лиц ввиду ограничения прав (частной) собственности и вытекающих из такого рода ограничений принципа свободы заключения договоров. Действительно, данный принцип провозглашен в том числе и в российском ГК, где одновременно обозначены и изъятия из него ввиду того, что неограниченное применение данного принципа приводит к ограничению конкуренции в части взаимодействия участников экономических обменов с заведомо различной (в экономическом плане) переговорной силой, что влияет:

(а) на распределение выигрышей от обмена между его участниками,

(б) а в качестве побочного результата – на эффективность результатов такого обмена.

Возвращаясь к вопросу о конкурентном порядке в контексте обсуждения вопроса о формировании коалиций в поддержку модернизации, важно отметить, что слабость политической поддержки конкурентного порядка, конечно же, зависит от состояния среднего класса (его численности, а также сложившихся формальных и неформальных практик в области предпринимательства, потребления). В этой связи важно отметить, что принадлежность к среднему классу потребителей, является характеристикой, на которую следует обращать внимание в контексте выявления общности интересов. Действительно, следствием ограничения конкуренции является сужение возможностей выбора, повышение цен и, соответственно, возникновение значительных перераспределительных эффектов (в первую очередь в пользу представителей высшего класса как обладающих собственностью в сфере массового производства). Это относится и к мелким предпринимателям, и к государственным служащим (а в более широком плане – работникам бюджетной сферы), и к квалифицированным рабочим, и к лицам свободных профессий.

Несколько сложнее обстоят дела с формированием коалиций в поддержку модернизационного проекта в контексте профессиональной деятельности представителей среднего класса. Особенно хорошо это видно на примере соотношения интересов мелких предпринимателей и государственных служащих. Это связано и с особенностями получаемого дохода (в части волатильности и степени верифицируемости для налогообложения).

## **2.2. Эффекты конкурентного порядка для разных групп в рамках среднего класса**

Хотя, как указано выше, между антимонопольной политикой и действиями по созданию конкурентного порядка ни в коем случае не следует ставить знак равенства, результаты анализа воздействия антимонопольной политики, которая в идеале должна содействовать развитию конкурентного порядка<sup>8</sup>, на выигрыши разных групп неоднозначны. Так, попытки выявления связи между практикой антимонопольного регулирования и общественным благосостоянием, благосостоянием отдельных групп в США приводили к результатам, зачастую противоположным ожидаемым. Авторы существующих работ условно делятся на два лагеря. Одни утверждают, что антимонопольное регулирование выступает механизмом повышения эффективности размещения ресурсов, защиты потребителей от экспроприации их излишка и т.п. [Bork, 1966, 1978; Posner, 1976; Kleit, 1992; Lande, 1982]. Другая группа авторов придерживается мнения о том, что антимонопольное регулирование используется узкими группами интересов в своих целях и ничего общего не имеет с повышением благосостояния потребителей [DiLorenzo, 1985; DiLorenzo and High, 1988; Shughart and Tollison, 1991; McChesney and Shughart, 1994]<sup>9</sup>. Эмпирические исследования при этом не дают однозначного ответа в отношении правоты одного из подходов [Delorme; Frame; Kamerschen, 1995].

---

<sup>8</sup> В действительности представления о воздействии антимонопольной политики на благосостояние общества и разных общественных групп различаются в разных исследовательских традициях.

<sup>9</sup> Сравнение различных подходов к объяснению оснований и возможностей антимонопольной политики см. также в [Шаститко, 2008].

В публикациях многих авторов показано, что существуют различные подходы к определению состава среднего класса. Формирование целевых групп в ходе данного исследования и отбор респондентов для проведения углублённых интервью осуществляются в рамках методологического подхода определения границ среднего класса, который включает материально-имущественный, социально-профессиональный и субъективный критерии среднего класса<sup>10</sup>. В целях анализа поведенческих характеристик и выявления отношения различных групп среднего класса к конкурентному порядку мы выделяем следующие аналитические группы:

- владельцы малых предприятий;
- менеджеры (среднего и высшего звеньев) средних предприятий;
- федеральные чиновники среднего уровня;
- региональные чиновники среднего уровня;
- специалисты (то, что в английском варианте звучит как professionals – адвокаты, врачи и т.п.).

Выделенные группы, разумеется, не охватывают всех представителей среднего класса, однако оказывают определяющее влияние на воспроизводство и развитие конкурентного порядка, посредством реализации тех или иных практик.

Владельцы малых предприятий заинтересованы не только в защите своих прав от недобросовестной конкуренции, злоупотребления доминирующим положением, незаконного ограничения входа на рынок или функционирования, но и в устранении дискриминирующих условий, воспроизводимых

---

<sup>10</sup> Более подробно о методологии определения среднего класса в работе Т.М. Малевой, Л.Н. Овчаровой (серия публикаций ИНСОП).

регулятором. В последнем случае дискриминация осуществляется в пользу относительно крупных игроков, тем самым распределяя преимущества в их пользу. Крупный бизнес способен лоббировать свои интересы, «захватывать государство» с целью формирования под себя наиболее благоприятных институтов, средний бизнес использует неформальные связи с чиновниками федеральных и региональных властей с целью обхода сложившихся барьеров, создания перераспределительных преимуществ. В этих условиях рынок вознаграждает не за инновации, а за неформальные связи, а перераспределительная деятельность становится доминирующей стратегией, которая в меньшей степени доступна для владельцев малых предприятий. Интервьюирование представителей бизнеса подтверждает косвенно данный факт. Например, государственная поддержка, как правило, осуществляется не в пользу малых предприятий, а в пользу средних и крупных промышленных предприятий (от 201 до 1000 работников), в секторе услуг поддержку в основном получают крупные предприятия.

Средний бизнес – группа неоднородная в отношении развития конкурентного порядка (в данном случае речь идет о практиках управленцев, а не собственников). С одной стороны, бизнес заинтересован в устранении практики дискриминационного доступа к инфраструктуре субъектов естественных монополий (острота данной проблемы варьируется в зависимости от региона), что также зависит от состояния конкуренции в потенциально конкурентных сегментах рынка продукции естественных монополий; практики ограничения доступа на региональные рынки; защиты от монополистической деятельности крупных компаний. С другой стороны, представители данной

группы выступают инициаторами тех самых барьеров входа на региональные рынки, осуществляют давление на региональных чиновников с целью получения преимуществ при распределении государственных ресурсов, прав на реализацию государственных заказов. В этих условиях инновационная стратегия может проигрывать распределительной, что в долгом периоде является ограничением развития данной группы, в большей степени развития малых предприятий. Компании с численностью более 500 сотрудников, с одной стороны, входят в состав доноров для нужд региональных властей, с другой стороны, в состав реципиентов получающих поддержку от региональных властей [Яковлев, Фрай, 2007]. Это может свидетельствовать об устойчивых связях между представителями среднего бизнеса и должностными лицами региональных властей, так как данный обмен, как правило, растянут во времени, следовательно, ограничен в условиях высокого уровня неопределённости.

Если говорить о чиновниках различного уровня государственного аппарата, то ключевым является среда, в которой они функционируют и взаимодействуют с обществом. В условиях отсутствия политической конкуренции, наличия дискреционных зон в законодательстве, проблемы неблагоприятного отбора в государственном аппарате, узкого горизонта планирования должностных лиц (особенно в 90-е годы – стратегия выживания) выбор между функциональными или дисфункциональными практиками поведения реализуется в пользу извлечения скрытых доходов, а не развития конкурентного порядка. Возможность распределять ресурсы и права по собственному усмотрению создаёт спрос на перераспределительные преимущества со стороны групп интересов, который в обмен

на соответствующие блага удовлетворяется чиновниками. Рассматриваемая группа среднего класса в определённом смысле является ресурсной группой, так как имеет возможность противодействовать, блокировать, имитировать институциональные изменения в соответствующей области. Показательными являются результаты исследования ВШЭ [Яковлев, Фрай, 2007], которые фиксируют наибольшее соответствие интересов бизнеса и программ региональных властей для относительно крупных предприятий (более 500 работников) – то есть именно для тех субъектов, которым доступен «рынок влияния», – и наименьшее соответствие для малых предприятий.

### **2.3. Зависимость структуры среднего класса от характеристик экономической системы**

Характеристики экономической системы, проявляющиеся в параметрах институциональной среды, существующем распределении ресурсов и экономической власти, воздействуют на состояние и структуру среднего класса. Развитие и состояние, характеристики поведенческих стратегий выделенных групп среднего класса зависят, с одной стороны, от того, какую долю ресурсов в экономике перераспределяет государство (если речь идёт о государственных служащих), с другой стороны, от того, насколько концентрирована экономическая власть среди хозяйствующих субъектов, а следовательно – от характеристик регулирования, определяющих условия ведения предпринимательской деятельности.

Разрастание бюрократического аппарата, разумеется, по-полняет ряды представителей среднего класса, которые обозначены нами как федеральные чиновники среднего уровня и региональные чиновники среднего и высших уровней. Данная группа, однако, обладает наименьшим потенциалом в производстве инноваций в силу слабых стимулов государственных служащих. Характеристики же регулирования хозяйственной деятельности, определяют возможности данной группы в извлечении скрытой ренты, а также влияют на выбор предпринимателей между перераспределительными или производительными стратегиями.

Высокая концентрация экономической власти при определённых условиях (при низком уровне политической конкуренции, информационной прозрачности процесса формирования институтов, подотчётности власти обществу, слабых институтах гражданского общества) оказывает отрицательное воздействие на развитие предпринимательской деятельности, более того – на стимулы к инновациям не только малых и средних, но и крупных предприятий. Именно страны с высокой концентрацией экономической власти характеризуются высоким уровнем «захвата государства» [World Bank, 2006], который оказывает наиболее отрицательный эффект на малые предприятия (так как им недоступен не только «захват», но и ставки административной коррупции неподъёмны) [Slinko, Yakovlev, Zhuravskaya, 2002]. В России, как концентрация экономической власти, так и уровень «захвата государства» достаточно велики.

Таблица 1

**Доля 10 крупнейших компаний некоторых стран (2006),  
% ВВП**

	<b>По объему продаж</b>	<b>По чистой прибыли</b>	<b>По рыночной капитализации</b>
Россия	28,9	5,1	66,7
США	14,1	0,9	13,0
Германия	34,8	2,6	20,2
Бразилия	19,7	2,5	27,9

Источник: [Юргенс И. (ред.) 2007]

Сопоставление представленных в таблице 1 показателей дает основание поставить вопрос о взаимосвязи между концентрацией экономической власти и ограничениями монополизации «рынка влияния». Общество попадает в замкнутый круг: возможности для захвата – захват – концентрация экономической власти – повышение возможностей для захвата. Вот почему формирование коалиции в защиту и развитие конкурентного порядка принимает ключевое значение<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Более подробно о формировании спроса на институты политической демократии и гражданского общества со стороны среднего класса в работе Аузана А.А., Золотова А.В., Ставиной А.А., Тамбовцева В.Л. – «Средний класс и формирование экономического и социально-политических институтов в России».

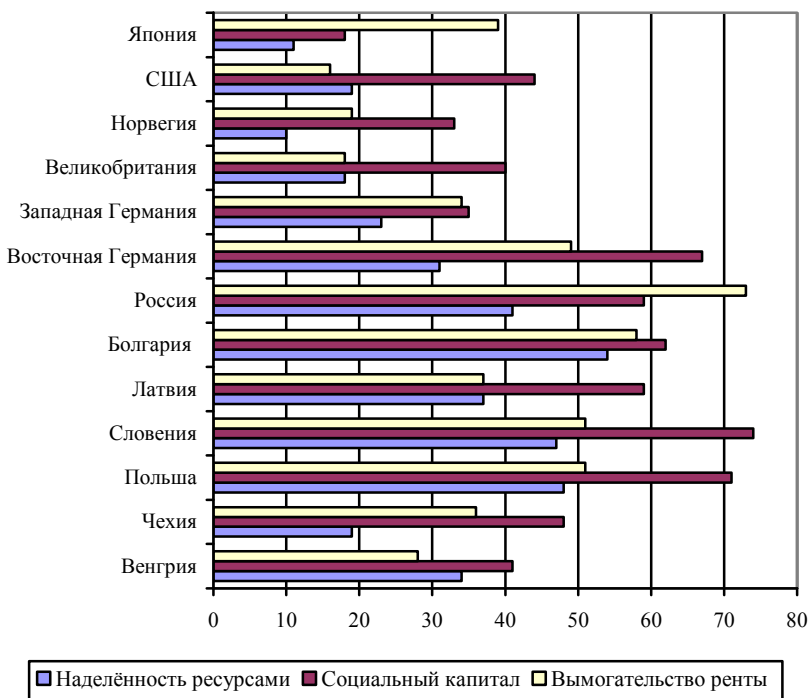
### **3. ОТНОШЕНИЕ СРЕДНЕГО КЛАССА К КОНКУРЕНТНОМУ ПОРЯДКУ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ: ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕКОНСТРУКЦИЯ**

Сформулированная выше противоречивость отношения среднего класса к конкуренции (относительно других групп в обществе средний класс заинтересован к развитию конкурентного порядка, но абсолютной заинтересованности, то есть на уровне ценностей такой взаимосвязи может и не существовать) нашла отражение в российских социологических исследованиях. Представим себе условия жизненного успеха (в самом материалистическом понимании этого слова) в разрезе трех компонентов – в терминах экономистов «первоначальных ресурсов», «социального капитала» и «вымогательства ренты» (rent-extortion). Все эти три компонента могут приносить успех, однако судя по результатам опросов [Хахулина, 2004, с.47]<sup>12</sup>, по сравнению с большинством зарубежных стран в РФ важно именно «вымогательство ренты» (рис. 1).

Вымогательство ренты по определению противоположно конкуренции и конкурентному порядку: для извлечения ренты необходимо не только ограничение конкуренции при данном спросе, но и противодействие конкурентному порядку, который может потенциально создавать угрозу извлечения ренты.

---

<sup>12</sup> Мы понимаем проблему относительности результатов опросов, но именно в данном случае полученные результаты кажутся нам как соответствующими действительности, так и весьма показательными. Анализ причин этого положения выходит далеко за рамки данной работы, однако оно исключительно важно как для понимания взаимоотношения российского среднего класса с идеей конкурентного порядка, так и для выработки рекомендаций экономической и социальной политики по отношению к среднему классу.



