

Робърт Б. Рийч

Трудът на нациите

КАК
ДА СЕ ПОДГОТВИМ
ЗА КАПИТАЛИЗМА
НА ХХІ ВЕК

Робърт Б.Рийч

Трудът на нациите

КАК ДА СЕ ПОДГОТВИМ
ЗА КАПИТАЛИЗМА
НА ХХІ ВЕК



„Всеки стопански ръководител, държавен чиновник и заинтересован гражданин, който се чуди как ще се състезаваме в бързо променящата се глобална икономика, трябва да прочете тази увлекателна и удивителна книга”.

*Джеймс Р. Джоунс,
председател и ръководен служител на Американската фондова борса*

„Изненадваща, предизвикателна, зашеметяваща оценка за това как Америка може да си възвърне моралната опора. *Трудът на нациите* е голям принос за ново вдъхновение и оживление на Америка”.

*Розабет Мос Кентър,
Професор в Харвардската бизнес школа
и главен редактор на Харвард Бизнес Ривю*

„Изненадващо и ярко изследване на прехода от икономика, основана на националните корпорации към икономика, състояща се от, по думите на Рийч, „глобални мрежи”. Книгата ме вдъхнови, но и разтревожи.”

Ървинг Хоу

„Трудът на нациите е добре дошла. Тя обяснява смисъла на катаклизмите, които засягат всички ни, и дава ориентири в неизбродения океан на новата глобална икономика. Задължително четиво при подготовката за двадесет и първи век.”

*Пат Шрьодър,
член на Камарата на представителите на САЩ*

„Пълна с чудесни идеи и оста като кама.”

Джордж Гилдър

„Рийч отменя границите на нашето разбиране за глобалната икономика по-далеч от всеки друг. Никой не може да прочете тази книга, без да бъде дълбоко повлиян. Впоследствие никой няма да бъде същият.”

*Сър Чарлз Вилиърс,
доскорошен председател на Бритиш Стийл*

„Едно е да си плодит автор, друго: да бъдеш винаги провокативен и безгрешен. Боб Рийч е и двете едновременно.”

*Джон Кенет Голбрайт,
Харвардски университет*

„Робърт Рийч се утвърждава като нашия най-изявен и провокативен анализатор на американската бъдеща роля в глобалната икономика.”

*Джон Незбит,
писател, Мегатрендс*

„С голямо проникновение, Робърт Б. Рийч ни представя вече произтичащите промени, изцяло преобразили и направили днешния свят коренно различен от света преди няколко години. Всеки ръководител - в промишлеността, образованието и държавната администрация - трябва да прочете *Трудът на нациите* и да вземе присърце нейното послание.”

У. Едуардс Диминг

„*Трудът на нациите* предоставя непосредствен важен урок на политиците и на всеки американец, загрижен за това какъв свят ще оставим на нашите деца.”

Джордж Мичел, сенатор

ТРУДЪТ НА НАЦИИТЕ

Робърт Б.Рийч

Трудът на нациите

КАК
ДА СЕ ПОДГОТВИМ
ЗА КАПИТАЛИЗМА
НА XXV ВЕК

Превел от английски
ВЛАДИМИР АТАНАСОВ

УНИВЕРСИТЕТСКО ИЗДАТЕЛСТВО
„СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”
СОФИЯ, 1992г.

© Robert B. Reich, 1991

All rights reserved

© Владимир Атанасов, перевод

с/о Jusautor, Sofia, 1991

ТРУДЪТ НА НАЦИИТЕ

В памет на Френсис Фреимън

Понятието патриотизъм е лесно за разбиране... Означава да се грижиш за себе си чрез грижа за своята Родина.

КАЛВИН КУЛИДЖ

Съдържание

<i>Благодарности</i>	10
Въведение: Националната идея	11
 <i>Част първа: Икономическа нация</i>	
1. Източници на икономически национализъм	20
2. Икономически национализъм и масово производство	33
3. Корпорация и национален интерес	42
4. Закрилник на нацията	51
5. Националната сделка	66
6. Предполагам проблем	77
 <i>Част втора: Глобална мрежа</i>	
7. От голям обем, към висока добавена стойност	88
8. Нова инициативна мрежа	94
9. Дифузия на собственост и управление	105
10. Глобална мрежа	117
13. Краят на националния закрилник	126
14. Националността на корпорацията губи значение	142
15. Рискове на рудиментарното мислене	160
 <i>Част трета: Възход на символния аналитик</i>	
14. Трите професии на бъдещето	177
15. Отстъпление за символния анализ и пазарните стимули	191
16. Американските доходи	203
17. Защо богатите стават по-богати, а бедните – по-бедни	214
18. Образование на символния аналитик (I)	230
19. Образование на символния аналитик (II)	239

Част четвърта: Роля на нацията

20. Нова постановка на проблема.	248
21. Спад в държавните инвестиции.	257
22. Полза от рудиментарното мислене.	266
23. Новата общност.	272
24. Политически ходове на разцеплението.	285
25. Кой сме „ние“?.	303

<i>Бележки към допълнителните източници</i>	<i>317</i>
--	------------

<i>Указател.....</i>	<i>322</i>
----------------------	------------

Благодарности

Настоящата книга е продукт на няколко години изследвания, интервюта и обсъждания с множество хора, чиито идеи присъстват на почти всяка страница. Изказ на основателни благодарности би предполагал твърде много място в настоящата книга. Част от тях заемат отговорни постове в бизнеса и управлението у нас и в чужбина. В края на книгата изброявам постове им, но в текста обичайно се въздържам да ги назовавам по име. Други са учени и академични преподаватели, по-склонни да получат дължимото, заслужено от тях. Джек Донахю, Дейвид Елууд, Бил Хоган, Лорънс Кац, Франк Леви, Джон Майер, Дейвид Рийсман, Дани Родрик, Робърт Солоу, Лора ди Андреа-Тайсън, Реймънд Върнън и Шърли Уилямс направиха полезни коментари по първите чернови. Благодарен съм и на няколко старателни студенти – Пол Емиър, Керън Корнблъ, Том Пендри и Ким Уолш упорито преодоляваха всякакви трудности при издирване на несигурни данни от източници под въпрос. Джон Хайлмен изчисти стила и идеите ми така тактично, че ми спести равностойна колко неясни и мъгляви в началото са били те. Група приятели подложиха началните ръкописи на напълно открита критика от типа, допустим единствено между близки хора. Джеймс Дилон, Дъг Дуоркин, Джон Айзъксън, Марк Лакриц, Бонет Маркс, Дороти Рабин и Ерик Тарлоф изиграха обичайната си роля. Робърт Райт и Мартин Перец от *Ню Рипъблик*, Алан Уебър от *Харвард Бизнес Ривю*, и Джек Бийти и Бил Иутуърт от *Атлантик* заедно ме окуражиха да развия по-ранните версии на някои от идеите, представени тук. Кейти Макдермот, Маргарет Брук, Скот Саймънфелд и Алисън Томсън предоставиха толкова необходимата техническа помощ, Джеф Фокс и Институтът по икономическа политика – така нужната финансова подкрепа, а Ръфи Сагалин и Бил Лей – изключително полезни съвети. През цялото време Клер Долтън търпеше натрапчивите ми състояния на творчески унес и ме уверяваше, че нещата ще се нормализират. Не на последно място – задължен съм, както и преди, на Джонатан Сигъл, мой приятел и издател, за неговите подкрепа, мъдрост и любезно отношение.

