

О НОВОМ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ РЕМЕСЛЕННОСТВА

Как бы остро ни протекал кризис, рано или поздно найдется фактор, который остановит падение спроса и заставит создавать новые рабочие места. Например, для американской экономики времен Великой депрессии спасением оказалась Вторая мировая война. Сейчас подобным фактором может стать Интернет, а точнее, гигантская армия людей, которые начали его коммерческое освоение.

С точки зрения коммерции у Сети есть много преимуществ. Это и доступ к широчайшей аудитории, и быстрая обратная связь с потребителем, и меньшие издержки во многих сферах деятельности, и альтернативные способы продвижения и поиска источников финансирования, и большое количество новых незаполненных рыночных ниш...

Нью-йоркцу Кейту Абрахамсону понадобилось около 20 тысяч долларов, чтобы в 2006 г. открыть магазин, торгующий цифровыми записями никому, кроме любителей, не известных рок-групп 60-70-х годов. На сегодняшний день Кейт продает песен на две тысячи долларов в неделю. Ценители подобной музыки, пусть их и единицы, найдутся в любой стране мира. Цифровой бутлег гораздо дешевле своего раритетного физического аналога - всего десять долларов, и его не нужно разыскивать на онлайн-барахолках, а потом ждать почтовой доставки.

Успех магазина стал возможен по нескольким причинам. Во-первых, это незанятая рыночная ниша: подобную музыку не найдешь в iTunes. Во-вторых, из низких издержек вытекает низкая цена: Кейту не надо платить за офис, единственный сотрудник компании - это он сам. Он также не платит авансов лейблам - расчет происходит по факту покупки музыки. В-третьих, скачать диск за несколько минут гораздо удобнее, чем торговаться на eBay за его физический аналог, а потом ждать доставки. И, в-четвертых, несмотря на то, что ниша для такого продукта очень узкая, зона охвата - весь земной шар.

Еще один любопытный пример Интернет-торговли - ресурс etsy.com. По сути дела, это базар, где каждый современный "ремесленник" за 20 центов и комиссию в 3,5% от суммы сделки может четыре месяца продавать свой товар (в основном бижутерию, одежду и предметы интерьера) всему миру. Сравните это с любым местным рынком, его аудиторией и неподъем-

ными ценами за торговое место.

Упомянув об etsy, нельзя не сказать и об экспериментальном проекте Дэвида Кона, репортера из Нью-Йорка, намеревающегося открыть сайт, где пользователи сами смогут оплатить написание репортажа на заинтересовавшую их тему. Журналисту достаточно выложить "болванку" репортажа, и, если она кому-то понравится, дальнейшая работа будет оплачена. Подобная модель финансирования может быть применена практически к любой деятельности - съемкам кино, покраске забора, разработке ОС... Вопрос лишь в аудитории площадки. Если это целевая аудитория (желательно многочисленная) и проект ее действительно интересует - сложностей с финансированием не будет, как убедились создатели Википедии, собравшие на поддержку проекта три миллиона долларов. При высоких процентах по кредитам подобная модель финансирования становится все более актуальной.

На примере etsy и проекта Кона можно видеть, как Интернет убирает барьеры между поставщиком и потребителем услуг. Дистрибьютор, распространяющий товар/услугу и оставляющий за собой право выбирать, какой товар поставить на полку, уже не так необходим. В перспективе потребитель сможет не только выбирать товары, но и заказать их разработку.

Весьма вероятно, что кризис станет катализатором глубоких изменений в современной экономике. Двадцатый век прошел под флагом массового производства. Ремесленничество как способ заработка стало экзотикой, его вытеснил конвейер. Огромные объемы изготовленной на конвейере продукции можно было распространять только через сеть магазинов. Большинство производителей массового продукта не могли позволить себе собственную сеть распространения, да и не всегда она была нужна - порой было выгоднее пользоваться уже существующими торговыми точками.

Кроме того, массовое производство нуждалось и в массовом потреблении, в результате чего была создана целая культура, подхлестывающая рост потребностей. Вероятно, в ближайшее время ремесленничество возродится в новой форме, так как дальнейшее существование культуры массового потребления и гигантских корпораций, ее олицетворяющих, находится под большим вопросом. Развитые страны больше не могут позволить себе и дальше жить не по средствам, а развивающиеся пока не способны обеспечить достаточный уровень внутреннего потребления. Возможно, нас ожидает эпоха аскетичного потребления. И в этом случае будет трудно продать какой-либо товар, кроме того, который потребителю действительно нужен. Не исключено, что в дальнейшем заметная часть экономической жизни пере-

местится на сайты, сочетающие в себе черты etsy.com и проекта Дэвида Кона: в одной части можно будет купить предложенные продукты и услуги, в другой – заказать их самому.

Конечно, считать Интернет панацеей от кризиса наивно, однако он способен помочь людям легче пережить необратимые изменения в укладе экономической жизни. Никуда не денутся заводы и не остановятся конвейеры. Но малый и средний бизнес станет играть гораздо более заметную роль, чем сейчас, отобрав долю рынка у ригидных нединамичных гигантов, привыкших жить в долг с расчетом на будущие баснословные прибыли.

О. А. Смирнова
г. Оренбург

ПРОБЛЕМА ПОНИМАНИЯ ФЕНОМЕНА ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО ЧЕЛОВЕКА В СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ТРАДИЦИИ

Любая нация, являясь целостной самовоспроизводящейся системой, характеризуется разнообразными видами социальных взаимодействий, среди которых особо выделяется хозяйственная практика, нацеленная на создание необходимых средств жизнеобеспечения этноса. Несмотря на то, что стремления к освоению окружающей среды и удовлетворению витальных потребностей по существу одинаковые у всех этнических групп, каждая их реализует по-своему. Эти своеобразия, проявляясь в определенных формах на всем протяжении истории конкретного народа, составляют традиционные элементы его хозяйственной культуры. Их выявление и изучение стало сегодня одним из актуальных направлений научных исследований.

В ходе этих разработок подчеркивается, что этнический тип хозяйственной культуры складывается под влиянием целой суммы факторов, в ряду которых природно-климатические, географические, исторические, социальные, религиозные. Под их воздействием формируется особый психологический склад у представителей каждого социума, который, накладывая отпечаток на все формы практической деятельности, в частности, и хозяйствование, определяет характер потребностей и представления о допустимых формах и способах их удовлетворения.

На базе этого исследовательского поиска последнее десятилетие отмечено процессом становления этноэкономики – нового исследовательского направления, ориентированного на изучение национальных хозяйственных культур. В центре этноэкономических исследований