**Рис. 1. Источники благосостояния в глазах общества [Хахулина, 2004, с.47]: % респондентов, считающих их важными**

Примечание: «Наделённость ресурсами» – ответ на вопрос «Насколько важно для того, чтобы преуспеть в жизни, происходить из богатой семьи?»; «Социальный капитал» – «Насколько важно для того, чтобы преуспеть в жизни, иметь нужные знакомства, связи?», «Вымогательство ренты» – «В какой мере Вы согласны с тем, что ... для того, чтобы подняться наверх, необходимо давать и брать взятки?».

Собственно, претензии в недостаточной поддержке конкурентного порядка предъявлялась не только российскому среднему классу. Еще тридцать лет назад социологи, исследовавшие средний класс в западных странах, приходили к выводу

о том, что этот класс элитарен и эгоистичен, использует свои особые знания для достижения собственных интересов и власти, а также для защиты своего особого положения на рынке труда [Gouldner, 1979, цит. по Кивинен, 2004].

Однако если на рынке труда представители среднего класса не проявляют прямой заинтересованности в конкуренции, то в сфере потребления они не только заинтересованы в конкуренции, но они своими действиями объективно создают эту конкуренцию. Важным индикатором этого процесса является применение инновационных практик в деятельности среднего класса [Радаев, 2003]<sup>13</sup>. Представители российского среднего класса используют инновационные практики в ходе поиска работы, создания новых бизнесов, при выборе форм сбережений, организации кредитования в социальных сетях, при организации досуга [Радаев, 2003]. Они создают намного более высокий спрос практически на все типы страховых услуг [Малева, 2003, с.332]. Инновационная деятельность неизбежно создаёт рынки и конкуренцию – это убедительно демонстрируют данные о том, что объем использования инновационных услуг представителями среднего класса в три-пять раз превышает аналогичные показатели более бедных слоев [Там же]. В

---

<sup>13</sup> В этом контексте мы используем понятие «инновационные практики» так же, как и Радаев В.В., обозначая ими все виды деятельности, которые вчера ещё не применялись и были неизвестны, а завтра, может быть, станут широко используемым. Обратим внимание, что возникновение инновационных практик при таком понимании прямо перекликается с определением конкурентного порядка Ф.Хайеком как процесса открытия новых ресурсов и новых способов использования уже существующих [Хайек, 1989]. В свою очередь, распространение инновационных практик и превращение их в неинновационные служит хорошим индикатором получения обществом выигрышей от конкурентного порядка.

значительной степени создание новых рынков связано с изменением стиля жизни, когда значительная часть услуг, ранее производимых внутри домохозяйства, теперь устойчиво приобретается на рынке, то есть домохозяйства среднего класса активно используют аутсорсинг [Гладарев, Цинман, 2007].

Кроме того, даже если представители среднего класса в целом и не заинтересованы в развитии конкурентного порядка, то очень часто каждый из них индивидуально является агентом влияния именно этого конкурентного порядка<sup>14</sup>. Во всяком случае, доля занятых на «новых» (в отличие от приватизированных) предприятиях среди представителей среднего класса не только двукратно превышает аналогичную долю среди остальных слоёв, но достаточно велика – более 1/5 даже на начало нынешнего десятилетия [Малева, 2003, с.281]. Положение в системе рынков и производства соответствует установкам поведения, среди которых центральное место занимает ориентация на активную жизненную позицию, инициативу, предприимчивость, и самое главное – индивидуальную свободу. Показательно, что на этой платформе средние слои среднего класса солидаризируются с высшими [Тихонова, 2000, с.15].

Большинство исследований – например, [Гладарев, Цинман, 2007] показывают, что стиль жизни представителей средних классов в последние годы меняется качественно, при этом выигрыши

---

<sup>14</sup> С точки зрения экономистов это является проявлением центральной проблемы коллективных действий. В отношении российского среднего класса эта проблема означает, что каковы бы ни были коллективные интересы (если они существуют), если каждому домохозяйству или отдельному представителю среднего класса приносит выигрыш участие в конкуренции, то он будет объективно способствовать конкуренции и установлению конкурентного порядка, с оговоркой, что представители класса не смогут создать действенные механизмы (институты), ограничивающие индивидуальные действия.

от расширяющихся возможностей компенсируют повышение продолжительности, и в особенности – интенсивности труда.

В то же время очень многие исследования показывают неудовлетворённость базовых потребностей представителей средних слоёв России. Воспользуемся данными проекта «Стиль жизни среднего класса» рейтингового агентства «Эксперт РА». Почти половина представителей среднего класса весной 2005 года заявляли о намерениях улучшать жилищные условия (<http://www.middleclass.ru/free/>). Около 60% представителей среднего класса в той или иной форме сберегают денежные средства. Если в 2001 году самым приоритетным направлением вложения денежных сбережений было накопление на крупную покупку (квартиру, автомобиль, дачу, мебель), то в 2005 накопления тратились в основном на отдых, путешествия, поездки, спорт и хобби. <http://www.middleclass.ru/reports/position/>. Факторов этого много – в их числе и наследие традиций «культурного потребления» [Гладарев, Цинман, 2007], и стремление «наверстать упущенное» со стороны представителей старшей возрастной группы. Однако немаловажной причиной формирования этой модели расходования средств является неудовлетворительность предоставляемых рынком инструментов сбережения. Самая популярная банковская услуга в сегменте среднего класса (по состоянию на 2005 г.) – оплата коммунальных платежей. Очевидно, это связано не с неспособностью освоить услуги, предоставляемые российскими банками, а с неудовлетворительностью предлагаемых сберегательных продуктов. Та же ситуация складывается в сфере страхования. Более 75% представителей среднего класса заявили, что не пользовались услугами страховых компаний в период с 2001 по

2005 год. Еще 6% респондентов затруднились ответить. Таким образом, только 19% средних русских пользуются услугами страховых компаний. Наконец, та же ситуация характерна и для пенсионных накоплений. По данным исследователей проекта, в 17 миллионах домохозяйств российского среднего класса проживает около 30 миллионов "взрослых" граждан. Вопросы накопительного пенсионного обеспечения актуальны для 22-25 миллионов. Потенциально не менее 2,5 миллионов граждан могли бы перевести свои пенсионные накопления под управление негосударственной компании. Однако сделать это собираются лишь 10% опрошенных, а три четверти никак не собираются распоряжаться пенсионными накоплениями.

Помимо потребности представителей среднего класса в товарах как таковых, они предъявляют спрос и на «закон и порядок». В российских исследованиях [например, Левинсон и др., 2004] отмечалось, что средний класс (включая салиариат – работающих за зарплату) заинтересован в действенной системе законов, в отличие от низших и высших слоёв. Если низшие слои заинтересованы в первую очередь в справедливости и соответствующей ей социальной поддержке, а высшие слои могут обеспечивать реализацию своих интересов и внезаконными способами, то представители средних классов заинтересованы в действии и выполнении универсальных законов. Перефразируя этот результат в терминах прав собственности, можно сказать, что низшие слои, как правило, не располагают объектом защиты, верхние слои общества могут защитить свою собственность в любой институциональной среде (и если быть честным, то именно несовершенство институциональной среды является источником благосостояния высших классов в переходный период), и

только для среднего класса защита прав собственности важна принципиально. Данный тезис корреспондирует с идеей Норта [North, 1993, p.160] о том, что конкуренция играет ключевую роль в снижении издержек, связанных с обеспечением соблюдения условий контактов и, соответственно, защиты относительных прав собственности, специфицированных в данных контрактах.

#### **4. ОЦЕНКА ОТНОШЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СРЕДНЕГО КЛАССА К КОНКУРЕНТНОМУ ПОРЯДКУ: РЕЗУЛЬТАТЫ СЕРИИ УГЛУБЛЕННЫХ ИНТЕРВЬЮ**

Цель эмпирического исследования – проанализировать отношение представителей среднего класса к конкуренции на стороне ценностных установок, на стороне поведения в сфере извлечения доходов и поведения в сфере потребления. Основное предположение состоит в том, что большая часть представителей среднего класса объективно заинтересованы в конкурентном порядке как потребители, и в значительной степени – как наёмные работники, собственники малых предприятий, однако часть из них абсолютно не заинтересована в нём как получающие деньги из государственного бюджета или благодаря предоставляемым государством привилегиям.

С целью проверки указанного предположения в рамках исследования предполагалось:

- охарактеризовать отношение различных групп представителей среднего класса к конкурентному порядку;
- охарактеризовать потребительское поведение представителей среднего класса в плане отбора альтернатив, склонности к потреблению новых продуктов и т.п.;

– оценить степень готовности представителей среднего класса нести издержки (материальные, нематериальные) в пользу поддержки, развития конкурентного порядка.

При исследовании поведенческих характеристик представителей разных групп среднего класса с точки зрения поддержки и развития конкурентного порядка сформулированы гипотезы, обоснованность которых проверялась посредством углублённых интервью выборки, представленной в таблице 2. Изложим кратко содержание каждой гипотезы (более подробно см. в Приложении 1).

**Н1.** Представители среднего класса заинтересованы в конкурентном порядке как потребители. Это в первую очередь связано с расширением возможностей выбора, относительно низкими ценами при условии приемлемого качества.

**Н2.** Представители среднего класса не заинтересованы в конкурентном порядке как участники системы создания и распределения доходов. Это связано с тем, что конкуренция подрывает «доходную базу» как производителей (продавцов).

**Н3.** Представители среднего класса не идентифицируют конкурентный порядок в качестве источников выигрышей, которые они получают. Фактически это означает, что представители среднего класса, получая выигрыши от конкурентного порядка, не считают развитие конкуренции важной задачей, имеющей отношение к их персональному благосостоянию.

**Н4.** Представители среднего класса не могут идентифицировать содержание конкурентного порядка, что может проявляется либо в отсутствии представлений о содержании, элементах конкурентного порядка, либо в существенном расхождении мнений по данным вопросам.

**Н5.** Отношение представителей среднего класса к конкурентному порядку зависит от их места в разделении труда и от возраста респондентов.

Проверка выдвинутых гипотез позволит выстроить стратегию по созданию среди представителей средних классов коалицию, ставящую целью защиту и развитие конкурентного порядка. Однако следует отметить, что даже без создания специальной коалиции в поддержку конкурентного порядка средний класс (или средние классы) России объективно будут поддерживать конкурентный порядок путем продолжения инновационных практик и создания новых рынков.

## **4.1. Представители среднего класса о конкуренции**

### ***4.1.1. Конкуренция как инновационные потребительские практики***

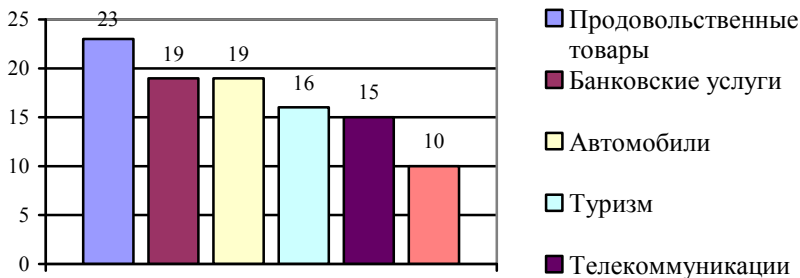
Гипотеза исследования Н1 состояла в том, что представители среднего класса активно участвуют в конкуренции и получают от неё достаточно значительные выигрыши. В соответствии с данными предшествующих исследований, отличительная особенность поведения среднего класса – его инновационность [Радаев, 2003; Малева (ред.), 2003]. Представители среднего класса обладают как ресурсами (образование, опыт, навыки выбора), так и стимулами для создания конкурентного давления на продавцов (при достаточно высоком объеме расходов, даже незначительная в процентном отношении экономия может дать существенную сумму).

Действительно, интервью зафиксировали как *результаты* осмысленного выбора, так и *процесс* выбора респондентов.

Процесс выбора респондентов полностью соответствует представлениям о рациональном поведении в современной экономической теории. В зависимости от издержек выявления и сопоставления альтернатив [Стиглер, 1961], являющихся одним из ключевых факторов, объясняющих оптимальные масштабы поиска в условиях ненулевых информационных издержек, потребитель может осуществлять как прямое и непосредственное сопоставление, так и отказываться от него. В рамках собранных интервью респонденты разделились приблизительно в пропорции 2:1 – большинство демонстрирует знакомство с набором продуктов и услуг, предлагаемых в торговых точках, и приблизительно 1/3 не считает необходимым такое знакомство. Хотелось бы обратить внимание, что последний вариант сам по себе может свидетельствовать о достаточном уровне развития конкуренции. И действительно – в тех случаях, когда респонденты утверждали «смысла выбирать нет, везде услуги одинаковы», при дальнейшем разговоре они оказывались способными к экспертным выводам о том, какие именно характеристики услуг для них доступны.

В части процедуры выбора, значительная часть респондентов демонстрируют готовность к анализу и сопоставлению альтернатив (рис.2). Судя по результатам интервью, главный недостаток доступных рынков – не только высокие цены (цены на недвижимость с точки зрения всех респондентов выглядят высокими), а именно недостаточно широкий выбор, недостаток альтернатив. При этом показательно, что даже в тех случаях, когда респонденты (преимущественно мужчины) отрицают не-

посредственное участие в планировании и совершении покупок, при продолжении разговора они оказывались в состоянии дать вполне развернутую характеристику городского или регионального рынка продовольственных товаров.



**Рис. 2.** Число респондентов, выбравших услуги из сравнительно широкого круга альтернатив (всего 24 респондента)

В отношении результатов выбора, можно сделать интересное наблюдение. Респонденты как потребители демонстрируют явные предпочтения в отношении покупок на рынках с более развитой конкуренцией, мотивируя это как наличием более широкого выбора, так и возможностью найти лучшую комбинацию «цена – качество». Например, жители Великого Новгорода предпочитают приобретать туристические продукты в Санкт-Петербурге [респондент 4, респондент 5, респондент 8]. Автомобили респонденты из разных городов приобретают в московских или питерских салонах [респондент 22, респондент 6]. Иными словами, они очевидным образом тяготеют к рынкам с более острой конкуренцией, и более сильными стимулами входа для более конкурентоспособных участников.

Недостатки рынков потребительских благ интерпретируются респондентами в контексте недостаточной конкуренции

как результат недостаточной интенсивности входа на рынок более эффективных участников<sup>15</sup>.

(О розничной торговле) В Новгороде до недавнего времени она была монополизирована слегка. Были только новгородские поставщики, даже Псков не пускали. Сейчас открылся рынок, и пошла нормальная и достойная конкуренция. Я считаю, что так и должно быть (О сопоставлении цен и качества на рынках) – С Москвой и Питером – у нас цена выше на продукты питания..., хотя мы везем туда свои продукты. В Питере можно купить в полтора раза дешевле [респондент 4].