Робърт Б. Рийч
Кембридж, Масачузетс
Ноември 1990

Въведение

Националната идея

Изживяваме преобразования, които ще прекроят политиката и икономиката на идния век. Няма да има никакви *национални* продукти или технологии, национални корпорации и индустрии. Не ще съществуват национални икономики, поне не в смисъла, който текущо влагаме във въпросното понятие. Всичко, което ще остане обособено в рамките на националните граници са хората, формиращи дадена нация. Основен актив на всяка държава ще бъдат уменията и идеите на нейните граждани. Главна политическа задача на всяка нация ще бъде справяне с центробежните сили на глобалната икономика, които разкъсват връзките, държащи гражданите заедно като влагат все повече обществен ресурс в квалифицирани и творчески активни членове, обричайки тези с по-малко умения на нисък жизнен стандарт. С отмиране ролята на държавните граници в стопанско измерение, гражданите с най-добре изявени възможности за реализация на международния пазар биват изкушени да отхвърлят сантименти от типа на национален дълг и социална ангажираност към нискоквалифицираните си събратя. В книгата разискваме подобни икономически трансформации и явното политическо предизвикателство, което те пораждат.

2

Поразително често чуваме понятията брутен национален продукт, национален търговски баланс, национални темпове на икономически растеж, национална норма на натрупване, национално ниво на безработицата, национална производителност, стойност на националните активи, рентабилност на националните корпорации. Политиците на власт с гордост цитират дадени цифри, опонентите им сочат други (понякога: същите) с тревога. Това е придобило мащабите на национален спорт. Всеки нов набор числа поражда безчет догадки: По-добре ли сме, или по-зле? Изпреварва ли ни друга нация? Дърпаме ли в надпреварата? Какво вещаят прогнозите за нашето икономическо бъдеще? Безчет коментатори (за [Talking Heads](#) вж. и [тук](#)) - включително и аз - се появяват по телевизията и тържествено произнасят неизменните отговори.

Оптимистите подхождат с жар: Вижте броя новоразкрити работни места! Възхитете се на всички тези малки предприемачески фирми!

Чудете се на нови екзотични патенти, от типа на моноклонални антители и цифрова оптика! Гордейте се с всички чуждестранен капитал, привлечен в страната от тези нововъведения! Икономиката расте бързо, както никога досега! Песимистите хранят резерви: Отчетете спада в производството. Оплаквайте търговския дефицит и колосалния дълг към останалия свят. Притеснявайте се, че толкова активи са продадени на чужденци. Икономиката край нас се срутва.

Кой е прав? По-добре ли или по-зле ставаме? Накъде сме се запътили? Зависи кого визираме с местоимението „ние”.

В основите на цялата наша дискусия лежи предположението, че всички граждани са в един и същ голям кораб, наречен „национална икономика”. Разбира се, в него има различни равнища на доходи (някои граждани се радват на просторни персонални каюти, докато други се тъпчат в трета класа). Все пак, всички се издигаме и спускаме, и напредваме заедно. Най-бедни, най-богати и всички помежду им се ползват от богатата на национална икономика при подем, и всички теглим последствията в условия на депресия.

В Съединените щати е прието, че националният икономически кораб е ръководен от тесен кръг американци: Президент, Председател на Съвета за Федералния резерв, няколко хиляди директори на водещи американски корпорации, профсъюзни лидери, със строени край тях директорите на по-малки американски компании, инвеститори, рискови капиталисти, и широк кръг учени, изобретатели и предприемачи. Американците се уповават на тези „лоцмани”. Колективните им ум, предвидливост и амбиция предопределят на национален просперитет ли сме обречени или на стагнация. Останалите американци, разбира се, следва също да изпълняват стриктно своите роли. Всички трябва да работят усърдно, да спестяват подобаващо, и да възпитават у децата си същите тези навици на прилежание и икономии.


Въпросната метафора лесно се асоциира и с други кораби, един от които носи име Японска икономика, друг: Германска, трети: Южнокорейска и т.н., предвид съвкупността от нации на земното кълбо; всички заедно формират голяма флотилия национални икономики, съвместно плаващи в общо широко море. Скоростта и безопасността на даден кораб зависят донякъде от скоростта и сигурността на останалите (необходима е известна стиковка – в противен случай се очертават произшествия или засядане в едни и същи плитчини; несъмнена е изгодата да разменим с други или да им продадем част от нашите стоки); всеки кораб обаче открито се надпреварва с участници в обща световна регата с награда икономическо

превъзходство. Корабите-лидери в даден исторически момент е възможно да изостанат по друго време, поради което не трябва да губим бдителност.

Подобна картина, или близка до нея, характеризираше начина, по който американците и повечето други народи по света бяха свикнали да гледат на съвместното икономическо съществуване. На обществения интерес се гледа като на национален икономически растеж, а на общото благо – като на възходяща национална икономика. Всички сме свързани помежду си – ако не вследствие заплахата от чуждестранен хищник, то поне от обща икономическа участ. Всеки се уповава на националната икономическа мощ, която на свой ред зависи от това доколко ефективно нацията разгръща и мобилизира своите ресурси.

Яснотата и уталожената разбираемост на подобна доктрина са единствените ѝ достойнства. Проблемът с въпросната картина е, че тя няма нищо общо с реалността.

3

Лишени от своята памет, според [Сантаяна](#) () биваме обречени да повтаряме грешки от миналото. Прекаленото осланяне на спомени, обаче, може да бъде не по-малко пагубно. Съсредоточаване върху вече отминали събития може да ни лиши от способността да възприемем реалната същина на нещата и това да ни попречи да доловим промяната. В икономическата и социална организация сме особено предразположени към рудиментарно мислене. Рядко попадаме в ситуации да възприемем обществото в неговата цялост и обичайно разчитаме на отминали представи. Част от тези картини са учудващо дълговечни – особено най-приятните за гледане. Един отживял времето си образ обаче може да доведе до опасни заблуди.

Такава е ситуацията с картината на националния икономически кораб, на който всички дружно плаваме. Представата някога е била точен израз на действителността, но нещата днес са по-различни. Нейната устойчивост ни води до погрешни диагнози на икономически и социални проблеми и ни среща с нови изпитания. Измества акцента в дискусиите относно националната цел. Икономическите песимисти са заблудено не по-малко от оптимистите. И едните, и другите, изхождат от погрешни допускания.

Не липсваха предупреждения, че действителността е вече друга. Редица прояви на новата реалност са отчетливо изяви в Съединените щати и редица други страни. Всеобщо известно е например, че големите корпорации не са толкова рентабилни, както преди двадесет и пет години.

От рекордните 10 процента през 1965 г., средната нетна норма на печалба (след приспадане на данъците) на най-големите американски нефинансови корпорации спадна през 70-те, подскочи слабо между 1982 и 1985 г., и после отново се устреми към дъното. След корекция съобразно инфлацията, най-високият на Дау Джонс за възхода през 80-те, достигнат през август 1987 г., се оказа под пика от януари 1966. При това, 500-те най-големи американски индустриални компании не можаха да разкрият нито едно работно място в Америка между 1975 и 1990 г., а дялът им в нематериалната работна сила спадна от 17 на сто, до под 10 на сто за същия период.

Масата организирани работници се сви до малка част от съвкупния човешки капитал. През 1960 г., 35 процента от всички неаграрни работници в Америка членуваха в профсъюз. Към 1990 г., дялът им спадна до 17 процента. Ако изключим държавно наетите, организираната в профсъюз част от работната сила е слабо над 13 процента – по-малко, отколкото в началото на 30-те, когато законът Уотъргейт регламентира официално правото на профсъюзно представителство.

Наясно сме с факта, че чужденци придобиват все по-голям дял от съвкупната работна сила на Америка. Още през 1977 г., не повече от 3,5 процента от капацитета на трудоспособното население на Съедините щати (в стойностно изражение) бяха притежавани от неамериканци. Към 1990 чужденците упражняваха ефективен контрол над почти 11 процента от американското производство и даваха работа на повече от 10 процента от американските индустриални работници. Междувременно, американските корпорации инвестират капитали зад граница с бясна скорост. В периода 1980 – 1990 г., американските компании увеличават задграничните си разходи за нови фабрики, оборудване, изследвания и развитие с повишени темпове, отколкото инвестициите в Съединените щати.

Пари, технология, информация и стоки текат през националните граници с безпрецедентни скорост и лекота. Цената за пренос на вещи и трансфер на идеи спада. Ограниченията върху капитала в повечето индустриализирани страни се премахват, търговските бариери отпадат. Дори неща, които правителствата биха искали да не влизат (наркотици, нелегални имигранти) или излизат (секретни оръжия) си проправят път, въпреки всичко.