«Я предпочту товар, произведенный не в Новгороде. Принадлежность к местному рынку меня скорее отпугнет. Если я буду покупать хлеб, то выберу скорее петербургский, а не новгородский. То же самое – молочные продукты...» [респондент 5].

«Год назад рынок открылся. Хлынул поток товаров. Раньше у нас была монополия на мороженое. Делали некачественное мороженое. Человек не разрешал ввозить другое мороженое. С хлебом – 80% рынка занимал Новгород-хлеб. Открылось. Товары влетели. Как конкурировать? Надо станки за 10 миллионов евро теперь покупать. Они начали покупать. Потихонечку пошел процесс... Ассортимент расширили... Год назад цены были значительно выше, чем в Питере. Сравниваем по гипермаркетам. Год, два назад люди у нас ездили в Ленту в Питер за продуктами. Это было дешевле, чем купить продукты в местных магазинах. [Розничные сети] позволили зашевелиться. У нас [в магазинах] стояло старое оборудование, не было самообслуживания. Было плохое обслуживание. Похабно. Сейчас,

---

<sup>15</sup> Здесь и далее цитаты из интервью респондентов приводятся с сохранением стиля ответов. Комментарии при необходимости добавлены в скобках.

*когда увидели... им пришлось оборудование новое покупать. Штат обучать и одевать в чистые передники» [респондент 9].*

Следует отметить, что оценки значения конкуренции потребителями предсказуемо отличаются от тех оценок, которыми обычно оперируют специалисты в области экономической теории, исследующих проблемы конкуренции и конкурентной политики. Действительно, вряд ли можно ожидать описание значения конкуренции в терминах суммарных выигрышей от обмена и тем более аллокативной или технической эффективности. Вместе с тем оценки потребителей не так прямолинейны и примитивны, как это можно было бы предположить. Их понимание роли конкуренции выходит далеко за пределы связки «цена-конкуренция» и даже «цена – качество товара – конкуренция», поскольку фактически они улавливают такие характеристики, как качество услуг, сопровождающих приобретение товаров (обучение персонала и форма одежды) .

В рамках собранных интервью, важным фактором и оценки уровня конкуренции на рынках розничной торговли, и оценки выигрышей/ проигрышей от конкуренции является наличие опыта развития конкуренции на региональном рынке. В этом контексте среди собранных интервью резко выделяются респонденты из Великого Новгорода, где, вероятно, изменение структуры региональных рынков, снижение издержек входа и усиление конкуренции произошли сравнительно недавно. Именно эти респонденты наиболее высоко ценят полученные ими выигрыши. Контрастом выглядит отсутствие позитивных оценок конкуренции в Архангельске, где, судя по ответам респондентов, входа новых участников на рынки повседневных товаров еще не произошло и в Санкт-Петербурге, где в отличие от Новгорода достаточно высокая интенсивность конкуренции уже стала привычной.

Таким образом, полученные данные полностью поддерживают гипотезу Н1 (представители среднего класса получают выигрыши от конкуренции в качестве потребителей), и не поддерживают в полной мере гипотезу Н3 (представители среднего класса не видят связи между конкуренцией и получаемыми ими выигрышами). Тем самым можно отметить, что ценности конкуренции вполне могут объединять представителей российского среднего класса как потребителей. Вместе с тем важно обратить внимание на временной аспект связки «выигрыш от конкуренции потребителем – осознание выигрышей от конкуренции потребителем». В частности, роль конкуренции недооценивается в ситуации, когда нет понимания такой роли в силу отсутствия конкуренции. Похожая ситуация просматривается, когда к конкуренции уже привыкли. Только тогда, когда есть возможность сравнить «до» и «после», и это сравнение имеет высокую субъективную ценность, видимо, можно рассчитывать на максимальную оценку роли конкуренции.

#### ***4.1.2. Конкуренция на рынках производимых товаров***

Экономическая теория говорит о том, что рациональный участник рынка должен избегать конкуренции. При прочих равных условиях повышение интенсивности конкуренции снижает суммарную прибыль, которую продавцы делят между собой. Поэтому продавцы не заинтересованы в обострении конкуренции в сфере предложения производимых ими товаров (либо товаров схожих по своим потребительским свойствам). Правда, «прочие равные условия» включают в себя одинаковую производительность использования ресурсов – допущение,

которые редко выполняется в действительности. Обладающий преимуществами в издержках поставщик может быть в большей степени заинтересован в конкуренции, нежели в поддержании явного или молчаливого сговора.

В то же время экономическая теория говорит и о тех обстоятельствах, при которых конкуренция способна приносить участникам рынка выигрыши, даже если речь не идет о группе более производительных поставщиков (если предположить, что поставщики однородны по производительности). Конкуренция является дополнительным стимулирующим механизмом в рамках управления поведением исполнителя (агентских отношений), в том числе и внутри компании. Руководителю тем проще стимулировать работника, чем острее конкуренция на рынке производимой продукции (поскольку в условиях более интенсивной конкуренции ожидаемый штраф каждого отдельного работника за низкую производительность повышается). В таком контексте конкуренция оказывает положительное воздействие не только на общественное благосостояние, но и на производительность внутри компании, и в конечном итоге – на её конкурентоспособность и прибыль.

Учитывая, что далеко не все экономисты-профессионалы воспринимают конкуренцию в этом контексте, тем более удивительно, что некоторые респонденты продемонстрировали способность именно к такому способу рассуждений:

*«(Конкуренция) – ... положительный фактор. Конкретно для моего бизнеса: мы оцениваем свою долю на рынке как 60%, у нас есть немало конкурентов и удержаться на этом – это азарт конкуренции и профессиональный интерес. Если бы конкуренции не было, то ее надо было бы придумать, (в противном*

случае) хотелось бы на пузе полежать, на ручеек посмотреть, было бы неинтересно. Но это касается той конкуренции, при которой ты выживаешь, а не умираешь..» [респондент 11]

Иными словами, конкуренция должна быть достаточно жесткой, чтобы мобилизовать организационные возможности предприятия и стимулы его сотрудников, и в то же время равной. В понятие равенства конкуренции вкладывается отсутствие драматического разрыва конкурентоспособности разных групп продавцов, однако отнюдь не представление о вознаграждении каждого участника конкуренции «приблизительно поровну».

Как и ожидалось многими экспертами, препятствием для безусловно положительной оценки конкуренции является высокая оценка вероятности проигрыша в соперничестве с более крупными, и в особенности пользующимися специальной поддержкой конкурентами: «...конкуренция конкуренции рознь. Конкурировать с себе подобным – это достаточно интересно и продуктивно. А конкурировать с монстрами, олигархами и т.д. – это контрпродуктивно. Чувствуешь себя униженным и оскорбленным, потому что бессмысленно конкурировать» [респондент 14]. Негативное отношение к конкуренции в ряде случаев возникает именно в силу распространения недобросовестной конкуренции, а также случаев использования административного ресурса в конкурентной борьбе, при этом недобросовестная конкуренция ассоциируется у респондентов с коррупционными сделками между бизнесом и властью.

В целом, однако, наши ожидания по поводу отрицательного отношения представителей среднего класса к конкуренции, скорее, не оправданы. Это подтверждается и тем, что респонденты в ходе интервью выбирали гипотетическую ситуацию,

которая характеризовалась высоким уровнем конкуренции при высоком уровне защиты от недобросовестного поведения конкурентов и контрагентов, а не низким уровнем конкуренции при низком уровне защиты. Одно из наиболее «критических» отношений *«Конкуренция все равно будет. Но чем ниже конкуренция, тем меньше у меня врагов, тем мне спокойнее жить. Но, с другой стороны, я понимаю, что так не будет и это нормально. Я готов принимать эти правила игры... В краткосрочной перспективе добросовестность нехороша, но в долгосрочной перспективе мир устроен так и опыт исторический показывает, что в конце концов выживет тот, кто беспокоится не только о достижении наибольшей прибыли, но и о том, чтобы при этом быть и остаться человеком»* [респондент 1].

Следует подчеркнуть, что затронутый в вышеприведенном высказывании респондента вопрос является гораздо более сложным, чем может показаться на первый взгляд, поскольку имеет как минимум несколько дополнительных измерений. Во-первых, различие между наибольшей прибылью в краткосрочном и долгосрочном периодах. Во-вторых, способность адаптироваться к изменяющимся обстоятельствам, оставаясь в рамках принятых представлений о порядочности. В-третьих, существование эволюционно стабильных стратегий, в которых прибыль имеет значение, но не является самоцелью.

Как участники процесса производства, готовность респондентов к участию в конкуренции в современных российских условиях означает их готовность к смене места жительства и сферы деятельности. Собственно, смена профессии, сферы бизнеса и/или компании является разновидностью инновационных практик [Малева, 2003; Радаев, 2003]. Опрошенные респонденты – среди кото-

рых не было сверхбогатых, – отличаются потрясающим уровнем профессиональной и бизнес-мобильности. Два педагога по образованию (обе – женщины) становятся практикующими юристами [респонденты 22 и 19], причем одна из них – адвокатом. Практикующий высококвалифицированный медик становится руководителем медицинского центра, при сохранении собственной практики [респондент 16]. Историк становится маркетологом, специалистом по маркетинговым исследованиям [респондент 8]. Директор школы становится сотрудником банка, затем руководителем рекламного агентства, затем политтехнологом [респондент 12]. Председатель профкома достаточно крупного предприятия руководит работой собственного магазина [респондент 20]. При этом характерно, что смену сферы деятельности приходится проходить не только людям, получившим образование до либерализации, но и тем, кто был студентом сравнительно недавно.

Если рассматривать в качестве контрольной группы участников фокус-групп, проведенных в четырех регионах, то мы обратим внимание на две закономерности. Даже в рамках самих фокус-групп готовность к смене места жительства и работы положительно зависела от уровня дохода, и отрицательно – от возраста (большая мобильность воспринималась участниками фокус-групп как идеал для их собственных детей). В свою очередь, респонденты в рамках углубленных интервью продемонстрировали большую мобильность, чем участники фокус-групп (среди которых типичные участники не дотягивали до используемых критериев выделения среднего класса).

Таким образом, гипотеза об отрицательной оценке конкуренции со стороны представителей среднего класса, и в особенности предпринимателей, не находит подтверждения в материалах интервью.

### **4.1.3. Конкуренция в системе представлений и ценностей среднего класса**

Вопросы о ценности конкуренции для представителей среднего класса, как компонент исследования, были связаны с рядом существенных рисков<sup>16</sup>. Главный риск был связан с отказом респондентов говорить об умозрительных проблемах, к каковым значительная их часть должна относить конкуренцию. Кроме того, ожидалось неблагоприятные для исследования результаты – в первую очередь, негостеприимное отношение респондентов к конкуренции. Однако по результатам интервью оказалось, что практически все респонденты (за исключением одного) воспринимают важность конкуренции. Именно единодушие респондентов является препятствием для подтверждения гипотезы Н5.

Следует, правда, заметить, что положительная оценка конкуренции в принципе не эквивалентна высокой оценке состояния конкуренции на современных российских рынках.

*(«Важна ли для Вас конкуренция?») Нет. Потому что она нездоровая конкуренция. Она неправильная. (Клиенты) клюют на тех, кто, грубо говоря, недобросовестный... Идет специальное занижение цен. По крайней мере, на тех же аукционах. Смета, составленная по закону на 7 миллионов, – на аукционе падает до 3,5 миллионов. Что будут делать потом, неизвест-*

---

<sup>16</sup> В ходе предварительных обсуждений методологии проекта большая часть коллег сомневались в том, что оценочные суждения респондентов о конкуренции предоставят возможности для содержательного анализа. В частности, высказывалась точка зрения о том, что коль скоро вопросы конкуренции выглядят неоднозначными даже в экономической теории (продолжается спор по поводу определений), то нельзя ожидать от респондентов, не являющихся экспертами, квалифицированных суждений о конкуренции. Однако на наш взгляд, результаты интервью не подтвердили этих опасений.

*но? На выходе мы проигрываем, а выигрывает те фирмы. Как она будет это делать, мы не знаем. Хотим посмотреть. Через полгода съездить туда и посмотреть, как они сделали. Я думаю, что плохо оно будет сделано. Будет сделано, но плохо, так как все в два раза дешевле... Много недобросовестных вообще. Получают предоплату и исчезают. Очень много таких. Поэтому этот закон (имеется в виду закон о государственных закупках) и не работает нормально.» [респондент 21]*

*«Можете меня обвинять в маниакальных (настроениях) – везде мне чудится сговор и договоренность. Разговаривать о чистой конкуренции, когда мы работаем, для того, чтобы наша продукция была лучше, дешевле, доступней потребителю – такого нет» [респондент 7].*

В данном случае само по себе критическое отношение к конкуренции *как она есть* не означает, что она не является ценностью. Само по себе указание на *неправильность* конкуренции означает, что у респондентов существуют представления о норме добросовестной и достаточно интенсивной конкуренции. Типичным можно считать такое утверждение:

*«Мне кажется, что она (конкуренция) нужна в любой сфере. Наоборот, если нет конкуренции по определению, то фактически эта сфера рано или поздно, но будет умирать» [респондент 10].*

Естественно, на уровне сформулированных представлений респонденты не связывают конкуренцию с защищенными правами собственности или защитой закона. Однако на уровне оценки происходящего респонденты вполне способны отделить конкуренцию от силовых методов перераспределения собственности, то есть связать конкуренцию с защищенными правами собственности.

*«В настоящее время она (конкуренция) стала гораздо больше. При старом губернаторе было мало конкуренции. Все было поделено, и все регулировалось решениями в верхах, в администрации. Конкуренции просто быть не могло. Любой приход извне – он должен был получить одобрение теневых структур либо администрации. Он сразу получал соинвестора, не мог ни с кем конкурировать. Если он рыпался, то шли санкции. Разные были методы, даже силовые. Были и пожары у конкурентов. Было несколько в городе убийств. Сейчас конкуренция началась»* [респондент 5].

*«Когда я пришел с бизнес-идеей, мне сказали, что нужно спросить разрешения. Я пришел, а у меня бизнес-план отобрали и запустили. У меня отобрали полгода жизни, какое-то количество денег»* [респондент 8] (в контексте обсуждения недостаточной конкуренции на региональных рынках).

В отношении законодательства, имеющего отношение к конкуренции, подавляющее большинство респондентов демонстрировали вполне отчетливое отстранение. В ответах очень часто подразумевалось, что само по себе содержание законодательства не оказывает воздействия на ту хозяйственную практику, которая формирует среду действий респондентов.

Большая часть респондентов не удовлетворена существующим уровнем развития конкуренции, высказывают чрезвычайно критическое отношение к общему направлению эволюции хозяйственной системы. Оценки некоторых респондентов демонстрировали полную готовность к поддержке либеральных ценностей с одновременным осуждением наблюдаемых тенденций:

*«... Наша страна семимильными идет... к олигархическо-государственному капитализму, когда влияние крупных корпо-*

*раций и крупного бизнеса настолько велико, что никак малому и среднему не развиваться. (В этих условиях) рано или поздно крупный бизнес околосударственный... выдавливает с рынка конкурентов, становится постепенно плохим спортсменом. Ему уже лень тренироваться, и он вообще перестает тренироваться, он становится паразитом, уменьшает тем самым еще больше прослойку среднего класса. Сегодня потенциальный вектор развития среднего класса намного проблематичнее, чем это было в 90-е годы. Сегодня молодому человеку выгоднее и удобнее пойти работать менеджером, чем открыть свое дело предпринимательское. Стал другой уровень (издержек) входа на рынок» [респондент 18].*

*(На вопрос о защиты от недобросовестной конкуренции) «Ее нет, защиты. Многое зарегулировано государством и степень этого регулирования – ведь в этом тоже есть определенная недобросовестность. И она измеряется величиной коррупционной составляющей» [респондент 1].*

На фоне негативного восприятия существующих практик бизнеса наблюдается достаточно пессимистическое отношение к государству как гаранту добросовестной конкуренции, что связано, с одной стороны, с низким уровнем доверия к государственным институтам, с другой стороны, с низким уровнем осведомлённости о механизмах защиты прав в конкурентной борьбе. В свою очередь последнее приводит к искажению оценки хозяйствующими субъектами издержек использования формальных механизмов защиты прав, в том числе и потому, что не осознаны все существующие альтернативы таких механизмов.

При этом нельзя сказать, что респонденты демонстрируют неприятие судебной системы и/или неготовность защищать

свои интересы в суде. Напротив, можно отметить, что при решении достаточно серьезных вопросов большинство респондентов готово использовать судебную защиту после того, как доступные досудебные и внесудебные методы урегулирования конфликтов исчерпаны.

*«Можно, конечно, договариваться, но если серьезный наезд идет, то только в суд. А если на каком-то непонимании, ошибке, то надо выяснить ситуацию, попытаться договориться. Защищать бизнес – это, во-первых, безупречные юридические документы. Правильные отношения с персоналом. Строгое финансовое планирование. Существуют определенные счета зарезервированные. Подушка безопасности. Официальная. Соблюдать этические нормы»* [респондент 15].

Материалы интервью содержат и другие примеры относительно благополучно разрешившихся конфликтов по поводу неравных условий конкуренции:

*«Могу привести пример – не мой бизнес, это розничные продажи детских товаров. Сеть «Здоровый малыш». У нас в Питере молодым мамам дают карточки на различные товары И «Здоровый малыш» – была первая сеть, в которой они могли отоваривать эти карточки: детское питание, коляски, – довольно приличные деньги. Гигантские деньги, на самом деле. Этот «Здоровый малыш» сделал это монополией. Они построили 50-60 магазинов за год. Есть еще сети – «Дети», «Кроха». Они возмутились этой ситуацией. Формально был официальный конкурс. Они вышли на этот конкурс, все сделали – и вдруг проиграли. И вот они подняли серьезный шум – по газетам, т.д. Объясните, что не устроило и почему. Всё нормально сейчас – дали им право. И сейчас любой магазин, отве-*

*чающий требованиям, – хоть я сейчас открою – получает эту возможность» [респондент 14].*

Вообще, несмотря на несовершенство институциональной среды и действующего законодательства, респонденты демонстрируют готовность принимать непосредственное участие в новых практиках *в той степени, в которой они для них доступны.* В рамках проведенного интервью обращает на себя внимание полярность оценок двух проводимых в настоящее время реформ – реформы электроэнергетики и реформы жилищно-коммунального хозяйства. Общая оценка ожидаемых результатов обеих реформ скорее негативна, что отражает традиционное недоверие к государству и крупным монополиям. Отчасти это связано, как будет показано далее, с недоиспользованием принципа вовлеченности в проектирование реформ, включая обсуждение проектов нормативных правовых актов на различных стадиях их разработки с представителями целевых групп.

*«Главной целью реформирования было создание конкурентной среды там, где это возможно – среди генерирующих энергосбытовых компаний, генерация сбыта. А сети, транспортировка, диспетчерское управление – они остались вне конкурентной борьбы. Тем не менее, условия наши природные и территориальные не позволяют нам говорить о конкуренции... И то, что мы имеем на сегодняшний день – увеличение исполнительного аппарата, бюрократического аппарата, – это проблема всей страны» [респондент 7].*

*«Что меня интересует в плане электроэнергии? Ее стоимость и бесперебойность. Стоимость будет расти, потому, что государство это никак не контролирует. В последние дни правления Путина были подписаны законы об увеличении тари-*

фов естественных монополий и это мы все скоро на себе почувствуем, а, во-вторых, тарифы устанавливают региональные энергетические комиссии, как, например, у нас в республике, и во всех практически регионах в региональных энергетических комиссиях не присутствуют представители потребителей, а присутствуют только чиновники и те, кто оказывают эти услуги – энергетики, представители водоканала и т. д. Это не рынок. Это ерунда. В итоге последствия для экономики страны будут негативные и для меня тоже. (Ответ на вопрос – Что кажется более вероятным результатом реформы – повышение тарифов или развитие конкуренции?) – Повышение тарифов. Конкуренции не будет, слишком большие деньги, а по правилам рынка богатые становятся богаче, а бедные беднее, если не вмешивается государство. А государство в лице конкретных людей – чиновников работает на свой карман, и бюрократия тоже становится богаче. Пока эти две структуры бизнес и государство в том виде, каковы они есть, занимаются тарифами – будет только хуже» [респондент 11].

«Говорят, что не будет никаких последствий (на вопрос о последствиях реформы электроэнергетики). Как было, так и останется. Я думаю, что происходит просто смена сфер влияния на уровне государства» [респондент 21].

«Для меня это – просто одна из последних ступеней в выстраивании вертикали экономики, а не власти. Власть – вертикаль выстроена.... После прошло выстраивание вертикали экономики. То, что происходит с РАО ЕЭС, – просто до них дошли руки» [респондент 9].

Применительно к проблемам электроэнергетики материалы интервью иллюстрируют проблемы ограничения доступа в потенциально конкурентные сферы:

*«...Мои коллеги озадачились вопросом альтернативной электроэнергетики... Им мягко пока намекнули, что они делают это зря. Если не прекратят своих экспериментов [то пусть пеняют на себя]. Вот почему у нас в ближайшее время не будет альтернативной электроэнергетики... Есть интересное начинание, как работа с биогазом... В Нижнем Новгороде сейчас есть предприятие, которое выпускает такую аппаратуру. Если поставить на помойку, но обеспечить ее работу и можно продавать на сторону. Не дадут это сделать. В общую сеть это не продать. На сторону нельзя будет продавать через сети. Право монополистов тут. Очень агрессивно ведут. Ребята только подумали, а им уже по голове...*

*(О реформе ЖКХ) Я предложил обслуживать – вывозить (мусор). Тут же отреагировали мгновенно. Имеет ли право такое ЧП? Есть ли у него лицензия? Вплоть до того, чтобы (заставить меня) закрыться. Я ушел с рынка и принципиально с населением не работаю. Работаю только с предприятиями. Пока держусь, но эти господа монополисты – спецавтохозяйства жестко держат. Они из-под меня выбили крупное развивающееся предприятие... Они увидели, что мне чистоганом 100 тысяч отваливается. По моей технологии договорились и уже работают второй год» [респондент 6].* В данном случае обращает на себя внимание, что респондент сетует не на абстрактный монополизм, а на совершенно конкретные препятствия для внедрения конкретной, известной ему технологии, предлагаемой известным поставщиком.

Положительная оценка реформ электроэнергетики была дана только специалистом, работающим в этой области: *«Чубайс гений. Никто никогда в стране ничего подобного не делал и не пытался делать. Потому, что страшно, потому что непонятно, а он сделал. Он взял огромную махину, которая лежала ниже плинтуса и разворовывалась, и сделал систему, которая реально котируется, продается... Учитывая конкуренцию, рост цен должен быть менее стремительным, чем если бы это все оставалось единой системой или оставалось бы в руках государства. Есть основания предполагать, что цены будут расти чуть медленнее»* [респондент 1].

Столь же негативные оценки можно встретить и по отношению к реформе ЖКХ:

*«Она провалится. Потому что ею занимаются те же люди, которые раньше занимались ЖКХ. Во всяком случае, на местах, в регионах. Изменять они ничего не будут. В лучшем случае все будет переведено на плечи рядовых граждан, и только лишь. При полном разрушении всей этой инфраструктуры ЖКХ, которая существует. Если передавать, искать других ответственных, то нужно передавать на каком-то уровне готовности. Когда передаются различного рода теплосети, электросети, крыши и т.п., и сама система в разрушенном виде. Потом требуют и тут же предлагают те организации, которые будут курировать этот вопрос, независимые. Как они будут создаваться. Они тут же выставляют счета фактически капитального ремонта на рядовых людей, у которых таких возможностей просто не существует»* [респондент 10].

Однако при этом в отношении реформы ЖКХ респонденты проявляют даже не столько большой оптимизм, сколько

большую готовность непосредственно участвовать в новой системе, создаваемой в секторе. По сравнению с реформой электроэнергетики, респонденты демонстрируют гораздо больший уровень вовлеченности.

*«(О первых результатах реформы) Уже сейчас существуют частные управляющие организации. Сами ТСЖ – во всяком случае, в городе известны случаи, когда они сами управляют самостоятельно своим домом. Положительные примеры... (О действиях жильцов, включая респондента) Когда выясняли, какую управляющую организацию можно было в этом городе привлечь, то, прежде всего, смотрели тарифы на обслуживание. Просили всех прислать свои тарифы на обслуживание. Во всяком случае, не то чтобы ниже цены. Пусть они ниже на какие-то копейки, но в ту же цену гораздо больший перечень услуг входит, который ты абсолютно видишь и можешь проконтролировать. Частные организации, борясь за клиента, готовы тут же все предоставить. Даже момент простой – мы еще не их клиенты, а они уже все предоставили, как они это считают, откуда берут. Когда стали говорить, что у вас самое большое значение – на управленческих расходах, то они сказали, что хорошо, мы это уменьшим. Это – вопрос договорный» [респондент 22].*

*(О ходе реформы ЖКХ) Там, где сложился актив более или менее образованных людей, они выбрали ТСЖ, они прозрачно ведут свой бюджет, они контролируют деятельность управляющего. (Об оценке результатов реформы и деятельности председателя ТСЖ – Доволен ли респондент произошедшими изменениями?) В целом, да. Если человек защищает интересы дома, и если все жители поймут, что все в наших руках, то я считаю, что это очень правильная вещь, которая сделана вот с этой реформой [респондент 4].*

*«У нас новый дом, собственное ТСЖ. Мы отказались от управляющей компании, перешли к самоуправлению. Единственное, на мой взгляд, оптимальное и эффективное (решение)... (О выборах председателя ТСЖ и связанных с этим проблемах) Это был большой скандал, это были, можно сказать, даже разборки. Собралась инициативная группа. Предложили кандидатуру, не все были согласны, тем не менее, вопрос пробили и решили... Управляющая компания не хотела нас от себя отпускать. Посчитали разницу в тех доходах, которые имеет управляющая компания, и те, фактически, что мы получаем, крохи. Скажем так, разрыв получился очень-очень весомый. (О проведенной аналитической работе) Да, такой небольшой анализ провели. Наняли специалиста. Профессиональный бухгалтер посмотрел документы финансовые, отчетность всю посмотрел управляющей компании. На основании этого сделали выводы» [респондент 7].*

*«(О преобразованиях в сфере управления жилищным фондом) Обслуживание поменялось только тогда, когда поменяли управляющего... председателя ТСЖ.. Было собрание. Он (новый председатель ТСЖ) сам сказал, что он профессор в каком-то институте, что живет в этом доме, хочет, чтобы всё было хорошо, что готов заниматься всем этим. Лично я доволен, как он все ведет... (А если он обратится за помощью, то найдет у Вас понимание?) – Безусловно. У нас изначально был такой муниципал . Председатель. У которого задача была воровать. Ничего не делать, ни за что не отвечать. Хотя формально он очень хорошо говорил, что-то делал. Но после него ничего хорошего не осталось. А с новым стало нормально» [респондент 15].*

*«Дом должен выбрать управляющую компанию. Это, прежде всего, дает понимание каждому жильцу о том, что это нужно продумать и это надо сделать, что не кто-то за тебя будет делать, а ты должен будешь это контролировать. В этом плане я вижу плюс. Но некоторые отдельные структуры, работающие в системе ЖКХ, по-прежнему остаются монополистами и только наращивают свою силу и очень сильно коррумпированы. И мы, потребители, с этим вынуждены жить. В тех домах, где народ принял решение, виден реальный плюс – подъезды стали чище, крыши ремонтируются» [респондент 11].*

В данном случае мы видим очень глубокое понимание компромисса цен и качества/ ассортимента услуг, готовности вести необходимые переговоры, проходить определенные процедуры, тратить и деньги, и время. Однако если судить о процессе реформирования ЖКХ в России только по результатам интервью, то может возникнуть впечатление о том, что опасения по поводу «дилеммы безбилетника» в данной сфере выглядят преувеличенными. В целом, представители среднего класса (заметим, все респонденты – люди занятые) способны воспользоваться предоставляющимися возможностями.

Даже когда респондент остается пассивным, в большинстве случаев он понимает и свои права, и свои возможности, и планирует будущие действия, связанные с реформой:

*«В моем доме было все сделано без меня. Меня поставили перед фактом. Легко делается – в четыре часа дня собрание, в среду. Эти люди уже были наделены полномочиями принять решение. Есть возможность отказаться. Если я пойду по всему дому и подниму бучу, как это делают в других домах. Когда все*

надоедает, то появляется инициативная группа или человек, который обходит дом и говорит, сколько можно терпеть. Бывает ситуация, что все хорошо. Я доволен, но мне не сказал никто, что есть альтернатива. Есть другая компания, которая будет за эти же деньги давать еще дополнительные услуги. Она обслуживает 50 компаний. Никто не ходит и не рассказывает об этом. Где же конкуренция?... Пока хорошо. Плачу 1200 рублей, доволен всем. Пока не придут и не скажут, что можете платить 900 рублей, будут еще дополнительные услуги... Если придет на рынок крупный игрок, то должен быть питерский или московский, который начнет работать. Я приду к нему с удовольствием и сдамся» [респондент 9]. Любопытно, что в данном случае основной объект для неудовлетворенности – отсутствие информации об альтернативах; следует еще раз подчеркнуть, что наши респонденты само по себе число альтернатив рассматривают как преимущество. Это еще и еще раз указывает на получение ими выигрышей от конкурентного режима.