В същото време наблюдаваме растяща разлика между възнаграждението на директорите на корпорации и работници под тяхна опека. През 1960 г. главният директор на една от 100-те най-големи американски нефинансови корпорации печелеше средно 190 000 долара или около 40 пъти средната заплата на един работник в неговата фабрика. След облагане

с данъци, главният директор получаваше само 12 пъти заплатата на фабричен работник. Към края на 80-те, обаче, главният директор печелеше средно над 2 милиона долара – 93 пъти заплатата на среден работник в неговата (рядко – нейната) фабрика. След облагане, възнаграждението на главния директор бе около 70 пъти по-голямо от това на типичен фабричен работник.

Тази разлика бе съпътствана от растящо неравенство в доходите на американците въобще. Между 1977 и 1990 г. средните необложени доходи на най-бедната 1/5 от американците спаднаха с около 5 процента, докато през същото време най-богатата 1/5 стана с около 9 процента по-заможна преди издължаване към фиска. Неравенството в доходите се задълбочаваше най-бързо между хората, завършили университетски колеж, и отпаднали от образователната система. Споменатата тенденция не е характерна само за Съединените щати; в много други напреднали индустриални страни се наблюдава сходно разслоение.

Различията в доходите са свързани с мястото, което хората избират за живеене. Чак до края на 70-те, средните доходи на жителите в различни градове и щати бавно догонваха неотклонното навлизане на промишлеността в по-слабо развитите райони на САЩ. Оттогава обаче тенденцията е в обратна посока. Относително заможните градове и щати станаха още по-заможни, а по-бедните неизменно обедняваха в сравнение с тях. Подобно разширяващо се регионално неравенство се наблюдава в множество други страни – между [Токио](#) и периферните префектури, между Южна Англия и Мидленд, между богатия италиански Север и изоставащия Юг.

Всички такива признаци на промяна имат единна основополагаща причина, която ще разискваме на последващите страници. Американците вече не обитават общ икономически кораб (нито пък, в това отношение, са в един кораб с гражданите на други държави). Предишният образ обаче е все още фиксиран устойчиво в нашето съзнание. Старата картина вдъхва уют, алюзия за национална солидарност и общи цели. Когато сме обединени всички заедно, при нужда можем да разчитаме един на друг.

4

Целта на настоящата книга е да очертае нов профил, по-добре отразяващ реалностите на възникващата глобална икономика и обществата, формирани впоследствие. След като почти всеки производствен фактор – пари, технологии, фабрики и оборудване – се премества без усилие зад граница, самата идея за Американска икономика става безпредметна, както и понятията американска корпорация, американски капитал, американски продукт, и американско ноу-хау. Подобна трансформация засяга

всички други нации – някои по-бързо и по-дълбоко от други – вижте Европа, устремена към икономически съюз.

Така, че кои сме „ние”? Отговорът се крие в единствения относително неподвижен в глобален план сегмент на националната икономика: американската работна сила, американският народ. Същинското икономическо предизвикателство пред Съединените щати в предстоящите години, - стоящо и пред всяка друга нация, - е да увеличи пределната стойност на онава, с което гражданите ѝ могат да допринесат в глобалната икономика посредством надграждане на своите умения и способности, и чрез подобряване на средствата, опосредстващи тези им знания и умения в рамките на световния пазар.

Не става дума за предизвикателството на „националната конкурентоспособност”, което обичайно бива коментирано. Липсва причина Съединените щати или представители на друга страна да защитават, субсидират, или другояче подпомагат своите корпорации за сметка на всички други, по нечии оценки. Няма основания за снижаване на обществените разходи и намаляване на данъците с цел да се предоставят на гражданите в страната повече средства за инвестиции – модерен довод за тези, които обичайно хранят почти суеверен пиетет към свободните пазари. Нито печалбите на националните корпорации, нито успехът на родните инвеститори неизменно подобряват стандарта на живот за болшинството граждани на ниво държава. Обхождайки целия свят в търсене на изгодни възможности, корпорациите и инвеститорите вече не са свързани с родните си нации.

Традиционни понятия в икономиката – брутен национален продукт, национален икономически растеж, конкурентоспособност на нацията, както и предсказуемият интервал на прогнозите относно бъдещето на икономиката – се разминават с желаното. Възгледите на оптимиста са достоверни – но само за малка част от американските работници, които стават все по-ценни в глобален мащаб. Доколкото тези американци във всяко отношение са също толкова творчески активни, както и техните най-талантливи японски и европейски колеги и успешно продават своите идеи по цял свят, притесненията за „японско предизвикателство” или „европейски възход” са неоснователни. Прогнозата на песимиста, от друга страна, е в сила за болшинството останали американци, но тя пропуска процъфтяващото малцинство, съставляващо един от големите успехи на съвременната икономическа реалност.

Главният въпрос касае бъдещето на американското общество – нещо по-различно от американската икономика – и съдбата на мнозинството американци, губещи глобалната надпревара. Крайният резултат ще зависи

главно от това доколко у американската общественост е останала достатъчно доблест да изиска принос от страна на всеки – особено от най-привилегированите и преуспели измежду нас – за да помогне на мнозинството да върне изгубената почва под краката си и пълноценно да участва в новата глобална икономика. Пред същия въпрос за отговорност се изправя всяка нация, чиито икономически граници все повече се размиват.

Казусът не касае единствено националната сигурност. Модерните технологии разпростряха глобалната си мощ. Дори относително бедни нации вече могат да финансират оръжия със страшна поразяваща мощ. Всичко е въпрос по-скоро на национални приоритети. Едно общество ли сме още, при все вече представители на различни икономики? Свързва ли ни нещо повече от brutния национален продукт? Или идеята за нация-държава като сбор от хора, споделящи известна отговорност за общото благосъстояние, е вече архаична отживелица?

Част първа

Икономическа нация



Източници на икономически национализъм

В едно цивилизовано общество всички сме зависими един от друг.


САМЮЪЛ ДЖОНСЪН ()

Из Животът на Самюъл Джонсън от Бозуел (1791)


Познатата картина на националната икономика, чиито членове процъфтяват или се провалят съвместно, навярно би изглеждала революционна на човек от седемнадесети век – особено в Европа, където идеята за нация-държава се заражда. Преди осемнадесети век малцина крале, държавници или политически философи са разглеждали държавата като отговорна по някакъв начин за или неразривно свързана с икономическото добруване на нейните поданици. Националното богатство било асоциирано единствено с имущественото състояние на суверена – крале, кралици и васали – които измисляли, финансирали и провеждали различни планове за изземване на чужди средства – с цел водене на войни и издигане на неговите мощ и престиж, а не благосъстоянието на редови представители на нацията. Патриотизмът е предполагал вяност към монарха, а не лоялност към съгражданите.

През седемнадесети век Колбер () – министър на Луи XIV () – прилага методи за стимулиране на френската икономика, на практика равностойни с тези, които съвременните японски, корейски, тайвански, западногермански и френски ръководители, и всеки уважаващ себе си губернатор на американски щат, опитват да прокарат. Финансира строителство на пътища и канали, предоставя субсидии и данъчни облекчения на най-приоритетните френски производители (на коприна, ръчно тъкани материи, стъклени изделия, вълнени платове), основава търговска компа-

ния, която да превозва френската продукция по всички краища на света, учредява мерна система с оглед стандартизирани параметри и постоянно качество, които да стимулират изкупуване на френските стоки зад граница; като цяло поощрява износа и опитва да ограничава вноса. За разлика от модерните негови наследници, обаче, мотивът на Колбер не бил подобряване жизнения стандарт на редовия френски гражданин. Конструира своите схеми с цел да натрупа сребро, с което Луи XIV да може да финансира войни, поддържайки голяма постоянна армия. Логиката на Колбер била очевидна: „Всеки би се съгласил, че мощта и величието на Държавата се съизмерват еднозначно с количеството сребро, което тя притежава”¹. В тази меркантилистка игра напредъкът на един суверен е бил по необходимост за сметка на друг, доколкото целта на упражнението е била да се придобие повече власт от потенциалния конкурент. „Ясно е, че една

стана може да спечели, само ако другата загуби”, отбелязва Волтер² ().