В этом контексте любопытно, что ни один из респондентов не знает содержания законопроекта «Об основах регулирования торговой деятельности (О торговле)», несмотря на то, что этот нормативный акт обсуждался в течение года довольно активно. Уже на этом основании можно заключить, что в данном случае респонденты не видят затрагивающей лично их проблемы. В рамках интервью была получена лишь одна оценка закона, и та была дана по принципу «я не читал, но я скажу»:

*«Ужесточение борьбы с кем бы то ни было всегда приводит к отрицательным результатам. Если они начнут бороться не с субъектами, а с их действиями конкретными – на эту тему уже столько законов принято, что новый закон – это очеред-*

*ная чушь. Если есть антимонопольное законодательство, если бы оно соблюдалось, исполнялось, если бы четко работали органы, которые контролируют это дело, то уменьшились бы злоупотребления. Никакие новые законы ничего не дадут, если не исполняются старые. А всегда вывернут чиновники так, что найдут там то, что будет направлено против людей, компаний. Удивительная способность находить в законах моменты, которые не направлены на прекращение противоправных действий, а направлены на подавление личности, инициативы и т.д. Я думаю, надо внимательно читать этот новый закон. Скорее всего, он ничего не даст. Это будет очередная профанация, потому что законов хватает» [респондент 14].*

Необходимо обратить внимание еще на одну черту респондентов. Их абсентеизм по поводу защиты конкуренции в значительной степени ограничивается сферой высказываний (такого рода абсентеизм находил своё отражение в утверждении респондентов о том, что они не готовы нести издержки в поддержку конкурентного порядка), однако улетучивается, когда речь заходит о совершенно конкретных проблемах. Так, респондент, давший отрицательную оценку и конкуренции, и действующего законодательства, одновременно признал факт обращения в исполнительные органы, ответственные за контроль над проведением конкурсов на поставки товаров и услуг для государственных нужд [респондент 21], причем обращения неоднократного. Очевидно, что ожидаемая ценность такого обращения должна была расцениваться респондентом как положительная.

При оценке ценностных установок респондентов, немаловажной характеристикой являются «обстоятельства успеха». В рамках интервью им предлагалось выбрать не больше двух из трех важных для них экономических преобразований: либе-

рализация в начале 1990-х, приватизация в начале и середине 1990-х, экономический подъем 2000-х гг. Наиболее типичными ответами оказались первый и третий, *только один респондент указал на выигранные от приватизации*. Тем самым, для них наделение дополнительными ресурсами оказалось гораздо менее важным, чем свобода предпринимательства наряду с ростом спроса на их целевых рынках.

Таким образом, результаты интервью дают основания для заключения, что конкуренция играет важную роль в ценностях представителей среднего класса. Выдвинутая гипотеза Н4 не находит в материалах интервью подкрепления. На наш взгляд, этот вывод важен, по крайней мере, по двум соображениям. Во-первых, он опровергает традиционные представления об инертности и близорукости российских граждан. По результатам интервью, в той степени, в которой можно говорить об инертности, она имеет вполне рациональное обоснование – люди отказываются участвовать в практиках, на результаты которых они не могут повлиять ни в коей мере. Однако даже незначительное расширение зависимости результата от персональных усилий, пусть даже в неблагоприятной институциональной среде, способствует резкому повышению активности представителей среднего класса. Во-вторых, опровержение гипотезы Н4 означает, что возможности вовлечения представителей среднего класса в коалицию по развитию конкуренции достаточно высоки. Вместе с тем, обязательным условием такого вовлечения остаётся возможность непосредственного влияния представителей среднего класса на практику и результаты действий.

## 5. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ: ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

1. Согласно полученным ответам в рамках серии углублённых интервью, представители среднего класса заинтересованы в конкурентном порядке как потребители. Причем, существенных различий в позиции потребителей, которые одновременно являются представителями бизнеса или власти, не прослеживается. Важный нюанс в части потребительского поведения на рынке продовольственных товаров состоял в том, что доминирующими критериями выбора были скорее качество и удобство приобретения товаров, а не их цена. Полученный результат может говорить и о том, что представители данной группы в процессе отбора альтернатив неосознанно исходят из существования некоторого уровня конкуренции, который приводит к отсутствию значительной дифференциации цен на рынке продовольственных товаров. Таким образом, предварительный анализ собранных материалов *подтверждает выдвинутую гипотезу о заинтересованности среднего класса в конкурентном порядке как потребителей*, что дает основание считать данную *функциональную* группу как минимум латентно поддерживающей меры, направленные на развитие и поддержание конкурентного порядка. Однако это не означает, что при формировании мер по развитию конкурентного порядка и их реализации не нужно предпринимать усилий по разъяснению общественным группам их сути и вовлечению заинтересованных общественных групп в процесс их проектирования.

2. Вторая гипотеза, которая отражала незаинтересованность представителей среднего класса в конкурентном порядке

как участников системы создания и распределения доходов скорее не подтвердилась. По нашему мнению, это связано с тем, что существует взаимосвязь между конкуренцией (конкурентным порядком) и адаптационными способностями представителей среднего класса. В отсутствие конкуренции адаптационные способности оказываются функционально избыточными, и в случае возникновения отрицательного внешнего шока представители среднего класса оказываются незащищенными, в том числе и по той причине, что они не обладают достаточными материальными активами, чтобы снизить негативные последствия такого шока и поддерживать образ и уровень жизни (включая уровень личного потребления на достигнутом до внешнего шока уровне). Таким образом, данная *функциональная* группа вовсе не обязательно окажется пассивным противником конкурентного порядка.

3. Поскольку подтвердилась первая гипотеза и скорее не подтвердилась вторая гипотеза (представители среднего класса заинтересованы в конкурентном порядке как потребители, но в определенном смысле они заинтересованы в нём и как участники процесса создания и распределения доходов), можно сделать вывод о том, что *коалиция в поддержку конкуренции фактически существует в том смысле, что в данной области не требуется разработки каких-то специальных компенсационных схем*. Главная задача – решение проблемы коллективного действия для формирования этой коалиции и ее активации, преодоление «проблемы безбилетника».

4. Активация данной коалиции требует создания благоприятных стимулов индивидов, способных нести издержки в пользу поддержки и развития конкурентного порядка. Анализ

же углублённых интервью демонстрирует неготовность респондентов (независимо от их статуса) нести издержки в пользу поддержки и развития конкурентного порядка как такового, однако в конкретных случаях (например, реформа ЖКХ) положительные стимулы существуют. Это может говорить, прежде всего, о том, что в рамках конкретного случая более очевидны выигрыши и издержки, ассоциируемые с действиями, направленными на такую поддержку. С точки зрения оценки соответствующих развитию конкуренции выигрышей существенную роль играет опыт извлечения индивидами выгод от такого развития. Выигрыши не всегда очевидны в случае умеренного развития конкуренции, которая воспринимается как данность, стало быть, и смысла в поддержке конкуренции индивиды для себя не видят. Именно поэтому адвокатирование конкуренции как одно из направлений активной конкурентной политики должно реализовываться как в контексте общей проблематики, так и специфических сфер.

5. Ограничением стимулов представителей среднего класса в поддержке конкурентного порядка также является низкий уровень доверия к государственным институтам вкупе с недостаточными знаниями в области действующих механизмов разрешения споров и защиты прав. В данном случае помимо действий, направленных на ограничение вмешательства органов власти в функционирование конкурентных рынков, восстановление доверия к институтам исполнительной и судебной властей (что возможно посредством вовлечения общественных групп в процесс обсуждения вводимых правил и их применения, а также снижения уровня коррупции), необходима целенаправленная работа по разъяснению действующих механизмов

разрешения споров и защиты прав в конкурентной борьбе, создание действенных инструментов возмещения ущерба от недобросовестной конкуренции и иных нелегальных антиконкурентных действий (речь, прежде всего, идёт о гражданско-правовых конфликтах).

6. Предварительный анализ собранных материалов лишь в небольшой степени подтверждает гипотезу о том, что представители среднего класса не могут идентифицировать содержание конкурентного порядка, так как среди респондентов встречаются такие, которые отражают очень зрелое отношение участников к проблемам конкуренции и конкурентного порядка. В этом плане адвокати́рование конкуренции должно быть направлено не на описание взаимосвязей между благосостоянием общественных групп и развитием конкуренции, а на идентификацию конкретного выигрыша, получаемого данными группами в рамках динамики развития конкуренции в соответствующих сферах.

7. Любая политическая сила, желающая привлечь представителей среднего класса для защиты конкурентного порядка, может достичь этой цели, только предложив условия персонального вовлечения граждан в решение проблем, влияющих на их положение и благосостояние. Блокированное дилеммой безбилетника участие граждан в развитии конкурентного порядка как общего состояния, может быть существенно активизировано. Необходимым и достаточным условием этого является формулирование перечня конкретных проблем, важных не только для всей группы представителей среднего класса, но и для каждого из них в отдельности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Авдашева, Шаститко*, Промышленная и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России // Вопросы экономики, 2003, № 9
2. *Автономов В.* Модель человека в экономической науке. Спб.: Экономическая школа, 1998.
3. *Григорьев Л., Аузан А и др.* Коалиции для будущего: стратегии развития России в 2008-2016гг. В: Россия в 2008-2016 годах. Сценарии экономического развития. М.: Научная книга, 2007, с.457-753
4. *Зингалес Л., Раджан Р.* Спасение капитализма от капиталистов. Скрытые силы финансовых рынков – создание богатства и расширение возможностей. М., Институт комплексных стратегических исследований, 2003.
5. *Гладарев Б.С., Цинман Ж.М.* Потребительские стили петербургского среднего класса: от экономики дефицита к новому быту // Экономическая социология, 2007, том 8, № 3, с.61-81.
6. *Кивинен М.* Средний класс в современной России. // Мир России, 2004, № 4, с.143-170.
7. *Левинсон А., Стучевская О., Шукин Я.* О тех, кто называет себя «средний класс» // Вестник общественного мнения, 2004, № 5 (73), с. 48-62
8. *Малеева Т.* (ред.). Средние классы в России. Экономические и социальные стратегии. М.: Гендальф, 2003.
9. *Радаев В.В.* Обычные и инновационные практики в деятельности российского среднего класса. // Мир России, 2003, № 4, с. 89-119.
10. *Тихонова Н.Е.* Российский средний класс: особенности мировоззрения и факторы социальной мобильности. // Социологические исследования, 2000, № 3, с.13-22.
11. *Уильямсон О.* Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация. Спб.: Лениздат, 1996

12. *Хайек Ф.А.* Конкуренция как процедуры открытия // *Мировая экономика и международные отношения*, 1989, №12.

13. *Хахулина Л.А.* Субъективный средний класс: доходы, материальное положение, ценностные ориентации. // *Вестник общественного мнения*, 1999, № 2 (40), с.24-33.

14. *Хахулина Л.А.* Субъективные оценки социального неравенства: результаты сравнительного международного исследования. // *Вестник общественного мнения*, 2004, № 3 (71), с.45-51.

15. *Шаститко А.* Модели человека в экономической теории. Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2006.

16. *Шаститко А.* Неоавстрийский подход к исследованию проблем конкуренции и антимонопольной политики. М.: Теис, 2008.

17. *Юргенс И.* (ред.). Коалиции для будущего. Стратегии развития России. Коллектив экономистов СИГМА. М.: ООО Издательство «Промышленник России», 2007.

18. *Яковлев А.А.* Агенты модернизации. М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2007.

19. *Яковлев, А., Фрай, Т.* – «Реформы в России глазами бизнеса». // «Pro et Contra», сентябрь 2007.

20. *Bromley, D. W.* Economic interests and institutions: The conceptual foundations of public policy. NY: 1989.

21. *Gouldner A.* The Future of the Intellectuals and the Rise of the New Class. L: Basingstoke, 1979.

22. *Granovetter M.* The Impact of Social Structure on Economic Outcomes // *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 19, N 1, 2005.

23. *Anderson J. H., Gray C. W.* Who Is Succeeding... and Why? // World Bank, 2006.

24. *Hellman J. S.* Strategies to Combat State Capture and Administrative Corruption in Transition Economies. Background Paper Prepared for the Conference: “Economic Reform and Good Governance: Fighting Corruption in Transition Economies”. 2007.

25. *Delorme C. D., Frame, W. S., Kamerschen, D. R.* Empirical evidence on a special-interest-group perspective to antitrust // *Public Choice*, 1997, Vol. 92, P. 317–335.

26. *Bork R.* Legislative intent and the policy of the Sherman Act. // *Journal of Law and Economics*, Vol. 9, P. 7–48, 1966.

27. *Bork R.* The antitrust paradox: A policy at war with itself. New York: Basic Books. Boudreaux D.J., DiLorenzo T.J. and Parker S. (1992 circa). The origins of antitrust: An empirical study. Mimeographed, 1978.

28. *Posner R.* Antitrust law: An economic perspective. Chicago: University of Chicago Press, 1976.

29. *Kleit A.* Beyond the rhetoric: An inquiry into the goal of the Sherman Act. // *Federal Trade Commission Working Papers No. 195*, 1992.

30. *Landes R.* Wealth transfers as the original and primary concern of antitrust: The efficiency interpretation challenged. *Hastings Law Journal*, Vol. 34, P. 65–131, 1982.

31. *DiLorenzo T.* The origins of antitrust: An interest-group perspective. *International Review of Law and Economics*, Vol. 5, P. 73–90, 1985.

32. *DiLorenzo T. and High, J.* Antitrust and competition historically considered. // *Economic Inquiry*, Vol. 26, P. 423–435, 1988.

33. *North D.* What do we mean by rationality // *Public Choice*, 1993, V.77, p.159-162.

34. *Shughart W.F. II and Tollison, R.D.* The employment consequences of the Sherman and Clayton Acts. // *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, Vol. 147, P. 38–52, 1991.

35. *McChesney F.S. and Shughart, W.F. II (Eds.)* The causes and consequences of antitrust: The public choice perspective. Chicago: University of Chicago Press, 1994.

36. *Slinko I, Yakovlev Y, Zhuravskaya E.* // *State Capture in the Russian Regions*, CEFIR, November 14, 2002.

37. *Williamson O.* Mechanisms of Governance. New York, Oxford University Press, 1996

## **Приложение 1. ВЗАИМОСВЯЗЬ КОНКУРЕНЦИИ И ИНТЕРЕСОВ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СРЕДНЕГО КЛАССА В РОССИИ: ПРЕДПОСЫЛКИ И МЕТОДЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА**

При разработке методики эмпирического изучения отношения представителей среднего класса в России к конкурентному порядку посредством углублённых интервью выдвигались следующие цели анализа:

1. Охарактеризовать масштабы участия представителей среднего класса в функционировании «конкурентного порядка».

2. Охарактеризовать выигрыши представителей различных групп среднего класса от наличия конкуренции/ конкурентного порядка.

3. Проанализировать представление о конкурентном порядке, сложившемся у представителей среднего класса;

4. Охарактеризовать отношение представителей среднего класса к конкурентному порядку.

5. Охарактеризовать масштабы внедрения конкуренции в систему муниципального хозяйства<sup>17</sup>

Сценарии интервью разработаны в двух вариантах. Один из вариантов предназначен для представителей среднего класса в целом, независимо от места их занятости (за исключением системы местного самоуправления), Второй вариант разработан с учетом необходимости исследования представителей органов местного самоуправления. Комплект интервью представлен в Приложении 2.

---

<sup>17</sup> Данный раздел включен в связи с возможностью отдельно проинтервьюировать представителей муниципалитетов, а также сопоставить общие представления о конкурентном порядке сотрудников муниципалитетов как граждан, с одной стороны, и представителей органов государственной власти, с другой.

Сценарий интервью складывается из четырёх компонентов:

- I. Общие данные о респонденте
- II. Профессиональная деятельность респондента и конкуренция<sup>18</sup>.
- III. Знания респондента о конкуренции.
- IV. Респондент как покупатель/ клиент.

Данные интервью позволят получить следующую информацию для развития представлений об отношении среднего класса к конкурентному порядку:

– информация об участии среднего класса в конкуренции как покупателей (в отношении разных типов потребительских товаров и услуг, включая традиционные товары – например, продовольствие, и более технологичные услуги – например, услуги сектора ИТ);

– информация об участии среднего класса в конкуренции в сфере создания и распределения стоимости (данные о региональной и профессиональной мобильности, а также о препятствиях этой мобильности);

– информация о представлениях среднего класса о конкурентном порядке в принципе и конкурентном порядке на отдельных рынках (вопросы задаются как о конкурентном порядке в целом, так и об отдельных отраслях, в настоящее время проходящих преобразования как в направлении либерализации, так и в противоположном направлении);

– данная информация будет анализироваться как по выборке в целом, так и в разрезе отдельных групп респондентов (разделенных по возрасту, полу, типу образования, месту в разделении труда).

---

<sup>18</sup> Для интервьюирования представителей системы местного самоуправления именно в этот раздел включены вопросы о масштабах и результатах внедрения конкуренции в деятельность муниципалитетов.

Кроме того, данные интервью позволят проверить ряд гипотез, важных для выработки стратегии по созданию коалиции в поддержку конкурентного порядка. Основные гипотезы состоят в следующем:

**Н1.** Представители среднего класса заинтересованы в конкурентном порядке как потребители.

В качестве подтверждения этой гипотезы будут рассматриваться данные о том, что респонденты (или по крайней мере их значительная часть) получают заметные выигрыши от конкурентного режима, действующего на рынках. В свою очередь, в качестве индикатора выигрышей будут использоваться данные об активности индивидуального выбора на потребительских рынках, в том числе:

– об интенсивности смены точки приобретения продовольственных товаров;

– об интенсивности использования новых продуктов (услуг) в сфере телекоммуникаций и смены провайдера новых продуктов (услуг);

– о наличии вариантов приобретения недвижимости для выбора (реального или по крайней мере потенциального) между ними;

– об интенсивности использования разных поставщиков туристических услуг;

– о масштабах использования банковских продуктов и выборе банка для использования банковских услуг.

**Н2.** Представители среднего класса не заинтересованы в конкурентном порядке как участники системы создания и распределения доходов.

Индикатором относительно низкой заинтересованности представителей среднего класса в конкурентном режиме в связи с созданием стоимости вновь будет считаться их выигрыш от

участия в конкуренции. Об этих выигрышах мы имеем возможность судить только по косвенным данным, в числе которых:

– данные о мобильности представителей среднего класса (профессиональной мобильности и региональной мобильности). Чем более интенсивна профессиональная и региональная мобильность (может быть, за исключением откровенно вынужденной мобильности<sup>19</sup>), тем выше выигрыши респондента от конкурентного порядка.

– данные об основном типе заказчика (источника доходов) представителей среднего класса. Чем в большей степени доходы респондента связаны с государством (прямо или косвенно), тем в меньшей степени он заинтересован в конкурентном порядке в системе создания и распределения доходов.

Обратим внимание, что подтверждение, опровержение или уточнение гипотез Н1 и Н2 позволит судить о роли представителей российского среднего класса в создании конкурентного порядка. Подтверждение гипотезы Н1 будет означать, что представители среднего класса создают конкурентный порядок по крайней мере благодаря своей активности на стороне спроса. Подтверждение гипотезы Н2 будет означать, что одновременно представители среднего класса прямо или косвенно создают препятствия для развития конкурентного порядка на российских рынках.

**Н3.** Представители среднего класса не идентифицируют конкурентный порядок в качестве источников выигрышей, которые они получают.

---

<sup>19</sup> Как представляется, инструмент углубленных интервью позволяет разделить мобильность как способ выживания и мобильность как способ улучшения материального или профессионального положения, несмотря на то, что для экономистов цели выживания и повышения доходов/ ценности человеческого капитала представляют собой всего лишь последовательные отрезки одной и той же шкалы.

Подтвердить или опровергнуть эту гипотезу мы сможем на основе обобщения ответов на вопросы групп II и IV, с одной стороны, и вопросы группы III, с другой. Гипотеза будет считаться подтверждённой, если респонденты получают выигрыши от конкурентного порядка, с одной стороны, однако не считают развитие конкуренции важной задачей, имеющей отношение к их персональному благосостоянию.

**H4.** Представители среднего класса не могут идентифицировать содержание конкурентного порядка.

Ответы на вопросы группы III позволяет не только протестировать гипотезу H3, но и охарактеризовать представления российского среднего класса о конкуренции. Не исключено, что будут получены материалы для обобщений на тему «мифов о конкуренции», распространенных в российском обществе.

Подтверждением гипотезы H4 будет считаться не только отсутствие развёрнутых ответов на соответствующий вопрос (вопрос 3.4), но и существенные расхождения между ответами на этот вопрос.

**H5.** Отношение представителей среднего класса к конкурентному порядку зависит от их места в разделении труда и от возраста респондентов.

Для тестирования этой гипотезы будут сопоставлены:

– оценка конкуренции респондентами (на основе ответов на вопросы группы III) и общая характеристика респондентов (ответы на вопросы группы I);

– выигрыши респондентов от конкуренции (на основе ответов на вопросы группы II и IV) и общая характеристика респондентов (ответы на вопросы группы I).

## **Приложение 2. СРЕДНИЙ КЛАСС И КОНКУРЕНЦИЯ: СЦЕНАРИИ УГЛУБЛЁННОГО ИНТЕРВЬЮ И ТРЕБОВАНИЯ К СОПРОВОДИТЕЛЬНОЙ ЗАПИСКЕ**

### **Цели интервью**

**Цель интервью (версия для респондента)** – оценить представления, сложившиеся у представителей среднего класса России о конкуренции и политике по поддержке конкуренции.

**Цель (для интервьюера).** Исследование, для которого проводится интервью, в конечном итоге направлено на то, чтобы оценить масштабы спроса среднего класса на развитие конкуренции, оценить выигрыши, которые представители среднего класса получают от развития конкуренции, а также отношение среднего класса к конкуренции на стороне ресурсов (в их профессиональной деятельности)..

### **1. Требования к числу и составу респондентов.**

**Количество интервью – 60.** Интервью проводится исключительно в столичных городах региона. В каждом городе 4 интервью.

Критерии отбора респондентов:

- возраста – 25-60 лет
- дохода – не ниже 20-40 тыс. руб./месяц на члена семьи (*\*необходимо, чтобы доход на человека в семье составлял не менее средней заработной платы в регионе/городе. Например, если в Москве средняя заработная плата 30 тыс. руб., то доход семьи из 4 человек должен быть не ниже 120 тыс. руб.\**)

- образование – высшее;

▪ только экономически активные люди со своими собственными источниками доходов: бизнесмены, госслужащие, люди свободных профессий. Например, домохозяйки не должны включаться, вне зависимости от уровня доходов

## **2. Сценарий интервью.**

Основные направления обсуждения.

1. Общие данные о респонденте
2. Профессиональная деятельность и конкуренция (отдельно для сотрудников органов местного самоуправления, отдельно для всех остальных)
3. Знания респондента о конкурентной политике. .
4. Респондент как покупатель/клиент

## **3. Форма представления результатов интервью**

Интервью представления в виде записи на диске (CD) и в расшифрованном виде. При расшифровке указывается вопрос интервью, затем излагается ответ респондента. В сценарии интервью специально отмечены вопросы, на которые чрезвычайно желательно получить у интервьюируемого подробный ответ.

В начале интервью респондент указывает дату, место и время проведения интервью. При расшифровке анкеты интервьюер отмечает вопросы, вызвавшие особую реакцию респондента (затруднения с ответом, уход от ответа, смех, ирония). К расшифровке интервью прилагается краткая записка, подготовленная интервьюером.

## **Средний класс и конкуренция**

Сценарий для сотрудников органов местного самоуправления

Интервьюеру: Пожалуйста, перед проведением интервью продиктуйте на диктофон информацию о месте (город) и времени проведения интервью (дата, время начала интервью).

Вопросы интервью включают как требующие краткого ответа (в том числе с вариантами ответа), так и требующие подробного ответа

**Цель интервью (для респондента)** – оценить представления, сложившиеся у представителей среднего класса России о конкуренции и политике по поддержке конкуренции.

### **I. Общие данные о респонденте**

- *Возраст*
- *Пол* [заполняется интервьюером]
- *Семейное положение* \_\_\_\_\_, *количество детей* \_\_\_\_\_ *и проживающих вместе с респондентом членов семьи* \_\_\_\_\_
- *Образование*: высшее техническое, высшее гуманитарное, высшее экономическое, иное? *Дополнительное образование* (второе высшее, повышение квалификации) – было или не было? *Наличие ученой степени? Наличие степени MBA?*
- *По уровню дохода относите ли вы себя к среднему классу? Если да, то к какой его части – нижней, средней или высшей?*

– *Сколько человек работает в подчинении у респондента (ответ с точностью до десятков)?*

– *Как менялись уровень доходов и благосостояние вашей семьи с начала 1990-х годов? [направление и скорость изменения – благосостояние выросло, осталось неизменным или снизилось, если благосостояние менялось – насколько медленно или быстро, в какой период происходили самые существенные изменения благосостояния]?*

– *Среди перечисленного ниже выберите факторы (не более двух), в наибольшей степени способствовавший Вашему профессиональному успеху и благосостоянию Вашей семьи:*

*i. Либерализация экономики в конце 1980-начале 1990 (возможность открыть свой бизнес, либерализация цен, появление банков)*

*ii. Приватизация государственных предприятий (возможность открыть бизнес на основе приватизированной собственности)*

*iii. Экономический подъем с конца 1990 гг. (расширение спроса на рынках, повышение доходов покупателей продукции/услуг)*

## **II. Профессиональная деятельность респондента и конкуренция**

### *2.1. Закупки для нужд системы местного самоуправления*

*Знакомы ли Вы с практикой проведения закупок для нужд местного самоуправления? [В случае отрицательного ответа респондента переходите к вопросу 2.2] Как Вы считаете, может ли проведение конкурсов на поставку продукции (работ, услуг) обеспечить экономию бюджетных средств? Если да,*

*насколько эта экономия может быть существенна? Зависят ли цена поставляемых товаров (работ, услуг) от количества претендентов? А качество товаров (работ, услуг)?*

*По Вашему опыту, какая доля конкурсов признаётся не состоявшимися, так что контракт заключается с единственным поставщиком?*

## *2.2. ЖКХ*

*Знакомы ли Вы с практикой управления жилищным фондом в Вашем регионе и с проводимыми в этой связи реформами? [В случае отрицательного ответа респондента переходите к вопросу 2.3]. Проводятся ли конкурсы по выбору управляющей компании для управления жилищным фондом? Если да, то участвует ли в этих конкурсах компании кроме тех, кто уже предоставляет услуги на данной территории?*

*Заключают ли компании, победившие на конкурсах, договоры с собственниками жилья? Есть ли информация, какой процент собственников жилья имеет такого рода заключенные договоры?*

*Есть ли какая-то разница в стоимости обслуживания дома, где выбрана управляющая организация по конкурсу и там, где конкурс не проводился?*

*Как Вы оцениваете проводимую в сфере ЖКХ реформу? Принесёт ли она какие-то выигрыши? Если да, то кто получит эти выигрыши?*

## *2.3. Конкуренция на рынке труда органов местного самоуправления*

*Как часто возникают вакансии в Вашем органе местного самоуправления? Каким образом они заполняются – только по конкурсу, иногда по конкурсу, никогда по конкурсу. Влияет ли,*

на Ваш взгляд, конкурсный принцип отбора на качество претендентов? Если та, то какой это влияние – отрицательное или положительное? Можете ли Вы определить масштабы этого влияния – сильное, слабое, умеренное?

### **III. Знания респондента о конкурентной политике**

#### *3.1. Реформа электроэнергетики.*

Что Вы знаете о реформе электроэнергетики в России? Какие последствия от реформы электроэнергетики Вы ожидаете? Что Вам кажется более вероятным результатом реформы – повышение тарифов или развитие конкуренции?

Интересуетесь ли Вы ходом реформы электроэнергетики? Если интересуетесь, откуда получаете информацию – из официальных сообщений РАО ЕЭС, из сообщений профессиональных экспертов, из газет, из телевизионных или радиопередач?

#### *3.2. Предполагаемое принятие закона «О торговле».*

Знакомы ли Вы с тем, что в РФ разработан проект закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» (сокращенно – закон «О торговле»)? Что Вы знаете о содержании проекта закона [по возможности подробно, если респондент может подробно ответить на вопрос]? Согласны ли Вы с целями принятия закона? Согласны ли Вы с методами, которые предполагает использовать закон? Откуда Вы получили (получаете) информацию о законе – из официальных публикаций, из сообщений профессиональных экспертов, из газет, из телевизионных или радиопередач?