Меркантилизмът вече е бил водещ принцип на националната икономическа доктрина в продължение на триста години. Още в 1462 г. Луи XI, крал на Франция, е ограничавал износа за Рим „на злато, сребро, в монети или друг вид, което може да бъде добито, донесено и превозено от това наше кралство”³. Векове наред развитието на производството е било разг-

леждано (съгл. езика на едикта, издаден от Анри IV  преди 1603 г.) „като единствения начин да се спре изнасянето на злато и сребро от нашето Кралство за обогатяване на нашите съседи”⁴. Произвеждайки каквото ви трябва в къщи, можете да задържате ценните метали в държавата; изнасяйки произведените стоки, сте в състояние да натрупате още повече ценни метали.

Според същата меркантилистка логика, американските колонии на Англия, като колонии на всички велики държави, са съществували за обогатяване на суверена. Трябвало е да осигуряват евтини суровини, след което да купуват крайните продукти от страната-майка. В никакъв случай колонии не е трябвало да произвеждат собствени стоки или да ги набавят от трети страни. (При „анулирането” на закона за субсидиране произ-

¹ Цит. по Ch. W. Cole, Colbert and a Century of French Mercantilism (New York: World, 1939), Vol. 1, p. 337.

² Цит. по F. Braudel, Civilization and Capitalism, 15th-18th Centuries. Vol. 2: *The Wheels of Commerce* (New York: Harper & Row, 1984), p. 205.

³ Цит. по René Gandithon, Politique Economique de Louis XI (Paris, 1941), pp. 416 – 17, цитирано в Braudel, op. cit.


⁴ От Isambert, Recueil Générale des Anciennes Louis Françaises (Paris, 1829), p. 283, цитирани в Braudel, op. cit.

водството на обувки в Пенсилвания, на закон за поощряване изработката на корабни платна в [Ню Йорк](#) и на закон за подкрепа производството на ленен плат в [Масачузетс](#), английските попечители на колониите са отбелязали без излишни обяснения, че „прокарването на закона в плантациите за поощряване на производства, които по някакъв начин засягат производството в това Кралство, винаги е било смятано за неправилно, и всякога е било забранявано”⁵). Англия декретира също, в Закон за Корабоплаването, че само английски съдове могат да пренасят товари в едната и другата посока през Атлантическия океан.


Разбира се, и по ред други причини американските колонии са търсили независимост от Англия, но ако биха имали възможност да развият собствени икономики без пречки, налагани от английските меркантилистки възжеления, разривът би се разrazil значително по-късно и, може би, по-миролюбиво.

2

Преходът от меркантилизъм към популярния икономически национализъм протича успоредно с политическия преход от абсолютизъм към демокрация – преход, продължил с известни прекъсвания от осемнадесети до двадесети век и който, както би отбелязал съвременен наблюдател


на Латинска Америка, Източна Европа и [Съветския съюз](#) () , е още в ход. С разпространение на демократичните идеи и институции, върховната икономическа и политическа цел се променя: от увеличаване властта на суверена, към подобряване благосъстоянието на нацията. В много западноевропейски и английски колонии подтикът за промени първоначално произтече от въздигащата се стопанска прослойка на търговци и банкери, стремящи се да гарантират своята собственост, да търгуват свободно и да сложат край на аристократичните привилегии. В голяма част от Централна и Източна Европа, икономическият национализъм е рожба на усилията да бъдат отстранени или отхвърлени външни потисници.

Еволюцията протече най-рано в Англия, където съвременните демократични институции най-напред пуснаха корени. Към осемнадесети век Камарата на Общините вече прерастваше в това, което политическият


философ Едмънд Бърк () щеше да нарече „съвещателно събрание”,

⁵ Цит. в L. Hacker, *American capitalism: Its Promise and Accomplishment* (New York: Van Nostrand, 1957), p. 23.

направлявано от „общия разум на цялото“⁶. За Бърк и растящ брой негови съотечественици, нацията представляваше своеобразен договор – форма на „партньорство не само между живеещите понастоящем, но и между живеещите сега и тези, които предстои да се родят“⁷. Това партньорство е морално – гражданите имат задължения един към друг. Демократичните институции осигуряват средства едновременно за вменяване и изпълне-

ние на тези им задължение. Джон Стюарт Мил () - английски философ – твърди, че демокрацията формира морални взаимоотношения „чрез най-голямата възможна публичност и дебати, с които не само няколко обществени фигури една след друга, а цялата общественост става, до известна степен, участник в управлението“⁸. Демократичните институции, с две думи, са вече добри граждани.

През осемнадесети век, в Англия и на континента, думата „патриот“ се разгласява все по-често. Патриот вече е „този, който в условия на свободно управление се грижи за своето отечество... и по-конкретно: за всеобщо добруване“⁹. Английският философ (и провалил се държавник) Бо-

лингброк () оповестява промяната в своето съчинение от 1730 г. „Духът на патриотизма“, в което отбелязва, че всеки гражданин –истински патриот, би „насочил всички свои мисли и действия за доброто на своята страна“, тоест „за доброто на народа“, което той счита за „крайна и същинска цел на управлението“¹⁰.

Демократичният патриотизъм се оказва много по-могъща сила, отколкото бе верността към суверена. Да жертваш живота и собствеността си за монарха, тънещ в разкош в далечен замък, изглеждаше недотам разумно и далеч по-малко вдъхновяващо, отколкото да се жертваш за своята *нация*.

⁶ Edmund Burke, *Reflections on the Revolution in France* (1790; New York: Penguin, 1968), Vol. 2, p. 221.

⁷ Ibid., p. 321.

⁸ J. S. Mill, "Representative Government", в *Utilitarianism, on Liberty, and Representative Government* (London: Everyman's Library, 1910), p. 243.


⁹ F. Brunot, *Histoire de la Langue Française des Origines à 1909* (Paris : Renard, 1935), Vol. 6, Pt. 1, p. 135, цитирано в B. Shafer, *Nationalism : Myth and Reality* (New Your : Harcourt, Brace & World, 1955).


¹⁰ *Bolingbroke's Works* (London: T. Davies, ed., 1775), Vol. 1. Националистичните вълнения, обаче, не бяха вдъхновение за всички интелектуалци на осемнадесети век. Точно както растеше идеята за нацията, тъй растеше идеята че хората дължат по-голяма преданост на цялото човечество. Томас Джеферсън и Бенджамин Франклин смятаха себе си за граждани на света; така смятаха Гьоте, Шилер и Кант в Германия, Волтер, Дидро и Хелвеций във Франция, Голдсмит и Хюм в Британия. Техен фокус бяха универсалните права и задължения на човека.



Новите чувства намериха израз в националните химни, флагове, паради и празници. „Владей, Британия” (Rule Britannia) се появи през 1740 г. със своите вдъхновяващи стихове:




*The nations not so blessed as thee
Must in their turn to tyrants fall
Whilst thou shalt flourish great and free
The dread and envy of them all*¹¹

Монарсите станаха символ на нациите, а не обратното. „Боже, Царя

ни пази!”, изпят за пръв път в лондонския театър Друри Лейн () през 1745 г., имаше по-малко общо с любовта към краля, отколкото с лю-

бовта към Родината. Йозеф Хайдн () бил така впечатлен от емоционалното въздействие на песента върху англичаните (при които емоционалните ефекти поначало са доста редки), че се върнал в Германия да напише музиката на това, което се превърнало в „Дойчланд, Дойчланд юбер алес”. Такива химни и техните композитори придобиват митична слава. Френските деца превъзнасяха повратния момент през 1792 г., когато Роже


дьо Лил () написва Марсилезата; американските малчугани – как Франсис Скот Кий написва „Знамето, обсипано със звезди”¹² () през 1814 г.. Националните флагове породиха своеобразни собствени ми-


тологии – Юниън Джек (), Триколюрът (), Бетси Рос () и първият американски флаг. Националните законови кодекси и конституции се превърнаха в свещени документи, подобно на Мойсеевите скрижали.