### *3.3. Значение конкуренции*

Является ли усиление конкуренции ценным для Вас лично (или же конкуренция не очень важна)? На каких рынках конкуренция важна? Почему конкуренция важна? Какие именно выгоды Вы должны/ можете получить от развития конкуренции на российских рынках?

Считаете ли Вы, что на защиту от недобросовестной конкуренции государство должно тратить заметные деньги? Были бы Вы лично готовы тратить хоть какие-то ресурсы (деньги или личное время) на поддержку (обеспечение) конкуренции на рынке?

### *3.4. Субъекты антимонопольной политики*

Известно ли Вам, какой орган отвечает за проведение антимонопольной политики в России? Приходилось ли Вам обращаться в центральный аппарат или территориальное управление этого органа? Если да, то когда, по какому вопросу [по возможности подробно, если у респондента не возникает отторжения этого вопроса]?

**[Примечание для интервьюера: этими вопросами мы не экзаменуем респондента. Если он не знает чего-то – это не страшно. Если у него знания искаженные или неверные – тоже не страшно, наоборот, его представления очень интересны].**

## **IV. Респондент как покупатель/ клиент**

### *4.1. Конкуренция на рынке услуг продовольственных товаров*

Меняли ли Вы (Ваша семья) за последние десять лет магазины, где покупаете продовольственные товары повседневного спроса [комментарий – речь идёт об основном магазине]? Сколь-

ко раз вы меняли основное место приобретения товаров? Почему? Насколько важны для вас цены приобретаемых товаров в качестве критерия выбора магазина? Безвредность приобретаемых товаров? Качество приобретаемых товаров? Как меняются относительные цены приобретаемых вами продовольственных товаров [в сравнении с другими компонентами потребительской корзины]? Как меняются относительные цены в разных магазинах? Есть ли магазины, предлагающие в Вашем городе, по сравнению с другими, лучшее соотношение цена/качество? Пользуетесь ли вы услугами именно этих магазинов?

#### *4.2. Конкуренция на рынке телекоммуникаций:*

- Дальняя связь. Пользуетесь ли вы специальными тарифами для оплаты телекоммуникационных услуг? (имеется в виду, карточками для междугородных разговоров). Какую часть междугородных/ международных разговоров оплачиваете через конкурирующих с «Ростелеком» операторов (100%-60%-20% – практически не пользуюсь)? Пользуются ли услугами конкурирующих операторов звонящие Вам знакомые и друзья?

- Цифровые телевизионные каналы. Пользуетесь ли Вы услугами цифрового телевидения? Как давно (десять/восемь/шесть и менее лет)? Меняли ли за этот период провайдера телевизионных услуг? Если меняли провайдера, то сколько раз? Если меняли, то по каким соображениям?

- Интернет. Как давно пользуетесь Интернет на постоянной основе? (более 10 лет, от восьми до шести, менее шести лет)? За этот период меняли ли провайдера услуг Интернет? Если меняли, то сколько раз? По каким соображениям (цена/качество/дополнительные услуги)?

### *4.3. Конкуренция на рынке недвижимости:*

▪ Приобретали ли вы в течение последних десяти лет недвижимость? [Если ответ на вопрос отрицательный, переходим к вопросу 4.4]

▪ Если да, то в каком году? В России или за рубежом? Городскую или загородную? Строили дом/дачу своими силами или покупатели готовое жильё? Как выбирали недвижимость? Каковы были критерии выбора? Сколько реальных вариантов рассматривалось? По сравнению с ситуацией десятилетней давности, как изменился доступный для вашей семьи выбор на рынке жилья? Если выбор увеличился, то в силу возросших доходов семьи, или в результате развития рынка недвижимости?

### *4.4. Конкуренция на рынке легковых автомобилей для личного пользования*

▪ Есть ли в Вашей семье автомобиль? Если да, то один или больше одного (имеется в виду, всего на семью)? Отечественные марки или зарубежные (в то числе произведённые на территории России). С какой периодичностью Вы обновляете свой автомобильный парк (чаще одного раза в 3 года, раз в 3-5 лет, реже, чем раз в 5 лет).

▪ Сколько вариантов автомобилей вы рассматривали, когда в последний раз приобретали автомобиль? Определившись с маркой и комплектацией, сколько вариантов дилерских салонов (продавцов) вы рассматривали?

▪ Какие характеристики дилера для Вас существенны при выборе автосалона? Если не пользуетесь услугами дилеров, то почему (нет салонов дилеров, реализующих машины той марки, которая Вас интересует)?

#### 4.5. Конкуренция на рынке туристических услуг

- Пользуется ли ваша компания (ваша семья) услугами туристических агентств для организации туристических поездок? Преимущественно зарубежных или преимущественно по России? Услугами скольких приблизительно туристических агентств Вы пользовались за последние пять лет (более десяти, от пяти до десяти, менее пяти)? Насколько Вы удовлетворены качеством услуг туристических агентств? Различается ли оценка услуг при поездках по России и за рубеж?

#### 4.6. Конкуренция на рынке банковских услуг

- Пользовались ли Вы в течение последних 8-10 лет услугами банков? Какими именно (депозиты/ кредиты/ хранение ценностей (ячейки)/другие (какие именно?))? По каким критериям вы выбираете банки, услугами которых пользуетесь? Меняли ли Вы банки в течение последних 10 лет? Если да, то сколько раз? Удовлетворены ли Вы доступным набором услуг банков? Соотношением цена/качество?

**[Примечание для интервьюера: ФАКТ приобретения недвижимости, туристических или банковских услуг НЕВАЖЕН В КАЧЕСТВЕ КРИТЕРИЯ ВЫБОРА РЕСПОНДЕНТА. Важно описание процесса выбора (взвешивания вариантов). Поэтому даже если человек не делал крупных покупок, может быть важна информация о том, как он сопоставлял доступные варианты].**

## **Записка**

Приведенные ниже сюжеты – это вопросы, которые предназначены для интервьюера. В записке должно быть отражено, прежде всего, мнение интервьюера, его впечатление от проведенного интервью, которое очевидно может не совпадать с суждениями и оценками, высказанными самим респондентом.

В тексте записки по возможности должны найти отражение следующие вопросы:

***а) Насколько респондент выиграл от преобразований в течение последних 15 лет?***

По Вашему мнению, принадлежит ли респондент к «старому среднему классу» (возникновения еще до реформ рубежа 1980-90 гг), или его прорыв в состав среднего класса произошел в период реформ? Или же положение респондента целиком сформировалось в пореформенный период? (В оценке молодых респондентов сопоставьте их положение с положением их родителей).

***б) Проявил ли респондент заинтересованность при обсуждении вопросов конкуренции?***

По Вашему мнению, для респондента вопросы конкуренции – важные или второстепенные? Важны или нет для респондента вопросы конкуренции в сфере его профессиональной деятельности? Важны или нет для респондента вопросы конкуренции на рынках товаров и услуг, которыми он пользуется?

***в) К какому типу принадлежит респондент как участник конкуренции на рынке труда и предпринимательских способностей?***

Сложилось ли у интервьюера представление о респонденте как о человеке с активной жизненной позицией (активный

поиск новых сфер бизнеса, новых сфер применения своих способностей, готовность рисковать) или как о человеке, хорошо адаптировавшемся к новым условиям? Источник преимуществ респондента – творчество или хорошее приспособление? Источник благосостояния респондента – использование предпринимательских способностей или высокий профессиональный уровень?

***г) Активность респондента на рынке товаров***

Какое впечатление сложилось у Вас о потребительском поведении респондента: осуществляет ли он активный поиск лучших товаров (с лучшим соотношением цена/качество), или пассивно пользуется доступными наборами (поскольку это позволяет уровень дохода)?

***д) Общая оценка интервью (респондента)***

Оцените, пожалуйста, в свете тематики интервью, компетентность респондента, его искренность, готовность обсуждать информацию о своей профессиональной деятельности и благосостоянии семьи.

## **Средний класс и конкуренция**

Сценарий для других категорий респондентов (кроме сотрудников органов местного самоуправления)

Интервьюеру: Пожалуйста, перед проведением интервью продиктуйте на диктофон информацию о месте (город) и времени проведения интервью (дата, время начала интервью).

Вопросы интервью включают как требующие краткого ответа (в том числе с вариантами ответа), так и требующие подробного ответа

**Цель интервью (для респондента)** – оценить представления, сложившиеся у представителей среднего класса России о конкуренции и политике по поддержке конкуренции.

### **I. Общие данные о респонденте**

- *Возраст*
- *Пол* [заполняется интервьюером]
- *Семейное положение* \_\_\_\_\_, *количество детей* \_\_\_\_\_ *и проживающих вместе с респондентом членов семьи* \_\_\_\_\_

– *Образование*: высшее техническое, высшее гуманитарное, высшее экономическое, иное? Дополнительное образование (второе высшее, повышение квалификации) – было или не было? Наличие ученой степени? Наличие степени MBA?

– *По уровню дохода относите ли вы себя к среднему классу? Если да, то к какой его части – нижней, средней или высшей?*

– [Если респондент – бизнесмен}, *Сколько человек работает в Вашем бизнесе* (с точностью до десятков)?

– [Если респондент – не бизнесмен, а наёмный работник] *Сколько человек работает в подчинении у респондента* (ответ с точностью до десятков)?

– [Примечание для интервьюера: если респондент не имеет собственного бизнеса и не является наёмным работником в иерархической структуре, спросите, чем он занимается, впишите ответ \_\_\_\_\_]

– *Как менялись уровень доходов и благосостояние вашей семьи с начала 1990-х годов?* [направление и скорость изменения – благосостояние выросло, осталось неизменным или снизилось, если благосостояние менялось – насколько медленно или быстро, в какой период происходили самые существенные изменения благосостояния]?

– *Среди перечисленного ниже выберите факторы (не более двух), в наибольшей степени способствовавший Вашему профессиональному успеху и благосостоянию Вашей семьи?*

*i. Либерализация экономики в конце 1980-начале 1990 (возможность открыть свой бизнес, либерализация цен, появление банков)*

*ii. Приватизация государственных предприятий (возможность открыть бизнес на основе приватизированной собственности)*

*iii. Экономический подъем с конца 1990 гг. (расширение спроса на рынках, повышение доходов покупателей продукции/услуг)*

## **II. Профессиональная деятельность респондента и конкуренция**

### *2.1. Мобильность респондента как участника бизнеса.*

Меняли ли Вы профессию/место работы/ сферу деятельности/ сферу бизнеса? Сколько раз в течение профессиональной карьеры? В какой период (начало/ середине/ конец 1990-х, начало/середина 2000-х). В каком направлении меняли сферу деятельности (переход с одного рынка на другой внутри частного сектора, переход из частного сектора в государственный, переход из государственного сектора в частный, переход из крупной компании в мелкую и наоборот и т.д.)? Мотивы смены видов деятельности/ сферы бизнеса?

*Для бизнесменов* – Являлась ли конкуренция причиной смены сферы деятельности? или действия чиновников, недобросовестные действия контрагентов? Если да, была ли конкуренция добросовестной или недобросовестной (не соответствующей нормам и обычаям делового оборота)?

### *2.2. Ограничения для мобильности.*

Если Вы не меняли профессию/ сферу деятельности/ сферу бизнеса, возникало желание её поменять? Что мешало (перечислить)? Какое ограничение было наиболее значимым? *Для бизнесменов* – Являлся ли ожидаемый высокий уровень конкуренции причиной отказа от смены сферы деятельности? Являются ли ожидаемые высокие административные барьеры входа причиной отказа от входа?

**[Примечание для интервьюера: разграничение между двумя этими вопросами такое «Нет смысла входить на рынок, поскольку конкуренция не позволит получить там прибыли... или нет смысла входить на рынок, так как это очень сложно и требует больших затрат»]**

### *2.3. Региональная мобильность.*

Меняли ли Вы в течение профессиональной карьеры место проживания/ место бизнеса? Если да, сколько раз? В какой период (1990/2000-е) Хотели бы поменять место проживания (если да, то в пределах региона или за пределы)?

*2.4. Тип «основного заказчика (клиента)» [для респондентов-бизнесменов].*

Кто является основным заказчиком/ покупателем товаров или услуг? Потребители-частные лица/ крупный бизнес/ мелкий или средний бизнес/ государственные органы? Как часто для Вас меняется основной заказчик? В том числе по Вашей собственной инициативе?

## **III. Знания респондента о конкурентной политике**

### *3.1. Реформа электроэнергетики.*

Что Вы знаете о реформе электроэнергетики в России? Какие последствия от реформы электроэнергетики Вы ожидаете? Что Вам кажется более вероятным результатом реформы – повышение тарифов или развитие конкуренции?

Интересуетесь ли Вы ходом реформы электроэнергетики? Если интересуетесь, откуда получаете информацию – из официальных сообщений РАО ЕЭС, из сообщений профессиональных экспертов, из газет, из телевизионных или радиопередач?

### *3.2. Предполагаемое принятие закона «О торговле».*

Знакомы ли Вы с тем, что в РФ разработан проект закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» (сокращенно – закон «О торговле»)? Что Вы знаете о содержании проекта закона [по возможности подробно, если респондент может подробно ответить на вопрос]? Согласны ли

Вы с целями принятия закона? Согласны ли Вы с методами, которые предполагает использовать закон? Откуда Вы получили (получаете) информацию о законе – из официальных публикаций, из сообщений профессиональных экспертов, из газет, из телевизионных или радиопередач?

### *3.3. Реформа ЖКХ*

Знакомы ли Вы с принципами реформы ЖКХ? Каких последствий Вы ожидаете от реформы ЖКХ? Ожидаете ли Вы, что в результате реформы ЖКХ произойдет усиление конкуренции? В каком именно сегменте?

Интересуетесь ли Вы ходом реформы ЖКХ? Если интересуетесь, откуда получаете информацию – из официальных сообщений, из сообщений профессиональных экспертов, из газет, из телевизионных или радиопередач?

### *3.4. Значение конкуренции*

Является ли усиление конкуренции ценным для Вас лично (или же конкуренция не очень важна)? На каких рынках конкуренция важна? Почему конкуренция важна? Какие именно выгоды Вы должны получить от развития конкуренции на российских рынках?

Считаете ли Вы, что на защиту от недобросовестной конкуренции государство должно тратить заметные деньги? Были бы Вы лично готовы тратить хоть какие-то ресурсы (деньги или личное время) на поддержку (обеспечение) конкуренции на рынке?