Френската революция и последвалите Наполеоновы войни пробудиха нов национален идеал. У народите на Централна и Източна Европа се зароди интерес към собствените култури – отчасти в отговор на политическото господство на Австрия и Турция, както и вследствие културната до-


¹¹ Народите не тъй благословени като теб
На свой ред под тираните ще паднат
Докато ти цъфтиш велика и свободна
За страх и завист на околните нации.

¹² “Star Spangled Banner” (бел. пр.)

минация на Франция¹³. Кървавата революция във Франция, последвана от напредващите армии на Наполеон Бонапарт () , обаче, принуждава много обществени групи да осъзнаят отявлено националната си принад-

лежност. Джозеф Мадзини () - етичен философ и политик - учеше италианците, че дългът към нацията попада по средата между дълга към

семейството и този към Бог. Философът Й. Г. Фихте () поучаваше германците, че немският дух е по-благороден и издигнат от духа на всяка


друга нация. Братя Грим () - основоположници на съвременната наука Сравнително езикознание - обикаляха Германия в търсене на немски народни приказки – *фолксгайстът* на Германия. Националното самосъзнание плъзна и се разпростря в Европа през следващите десетилетия: поляци, маджари, руснаци, чехи, словаци, румънци, сърби, хървати, гърци – всички станаха национално самоосъзнати, дори и народи без собствена държава-нация.

Гражданите-патриоти се оказаха по-добри войници от платените наемници, особено в защита на отечеството. Демократичните правителства също се осланяха на съзнателно и образовано население. По тези и ред други причини, възпитаването на „добри граждани“ вече е заветна национална цел. В последните десетилетия на деветнадесети век в Европа и Америка от децата се очакваше да посещават безплатно държавни училища, където изучаваха националните си история и герои, учеха се да пишат и говорят правилно на родния език, и се заклеваха във вярност към националния флаг. Към края на века безплатното общо образование по език и гражданство се разпростря на изток до Балканите и в Русия.


¹³ През 1784 Й. Г. фон Хердер, протестантски теолог, призовава германците да престанат, по подобие на французите, да тачат и развиват собствена национална идентичност – общия германски дух *Volksgeist*. Отстоява теза, че другите национални групи също имат свой *фолксгайст*, който следва да разкрият. *Ideas on the Philosophy of the History of Mankind* (1784).

3

Идеята, че гражданите на една нация носят обща отговорност за своето икономическо добруване, бе естествено продължение на процъфтяващия патриотизъм. Най-значимата книга на осемнадесети век, написана от

шотландския политически философ Адам Смит () не случайно е озаглавена *Изследване на естеството и факторите, обуславящи богатството на нациите*. В нея Смит излага всички главни идеи, които консервативни виги, тори, фри-трейджри¹⁴ и републиканци¹⁵, както и икономисти на двадесети век, по-късно щяха да предъвкват периодически. Смит обаче не е бил космополит. Разглежда всеобщи икономически принципи, но отправната му точка е строго *национална*. Обвинява английския меркантилизъм не за това, че е намалил богатството на други нации а защото е направил гражданите на Англия по-бедни, отколкото биха били иначе.

Смит също така не оспорва принципно вмешателство от страна на правителството, когато националните интереси изискват държавна намеса. Според него, Законите за корабоплаването¹⁶ са „може би най-мъдрите от всички търговски актове на Англия”, защото „отбраната е много по-важна от богатството”, както и Британия трябва да разширява империята си чрез заграбване на острови от „Фолклендите до Филипините”¹⁷ (възг-

леди, с които Маргарет Тачър () охотно би се съгласила). Що се отнася до националното производство, от което основно зависи богатството на нацията, той откроява два основополагащи фактора: първо, делът на пълноценно заетото население; второ, „умението, сръчността и здравият разум, с които трудът се прилага като цяло”¹⁸ – фактори, които и днес са не по-малко ключови, отколкото преди повече от два века.

Повечето нации, чиито икономики изоставаха от английската, възприеха по-активни концепции как да повишат благосъстоянието на своето население, но следваха неотклонна основна линия. Един от най-значимите планове бе приложен през декември 1791 г. от

¹⁴ free traders – сторожници на свободната търговия (бел. пр.)


¹⁵ Членове на Републиканската партия в САЩ (бел. пр.)


¹⁶ Navigation Acts (бел. пр.)

¹⁷ The Wealth of Nations (1776; New York; Modern Library, 1937), p. 408

¹⁸ Ibid., p. lvii

[Александър Хамилтън](#) () , първият финансов министър на Аме-

рика при [Джордж Уошингтън](#) () . Хамилтъновият „Доклад по въпросите на манифактурата” бе един от четирите, представени от него на младия американски [Конгрес](#) и единственият, предложени-
ята в който Конгресът отхвърли, защото изисквали прекалено силно централно правителство. (Антифедералистите най-накрая се съгласиха с искането в хамилтъновия „Доклад за държавния кредит” федералното правителство да поеме дълговете на щатите от Революционната война но само при условие, че националната столица се премести от Ню Йорк в една блатиста местност край река [Потомак](#) между [Мериленд](#) и [Вирджиния](#) . На второто предложение в неговия „Доклад за банката”, а именно да се учреди единна централна банка с прерогатив да контролира националното парично обръщение те се противопоставиха, но президентът Уошингтън послуша Хамилтън,

а не Джеферсън /, и подписа закона за банката; в същото време съпротивата срещу третия му „Доклад за монетарната система”, предлагащ независим монетен двор и валута за Съединените щати, с използване на злато и сребро, бе незначителна.)

При все това обаче доводите на Хамилтън защо нацията като цяло трябва да подкрепя развитието на промишлеността, цели два века отекваха в Америка и множество други държави: Силна производствена база би увеличила общите „доход и богатство” на нацията и би разкрила повече работни места, стимулирайки имиграцията и привличайки чуждестранен капитал, като така би направила нацията по-независима и сигурна. Икономика, основана само на земеделски продукти би довела до „състояние на обедняване в сравнение с изобилието, към което [нашите] политически и естествени предимства [ни] задължават да се стремим”¹⁹ . Все пак, силна индустриална база не би се развила автоматически. Хамилтън предупреждаваше, че малките производители в Съединените щати никога не биха могли да настигнат по-големите и напреднали индустриалци в Европа, ако не бъдат защитавани и субсидирани – поне

¹⁹ “Report on the Subject of Manufacture”, от J. C. Hamilton (педакроп), *The Works of Alexander Hamilton* (New York, 1850 - 51), Vol. 7

временно. Няма „цел, за която обществените пари да могат да се използват по-изгодно, освен за създаване на нов полезен клон в индустрията; няма по-ценно съображение от постоянен прираст на съвкупния обем производителен труд”. Така „в интерес на обществото е... да прибегва към временни разходи – които с лихви се компенсират от нарастването на индустрията и благосъстоянието, чрез увеличаване на ресурсите и независимостта, и чрез допустимо поевтиняване”²⁰.


Хамилтън настояваше както за мита върху чуждестранните стоки, така и за субсидии за американските производители, като предпочиташе второто. На мнение бе че субсидиите могат да се спрат, когато повече не са нужни, докато митата бележат тенденция да остават в сила дълго след като основанието за тях вече липсва. Индустрията като че ли става зависима от митата, чиято същинска роля убягва на обществото. Те дава възможност на родния бизнес да определя цените без да се бои, че чуждестранен конкурент може да ги подбие. По зла ирония, страната на Хамилтъновия план, оказала се негов коз през деветнадесети век, бе неговият деликатно предпазлив призив към протекционистки мита.


4


Освен робството, и митата се превърнаха в парещ икономически въпрос на Америка от деветнадесети век, разделяйки нацията на регионален принцип. (Казусът отново породил оживени дебати сред учените в редица учебни заведения, като в Пенсилвански университет забраниха на свои икономисти да се изказват в подкрепа на свободната търговия; други принудително изискваха подобна подкрепа. Колегиалният ум на Корнелски университет явно не съумя да стигне до еднозначно становище и назначи двама лектори; единият – защитник на свободната търговия, а другият – на протекционизма). Малките производители в Ню Ингълънд, Ню

²⁰ Ibid. Албърт Галатин, един от наследниците на Хамилтън като финансов министър, коментира в 1810 г. проблемите, които американците срещали на експортните пазари при сблъсък с англичаните. Съжденията му намират отзвук и днес, когато дискусиата засяга американските опити да конкурират японците: „Единственото съществено препятствие, с срещу което американските производители се сблъскват, произтича от силно превъзходящия капитал на Великобритания, който позволява нейните търговци да се възползват безпрепятствено от дългосрочни кредити, да продават на силно занижени цени и да правят различни отстъпки”. Цитирано в Jacob Viner, *Dumping: A Problem in International Trade* (Chicago: University of Chicago Press, 1923), p. 38.

Йорк и Пенсилвания, които търсеха протекции от европейските износители на промишлени стоки твърдяха, че бъдещото икономическо величие на нацията зависи от митото. От друга страна, фермерите от Южните щати, които търсеха възможност да купуват машини колкото може по-евтино, без значение от произхода, възприемаха митото (по справедливите думи

на Джон К. Калхаун  от Южна [Калифорния](#)) като „огромен данък върху конкретно съсловие и прехвърляне на парите в джоба на друго”²¹.

Много западници²², като Хенри Клей  от [Кентъки](#), виждаха в митническото облагане източник на фондове за регионални подобрения от типа на канали и пътни магистрали, които да свържат Запада с други части на страната. „При цялото ми уважение към външния пазар”, сподели Клей, „нека създадем и вътрешен пазар, който да предостави нов хоризонт за потребление на продукцията, произведена в Америка. Нека противостоим на политиката на чужденците и вместо да оказваме подкрепа на техните индустрии, стимулираме нашата собствена”²³. Клей говореше с жар, при все и недотам убедително. „Малко правителства, доколкото въобще такива има, не виждат в развитието на родното производство водещ приоритет на държавна политика”, изрева той при дебатите за митата в Сената през 1832 г. „Когато някои джентълмени последователно замислят бързо или поетапно разрушаване на Американската система, с какво я заменят? Свободна търговия! Свободна търговия! Призивът за свободна търговия е безполезен като циврене за луната или звездите, блещукащи в небесната твърд на разглезено дете в ръцете на бавачката му – нереален и напълно отвлечен”²⁴. След като Конгресът прие митата за 1832 г. страстите се нажежиха дотам, че сърдитият законодателен орган на Южна Каролина забрани на федералните митнически агенти да събират данъци в ща-

та, и така накара президента Андрю Джексън  да изпрати подкрепления на федералните гарнизони във фортове Съмтър и Маултри, кое-

²¹ Цит. в Н. W. Furber (редактор), *Which? Protection or Free Trade* (Boston: Boston Publishing Company, 1888), p. 551.

²² Жители на Западните щати на САЩ (бел. пр.)

²³ Цит. от F. W. Taussig (редактор), *State Papers and Speeches on the Tariff* (Cambridge: Harvard University Press, 1982), p. 275.

²⁴ Ibid., Германският икономист Фридрих Лист отнесе идеите на Хамилтън и Клей обратно в Германия. В своята *National System of Political Economy* (1849) Лист твърди, че всяка нация, стремяща се към богатство и цивилизован живот, трябва да развива собствена индустрия и финансов капитал. Високи мита ще бъдат необходими – поне временно – за да се защити младата промишленост от по-напредналите британски производители.

то на свои ред подсказа на Южнокаролинските законодатели да свикат доброволци за защита на щата от „нашествие“; кризата бе предотвратена едва когато Клей и неговите другари виги отстъпиха и се съгласиха да намалят митата.

След Гражданската война, когато протестите на Южните демократи биват удавени в победните празненства на Северните републиканци, митата са вдигнати отново. („Аз не разбирам много от мита,” споделя Ейб-



рахам Линкълн / / в типичния си народен маниер, „но знам, че когато купуваме промишлени стоки от чужбина, ние вземаме стоките, а чужденецът взема парите. Когато купуваме промишлени стоки у нас, вземаме и стоките, и парите”.²⁵). До 1913 г. средното мито върху вноса често наближаваше 50 на сто и дори повече за желязо, стомана, памучен и вълнен текстил. На практика, във федералната хазна през последните десетилетия на деведнаесети век се стичаха толкова много пари, че републиканските администрации се оказаха в неудобно положение да приемат огромни бюджетни излишъци. За да намалят излишъците и да оправдаят неспирната нужда от митнически постъпления, републиканците рязко повишиха федералните разходи именно с цел инфраструктурни подобрения, за каквито [Хенри Клей](#) пледираше преди доста време: канали, ж.п. линии, строителство на пристанища, мостове и пътища. На железници Юниън Пасифик и Сентръл Пасифик например бяха предоставени отведнъж 65 милиона долара за построяване на ж.п. линия, свързваща Източното крайбрежие със Запада.


5

Може би най-характерна страна на дебатите във връзка с митата в Америка бе стилът на аргументите, привеждани от всички страни: Каквито и жертви да са нужни, те въпреки всичко биха били благоприятстващ националната икономика фактор и биха се върнали с печалба за добросъвестните платци. Призивът не бе адресиран към нечие чувство за чест или дълг; всяка част на страната апелираше към отсрещната, позовавайки се на икономическия ѝ интерес. „Съвкупната печалба за цялото общество от едно държавно подобрение следва да бъде такава, че с лихвите да оправдае вложения за неговото реализиране... капитал”, отстоява Клей, напри-

²⁵ Ibid., p. 213.

мер, в подкрепа на системата си за обществени подобрения, финансирани от митата.²⁶

Европейците на деветнадесети век също бяха започнали да възприемат националните си икономики като свързани с благосъстоянието на на-
родонаселението, но предвид мита или други механизми, разпределящи
неравномерно икономическия товар, те прибегваха до друг вид аргумен-

ти. Младият френски магистрат [Алексис дьо Токвил](#) () при своя обиколка из Съединените щати през 1831 г., отбелязва разликата. По думите му, във Франция и другаде в Европа, жертвите биват узаконени с понятия от типа на патриотизъм и чест. Стандартен европейски аргумент гласи, че „хората трябва да се жертват за себеподобните, *защото* подобни жертви са нещо благородно” (подчертано в оригинала). Такива твърдения, според Токвил, често са лицемерни. „Между нас казано, хората все още непрестанно симулират самоотверженост, каквато вече не изпитват”. В Америка, напротив, жертвите се възприемат като добре осъзнат собствен интерес на отдалия ги индивид. „Американците”, отбелязва Токвил, „обичат да обясняват почти всички свои постъпки с добре осъзнат собствен интерес; демонстрират със самодоволство как осъзнатата грижа за самия себе си непрестанно ги тласка към взаимопомощ и ги скланя охотно да жертват част от времето и своята собственост за добруване на общността”²⁷.

Споменатата идея е важна. Американците на драго сърце се жертват за добруване на нацията, защото – както многократно заявяват – подобни жертви в крайна сметка са в техен собствен интерес. Последното по никакъв начин не пледира за липса на патриотизъм в Съединените щати. Младият Токвил е бил свидетел на явни социални солидарност и съзнание у американците. Тези им добродетели са следствие именно от тяхната взаимозависимост. „Би било несправедливо да предположим, че патриотизмът и усърдието, които всеки американец проявява за доброто на своите съграждани, са дълбоко притворни”, отбелязва Токвил. „Свободните институции, с които разполагат гражданите на Съединените щати и политическите права, на които ежедневно се уповават, напомнят на всеки гражданин по безчет начини, че е член на американското общество. Всеки мо-

²⁶ Откъс от реч на Клей пред Камарата на Представителите в 1818 г. Референция може да бъде почерпена от Calvin Colton (редактор), *Works of Henry Clay* (New York, 1857), Vol. 5.