**Для бизнесменов** – Считаете ли вы добросовестную конкуренцию в вашей сфере деятельности положительным или отрицательным фактором [для Вас и Вашего бизнеса лично]?

Ощущаете ли вы недостаток защиты от недобросовестной (не соответствующей нормам и обычаям делового оборота) конкуренции, недобросовестного поведения контрагентов?

Если бы можно было выбирать, какую ситуацию Вы бы выбрали: (а) Высокий уровень защиты от недобросовестного поведения контрагентов и конкурентов при высоком уровне конкуренции в вашей сфере деятельности; (б) Низкий уровень защиты от недобросовестного поведения контрагентов и конкурентов при низком уровне конкуренции в вашей сфере деятельности? [Как вариант «Чтобы была защита от недобросовестной конкуренции, но при этом конкурентов много/ или чтобы не было защиты от недобросовестной конкуренции, но при этом конкуренция не очень острая»]

### *3.5. Субъекты антимонопольной политики*

Известно ли Вам, какой орган отвечает за проведение антимонопольной политики в России? Приходилось ли Вам обращаться в центральный аппарат или территориальное управление этого органа? Если да, то когда, по какому вопросу [по возможности подробно, если у респондента не возникает отторжения этого вопроса]?

**[Примечание для интервьюера: этими вопросами мы не экзаменуем респондента. Если он не знает чего-то – это не страшно. Если у него знания искаженные или неверные – тоже не страшно, наоборот, его представления очень интересны].**

#### **IV. Респондент как покупатель/ клиент**

##### *4.1. Конкуренция на рынке услуг продовольственных товаров*

Меняли ли Вы (Ваша семья) за последние десять лет магазины, где покупаете продовольственные товары повседневного спроса [комментарий – речь идёт об основном магазине]? Сколько раз вы меняли основное место приобретение товаров? Почему? Насколько важны для вас цены приобретаемых товаров в качестве критерия выбора магазина? Безвредность приобретаемых товаров? Качество приобретаемых товаров? Как меняются относительные цены приобретаемых вами продовольственных товаров [в сравнении с другими компонентами потребительской корзины]? Как меняются относительные цены в разных магазинах? Есть ли магазины, предлагающие в Вашем городе, по сравнению с другими, лучшее соотношение цена/качество? Пользуетесь ли вы услугами именно этих магазинов?

##### *4.2. Конкуренция на рынке телекоммуникаций:*

- Дальняя связь. Пользуетесь ли вы специальными тарифами для оплаты телекоммуникационных услуг? (имеется в виду, карточками для междугородных разговоров). Какую часть междугородных/ международных разговоров оплачиваете через конкурирующих с «Ростелеком» операторов (100%-60%-20% – практически не пользуюсь)? Пользуются ли услугами конкурирующих операторов звонящие Вам знакомые и друзья?

- Цифровые телевизионные каналы. Пользуетесь ли Вы услугами цифрового телевидения? Как давно (десять/восемь/шесть и менее лет)? Меняли ли за этот период провайдера телевизионных услуг? Если меняли провайдера, то сколько раз? Если меняли, то по каким соображениям?

▪ Интернет. Как давно пользуетесь Интернет на постоянной основе? (более 10 лет, от восьми до шести, менее шести лет)? За этот период меняли ли провайдера услуг Интернет? Если меняли, то сколько раз? По каким соображениям (цена/качество/дополнительные услуги)?

#### *4.3. Конкуренция на рынке недвижимости:*

▪ Приобретали ли вы в течение последних десяти лет недвижимость? [Если ответ на вопрос отрицательный, переходим к вопросу 4.4]

▪ Если да, то в каком году? В России или за рубежом? Городскую или загородную? Строили дом/дачу своими силами или покупатели готовое жильё? Как выбирали недвижимость? Каковы были критерии выбора? Сколько реальных вариантов рассматривалось? По сравнению с ситуацией десятилетней давности, как изменился доступный для вашей семьи выбор на рынке жилья? Если выбор увеличился, то в силу возросших доходов семьи, или в результате развития рынка недвижимости?

#### *4.4. Конкуренция на рынке легковых автомобилей для личного пользования*

▪ Есть ли в Вашей семье автомобиль? Если да, то один или больше одного (имеется в виду, всего на семью)? Отечественные марки или зарубежные (в то числе произведённые на территории России). С какой периодичностью Вы обновляете свой автомобильный парк (чаще одного раза в 3 года, раз в 3-5 лет, реже, чем раз в 5 лет).

▪ Сколько вариантов автомобилей вы рассматривали, когда в последний раз приобретали автомобиль? Определившись с маркой и комплектацией, сколько вариантов дилерских салонов (продавцов) вы рассматривали?

▪ Какие характеристики дилера для Вас существенны при выборе автосалона? Если не пользуетесь услугами дилеров, то почему (нет салонов дилеров, реализующих машины той марки, которая Вас интересует)?

#### *4.5. Конкуренция на рынке туристических услуг*

▪ Пользуется ли ваша компания (ваша семья) услугами туристических агентств для организации туристических поездок? Преимущественно зарубежных или преимущественно по России? Услугами скольких приблизительно туристических агентств Вы пользовались за последние пять лет (более десяти, от пяти до десяти, менее пяти)? Насколько Вы удовлетворены качеством услуг туристических агентств? Различается ли оценка услуг при поездках по России и за рубежом?

#### *4.6. Конкуренция на рынке банковских услуг*

▪ Пользовались ли Вы в течение последних 8-10 лет услугами банков? Какими именно (депозиты/ кредиты/ хранение ценностей (ячейки)/другие (какие именно?))? По каким критериям вы выбираете банки, услугами которых пользуетесь? Меняли ли Вы банки в течение последних 10 лет? Если да, то сколько раз? Удовлетворены ли Вы доступным набором услуг банков? Соотношением цена/качество?

**[Примечание для интервьюера: ФАКТ приобретения недвижимости, туристических или банковских услуг НЕВАЖЕН В КАЧЕСТВЕ КРИТЕРИЯ ВЫБОРА РЕСПОНДЕНТА. Важно описание процесса выбора (взвешивания вариантов). Поэтому даже если человек не делал крупных покупок, может быть важна информация о том, как он сопоставлял доступные варианты].**

## Записка

Приведенные ниже сюжеты – это вопросы, которые предназначены для интервьюера. В записке должно быть отражено, прежде всего, мнение интервьюера, его впечатление от проведенного интервью, которое очевидно может не совпадать с суждениями и оценками, высказанными самим респондентом.

В тексте записки по возможности должны найти отражение следующие вопросы:

***а) Насколько респондент выиграл от преобразований в течение последних 15 лет?***

По Вашему мнению, принадлежит ли респондент к «старому среднему классу» (возникновения еще до реформ рубежа 1980-90 гг), или его прорыв в состав среднего класса произошел в период реформ? Или же положение респондента целиком сформировалось в пореформенный период? (В оценке молодых респондентов сопоставьте их положение с положением их родителей).

***б) Проявил ли респондент заинтересованность при обсуждении вопросов конкуренции?***

По Вашему мнению, для респондента вопросы конкуренции – важные или второстепенные? Важны или нет для респондента вопросы конкуренции в сфере его профессиональной деятельности? Важны или нет для респондента вопросы конкуренции на рынках товаров и услуг, которыми он пользуется?

***в) К какому типу принадлежит респондент как участник конкуренции на рынке труда и предпринимательских способностей?***

Сложилось ли у интервьюера представление о респонденте как о человеке с активной жизненной позицией (активный

поиск новых сфер бизнеса, новых сфер применения своих способностей, готовность рисковать) или как о человеке, хорошо адаптировавшемся к новым условиям? Источник преимуществ респондента – творчество или хорошее приспособление? Источник благосостояния респондента – использование предпринимательских способностей или высокий профессиональный уровень?

**г) *Активность респондента на рынке товаров***

Какое впечатление сложилось у Вас о потребительском поведении респондента: осуществляет ли он активный поиск лучших товаров (с лучшим соотношением цена/качество), или пассивно пользуется доступными наборами (поскольку это позволяет уровень дохода)?

**д) *Общая оценка интервью (респондента)***

Оцените, пожалуйста, в свете тематики интервью, компетентность респондента, его искренность, готовность обсуждать информацию о своей профессиональной карьере и благосостоянии семьи.

### **Приложение 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ВЫБОРКИ**

Одно из исходных предположений исследования состояло в том, что средний класс характеризуется высокой степенью гетерогенности интересов различных его групп по отношению к конкуренции. Именно поэтому выбор респондентов осуществлялся среди определённых для реализации целей исследования групп, признаки которых соответствуют признакам среднего класса:

- владельцы малых предприятий (бизнесмены);
- менеджеры (среднего и высшего звеньев) средних предприятий;
- чиновники среднего уровня;
- специалисты.

В углублённых интервью участвовало двадцать четыре респондента (19 мужчин и 5 женщин) в возрасте от 25 до 53 лет (см. таблицу 1). Большинство респондентов являются владельцами малых предприятий, управляющими или государственными служащими. Как правило, респонденты соответствуют всем трём базовым критериям выделения среднего класса<sup>20</sup>:

- Социально – профессиональный критерий: участвующие в интервью респонденты в большинстве своём имеют высшее образование, все регулярно заняты нефизическим трудом и имеют управленческие полномочия. При этом пять из двадцати четырёх респондентов имеют образование двух-трёх профилей, что говорит об активной жизненной позиции и вы-

---

<sup>20</sup> Более подробно о поведенческих характеристиках среднего класса см. в работе Т.М. Малевой, Л.Н. Овчаровой (серия публикаций ИНСОП).

соком уровне профессиональной мобильности участников интервью. Это также подтверждается наличием случаев неоднократной смены респондентами сферы деятельности, профессии или компании.

– Материально-имущественный критерий – респонденты имеют движимое (автомобиль) и недвижимое имущество в собственности и соответствующий признакам среднего класса уровень дохода на душу;

– Субъективный критерий среднего класса – респонденты самоидентифицировали себя как представителей среднего класса (за исключением одного респондента). Участвующие в углублённых интервью респонденты достаточно уверенно определяли себя в ту или иную группу среднего класса (низшую, среднюю, высшую), учитывая имущественные (заработная плата, собственность) и неимущественные (образование) характеристики.

В ходе интервью выявилась интересная, но не относящаяся к предмету данной работы взаимосвязь – неблагоприятное семейное положение практически всех респондентов женского пола. Эта взаимосвязь может отражать противопоставление карьеры семейной жизни, а в более широком плане – отсутствие удовлетворительных условий совмещения семейной жизни и карьеры, но может – и сохраняющееся и упрочивающееся в российском менталитете отрицательное отношение к женщинам, занимающим активную жизненную позицию.

Таблица  
Характеристика респондентов, опрошенных в рамках углублённых интервью

Характеристики респондента	Место проживания	Возраст	Пол	Самодентификация	Семейное положение	Образование	Профиль образования	Статус
1	Архангельск	45	м	Средняя часть среднего класса	Женат, четверо детей	Высшее	Техническое; экономическое	Бизнесмен
2	Архангельск	32	ж	Высший средний класс	Помолвлена, ждёт ребёнка	Высшее	Юридическое; экономическое; психология	Бизнесмен
3	Архангельск	35	м	Низший средний класс	Женат, ребёнок	Высшее	Техническое	Генеральный директор завода
4	Великий Новгород	38	м	Отказ от оценки	Женат, двое детей	н.д.	н.д.	Госслужащий
5	Великий Новгород	32	м	Отказ от оценки	Разведён, детей нет	Высшее	н.д.	Госслужащий
6	Великий Новгород	34	м	Не готов отнести себя к среднему классу по имущественному признаку	Женат, двое детей	н.д.	н.д.	Бизнесмен
7	Великий Новгород	30	м	Отказ от оценки	Женат, ребёнок	Высшее	Техническое	Специалист
8	Великий Новгород	32	м	Отказ от оценки	Женат	Высшее	н.д.	Специалист

9	Великий Новгород	26	м	Средний класс	Разведён, ребёнок	н.д.	н.д.	Специалист
10	Петрозаводск	44	м	Нижний средний класс	Разведён, детей нет	Высшее	Гуманитарное	Специалист
11	Петрозаводск	30	м	Средняя часть среднего класса	Женат, ребёнок	Неполное высшее	н.д.	Бизнесмен
12	Ново-двинск	39	м	Нижний средний класс	Разведён, двое детей	Высшее	Гуманитарное	Бизнесмен
13	Санкт-Петербург	44	м	Средняя часть среднего класса	Женат, двое детей	н.д.	н.д.	Бизнесмен
14	Санкт-Петербург	53	м	Выше среднего	Женат, ребёнок	н.д.	н.д.	Бизнесмен
15	Санкт-Петербург	48	м	Средняя часть среднего класса	Женат, ребёнок	Неполное высшее	н.д.	Бизнесмен
16	Санкт-Петербург	37	м	Средний класс	Женат, ребёнок	Высшее	Медицинские	Специалист
17	Санкт-Петербург	31	ж	Нижний средний класс	Не замужем, детей нет	Высшее	Коррекционная педагогика; психология	Специалист
18	Санкт-Петербург	н.д.	м	Отказ от оценки	Женат, трое детей	Высшее	н.д.	Бизнесмен
19	Р. Карелия г. Костомукша	47	ж	Средняя часть среднего класса	Разведёна, ребёнок	Высшее	Педагогическое; гуманитарное; юридическое	Специалист

20	Р. Карелия г. Костомукша	49	ж	Средний класс	Разведёна, ребёнок	Высшее	н.д.	Бизнесмен
21	Ярославль	35	м	Не готов отнести себя к среднему классу	Женат, двое детей	Высшее	Техниче- ское, юри- дическое	Специалист
22	Ярославль	38	ж	Низший средний класс	Не заму- жем, ребё- нок	Высшее	Педагогиче- ское, юри- дическое	Бизнесмен
23	Ярославль	41	м	Низший средний класс	Женат, двое детей	Высшее	Техниче- ское	Работник мунципальных ор-ганов
24	Ярославль	25	м	Низший средний класс	Женат, ребёнок	Высшее	Юриличе- ское	Работник мунципальных ор-ганов

*Для записей*

*Для записей*

*Для записей*

Подписано в печать 23.12.2008 г. Формат 60x90 1/16.  
Бумага офсетная. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 12,5. Заказ 1247. Тираж 1000 экз.

---

Отпечатано ЗАО «Экон-Информ»  
129329, Москва, ул. Ивовая 2. Тел. (499) 180-9305