²⁷ Alexis de Tocqueville, *Democracy in America* (F. Bowen, trans.; New York, 1862), Bk. II, Ch. 8

мент запечатват в съзнанието му, че за хората е дълг, но и в техен интерес да бъдат полезни на своя ближен.²⁸

Какво би произтекло, ако подобни твърдения вече не изглеждат правдоподобни? Ако американците днес са по-малко зависими един от друг, жертвите не биха водили пряко до лична изгода. Ще оцелеят ли гражданските добродетели? Ще се върнем на този въпрос и наблюденията на Токвил в следващата глава.

²⁸ Ibid., Bk. II, Ch. 4

Икономически национа- лизъм и масово производ- ство

For despite of all temptations
to belong to another nation,
he remains an Englishman,
he re-mains an Eng-lish-man.¹

[У. С. ГИЛБЪРТ](#)  и [А. СЪЛИВАН](#) ,
Кораб на Нейно Величество Пинафор (1878)


Идеята, че гражданите на една нация споделят обща икономическа съдба, бе по-широко възприета в последните десетилетия на деветнадесети век. Революцията в методите на производство и придвижване на стоки преобрази рехавите дотогава мрежи местни стопанства и икономики в световна арена на конкуренция, където в първи битки помежду си се изправиха множество нации.



Между 1870 и 1900 г. поток от изобретения, главно британски, се разпростря из цяла Европа и Америка: парни машини, ж.п. локомотиви, телеграф



, електрически турбини, железни и стоманени машини с взаимозаменяеми части. Всяко изигра решаваща роля за преобразуване на производството. Изобретенията направиха възможно производството на всякакви изделия в големи количества, чрез доставяне на суровини и компоненти от стотици и хиляди мили разстояние, изработване, монтиране или смесване на едри серии в огромни фабрики, и последващо разпращане на готовите продукти по всички краища.

¹ Въпреки всички изкушения/ да принадлежи на друга нация/ той остава англичанин./ той ос-та-ва ан-гли-ча-нин.

Механизираните отрасли на промишлеността за обработка на тютюн, зърно, сапун и консервирани храни рязко увеличиха своята продуктивност с използване на машини за поточна преработка. Една машина за производство на цигари, разработена през 1881 г. имала такава производителност, че само петнадесет броя от нея задоволявали цялото годишно

търсене на цигари в Америка. [Проктър енд Гембъл](#) () разработват нова машина за масово производство на тоалетен сапун. [Дайъмънд Мач](#)

() внедряват машина, която произвежда и опакова кибритени клечки с милиарди. Индустриалните отрасли за дестилиране и рафиниране на нефт, захар, животински и растителни мазнини, алкохол и химикали реализират огромни икономии от новите топлинни и химически технологии, гигантски пещи, вихрови центрофуги, конвертори, прокатно и шлифовъчно оборудване. [Стандард Ойл](#) ()

, [Американ Шугър Рифайнинг](#) () и [Карнеги Стийл](#) ()

, наред с други, реализират безпрецедентни печалби. Металообработващите отрасли печелят от по-големите и ефективни металорежещи машини и от по-голямо разнообразие полуфабрикати. [Интернешънъл Харвестър](#) () и [Сингер Сюинг Машин](#) () разширяват производството си отвъд мечтите на предишни поколения.

Средният работник в първите десетилетия на деветнадесети век – в засяване и прибиране на посеви, дърводобив, риболов и ръчни занаяти – всяка година е произвеждал с микроскопичните 0,3 процента повече от предходната. Към края на века производителността е вече почти шесткратно по-висока.² Наблюдаваните в Америка, Британия, Германия и Франция резултати са сходни: производството на памучни и вълнени тъкани рязко отскача, както и това на земеделски сечива, гвоздеи, грънци, пушки, домашни потреби, дъски за пране, и стотици други изделия. Добивът на желязо между 1870 и 1890 г. се удвоява; през същия период производството на стомана отскача двадесеткратно. С непрестанното усъвършенстване на производственото оборудване и разширяване на фабриките, расте обемът продукция. Само в Съединените щати промишлените инвестиции отскачат от 2,7 милиарда долара през 1879, до 8,2 милиарда през 1899; годишната стойност на националното промишлено производство

² Цифрите са заимствани от Simon Kuznets, *Economic Growth and Structure* (New York: W. W. Norton, 1965), pp. 305 – 27

тво за същия период от 3,8 милиарда се изкача до 11 милиарда долара в съпоставими цени.³

Железопътните и телеграфни мрежи на Америка идеално допълват индустриализацията ѝ, като улесняват движението на потоци стоки към и от новите предприятия. През 1830 г. държавата има 23 мили ж.п. линия. Към 1890 притежава вече 208 152 мили. Успоредно се развива и телеграфът. Изобретен в 1844 г., той влиза в търговска употреба към 1847 г.⁴ Железопътните и телеграфни системи се разпростират и в Европа, свързвайки в едно местните икономики. Бързите, редовни и надеждни транспорт и комуникации са благоприятстващ масовото производство фактор. За да компенсират високите фиксирани разходи за заводи и оборудване, новите отрасли на националната промишленост разчитат на постоянен поток продукция към и от фабриките. Такъв поток на свой ред зависи от предсказуем кръгооборот материали и продукти в рамките на цялата икономика. Производителите не могат да си позволят нито разходите за поддръжка на огромни складове във всеки край на производствената верига, нито риска неочаквано да се сблъскат с недостиг на материали или комплектуващи изделия. Железопътната линия и телеграфът минимизират такива рискове и разходи, давайки на производителите възможност да планират нужните доставки и да продават своите изделия непосредствено на търговци на едро в цялата страна.

Икономиката се влияе от отколен принцип – може би единствен, чиято валидност се доказва с неизменна регулярност: Когато предлагането на дадена стока расте по-бързо от нейното търсене, цената ѝ бе лежи тенденция към спад. Въпросната закономерност се проявява особено отчетливо в края на деветнадесети век. Производството расте, но контингентът потребители, готови да купят всички вече достъпни нови стоки е твърде ограничен. Масовото потребление е придобита склонност, характерна за съвременното общество. При все, че класическият работник е преминал от фермата към фабриката, за средния потребител е характерна придобита във фермата пестеливост, ограничаваща личното потребление. Мрежи за масово разпространение и търговия на дребно все още липсват и няма кой да придума и приобщи неохотните купувачи към масираната армия потребители, нужна на новия производствен капацитет.

³ Числовите данни са заимствани от Статистическо бюро на САЩ, *Historical Statistics of the United States: Colonial Times to 1970* ([Washington, D.C.](#): U.S. Government Printing Office, 1975), Vol. 1, pp. 201 – 2, 224

⁴ Числовите данни са заимствани от Статистическо бюро на САЩ, *Historical Statistics of the United States: Colonial Times to 1970* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1975), Vol. 2, p. 731.

Вероятният резултат би се изразил в общ ценови спад. 193 при цени на едро от края на Гражданската война през 1864 г., спадна до 68 към 1890 г. Сходно бе положението и в Европа, където цените спаднаха с около 40 процента през 70-те и 80-те. Жестока депресия разтърси голяма част от Европа и Америка през 1873 г. Друга, през лятото на 1893 г., разори редица земеделски области, затвори хиляди банки и изхвърли на улицата над четвърт от неквалифицираната работна ръка в Америка.⁵ Възникнаха и политически последствия. В множество европейски и американски градове растящ брой социалисти предвестяваха скорошно рухване на капитализма. Из западните фермерски земи на Америка множество популисти (предвид изобилието от сребро в мините на Скалистите планини) настояваха парите да бъдат обезценени с прост трик: преход от златен към сребърен стандарт; подход, който би намалил дълговете им към източните банки и, съдейки по всичко, би довел до процъфтяване на Запада.

2

Едно от главните последствия на индустриалното свръхпроизводство бе отражението му върху чувството за национална принадлежност. Най-малкото, откак Александър Хамилтън бе поискал субсидии и защита на новоизлюпените американски производители, нацията бе наясно с угрозата за тепърва възникващата местна индустрия от страна на европейските производители. Сега, пред лицето на масово производство и свръхкапацитета на индустриалните мощности, заплахата бе надвиснала повече от всякога. Производителите от двете страни на Атлантика трескаво диреха нови пазари за свръхизобилие от стоки и охотно снижаваха цените, за да спечелят дял от пазара. Германия, Италия, Франция, Русия – всички повишаваха митата с цел да защитят родните производители от хищните чуждестранни капиталисти. Не е чудно, че американските мита достигнаха още по-високи нива.

Единствено Британия, чиито индустриалци бяха най-напред в надпреварата и гарантирано печелеха от свободната търговия, не се присъедини към ескалиращия протекционизъм. В отговор, другите индустриални нации (най-вече Съединените щати и Германия) налагат спрямо Британия модела който, както се твърди, Япония приложи половин век по-късно: защитавайки се от чуждестранна конкуренция на вътрешния пазар, можеше да продава своята продукция у дома при достатъчно благоприятни условия, които компенсират всички направени разходи и осигурят прилична печалба. Веднъж установили равновесна рентабилност, можеха да

⁵ Ibid.

продават залежали свръхколичества в Британия на занижени цени, увеличавайки доходите си и паралелно – завземайки дял от пазара на британските производители на тяхна територия. Закономерно макар, че световното промишлено производство между 1870 и 1913 г. растеше, дялът на Британия спадна от 31,8 на около 14 процента; в същото време германският дял леко отскочи, а американският набъбна от 23,3 на 35,8 процента.⁶ Британската политика на свободна търговия, както английската преса авторитетно отбелязва, бе добра докато повечето други играчи следваха същите правила. Сега обаче същото би представлявало явна покана за германска и американска „икономическа инвазия“.⁷

3

След като пазарът у дома не може да поеме новите стоки и щом развитите пазари за произведена промишлена продукция се затварят, остава спасителен изход: по-бедни нации и области. Понятието „империализъм“, с неприятен оттенък в ушите на читател от края на двадесети век, отсъства в трудовете на Карл Маркс. Макар и за пръв път използван още през 70-те години на XIX-ти век, терминът придобива гласност едва през последното му десетилетие, когато всяка голяма промишлена нация възприема по-изостаналите части на света като потенциални пазари за свръхизобието от стоки. Надпреварата за такива „сфери на влияние“ допълнително засилва утвърдилото се схващане, че през новия промишлен век икономическият просперитет на една нация сигурно би бил за сметка на друга.

Политиците на века се гордееха, че ги наричат империалисти. Национални експанзия, влияние и икономически ръст бяха загърнати в обща тога. „Териториалната експанзия“, по думите на чиновник в Държавния департамент на САЩ през 1900 г., „не е нищо по-различно от копродукт



на търговска експанзия”.⁸ [Теди Рузвелт](#) (Теди Рузвелт) със зъби, стиснати в свирепа усмивка, обяви имперската мисия на Съединените щати в Латинска Америка; Британия и Германия поставиха знак за равенство между икономическа мощ и глобално държавно присъствие. Мащабът и влиянието на националната икономика се превърнаха в показател за сила и твърдост на нацията. „Велика сила“ стана синоним на „Велика икономика“.

⁶ Числовите данни са от F. Crouzet, *The Victorian Economy* (London, Methuen, 1982).

⁷ Считано от 1890, средният британски гражданин бе обект на редица зловещи изявления

⁸ Цит. по W. A. Williams, *The Tragedy of American Diplomacy* (New York: World, 1959), p. 44.

Възходът на икономическия национализъм сред индустриалните нации провокира появата на сродни чувства навсякъде по света. Васалите-тът на Китай спрямо великите сили кара водачите на японското възраждане Мейджи да сметат, че оцеляването на Япония зависи от бързото ѝ икономическо развитие. Само модерна икономика може да създаде и поддържа съвременна армия; единствено мощна индустрия би гарантирала национална сигурност.⁹ Образование, промишлено развитие и национална сигурност се разглеждат в тясна връзка. Петдесет години по-късно Сун Ят-Сен, борец за сваляне на китайската династия Манджу, прокарва революционна програма за икономическо развитие, изхождайки от сходна логика. Западът е в състояние да доминира в Китай не само благодарение на превъзхождащата си военна сила. В *Международно развитие на Китай* Сун Ят-Сен отхвърля марксистките призови за равномерно разпределение на богатата в полза на стратегия за национално икономическо развитие, подпомагано от Запада, с ударение върху образование и индустриализация. „Нашите икономически права агонизират.. Ако искаме да възвърнем тези си достойнства... трябва незабавно посредством държавна власт да въздигнем индустрията, въвеждайки механизация в производствения процес и предоставяйки работни места на индустриалните работници... Така, че сигурно ще се наложи да заемем чужд капитал за развитие на нашите комуникационни и транспортни съоръжения, чуждестранни мозъци и управленски опит.”¹⁰ Този му възглед – националната сигурност и независимост да бъдат съотнасяни към икономическото развитие на нацията, далеч недотам всеобщо възприет в доскорошните колониални страни – тепърва щяха да доминира в Азия, Африка и Латинска Америка. Махатма Ганди, отхвърляйки сладките страни на материалното благополучие, осъждаше производствените машини като „главен символ на модерните цивилизации”, съставляващ „голям грях”.¹¹

В своята книга *Империализъм* от 1902 г., британският икономист Дж. А. Хобсън, след анализ на събитията, довели до Бурските войни предсказва, че логичен завършек на надпреварата за пазари би била война. Хората от деловите кръгове – вещае той – споменават конфликт тогава, когато са изчерпали своите родни пазари и нямат къде повече да продават

⁹ D. S. Landes, “Japan and Europe: Contrasts in Industrialization”, във W. W. Lockwood (редактор), *The State and Economic Enterprise in Japan: Essays in the Political Economy of Growth* (Princeton: Princeton University Press, 1965)

¹⁰ Sun Yat-sen, *The International Development of China* (New York: Putnam, 1922), p. 8

¹¹ “Hind Swaraj”, в *The Collected Works of Mahatma Gandhi* (Allahabad: Government of India, 1963), Vol. 10, p. 26



стоките си. Както Джон Мейнард Кейнс (1883–1946) три десетилетия по-късно, Хобсън призовава напредналите нации да стимулират собственото потребление, разширявайки броя членове на обществото в състояние да купуват стоки местно производство: „Най-убедителното обвинение към настоящата икономика прозира в трудностите, с които производителите се сблъскват повсеместно при намиране на потребители за своя продукт... Ако разпределението на доходите не водеше до свръхнатрупване, пълна постоянна заетост за труда и капитала би била налице и у дома”.¹² Хобсън, разбира се, нямаше как да знае че по-неблагоприятната предвещана от него алтернатива след петнадесет години щеше да доведе до смърт или осакатяване на над 20 милиона души.

4

Масовото производство благоприятства икономическия национализъм с това, че кара множество хора от села, ферми и големи семейства да мигрират в градовете, където са податливи на политически машинации, слухове за чуждестранни заговори и световна конспирация, социални брожения и вълни от емигранти, непрестанно напомнящи им собствената социална идентичност. През 1870 г. под 8 процента от работната сила в Америка е заета в промишлено производство, а само един от пет американци живее в град с 8000 и повече жители. Към 1910 г. почти една трета работят в завод, а почти половината живеят в градски условия. Между 1860 и 1910 г., населението на Ню Йорк нараства четирикратно. През 1860 г. [Чикаго](#) има 109 260 души жители; през 1910 г. вече е втори по големина град в страната с 2,2 милиона души.¹³ Тук, в разцъфтяващите световни индустриални градове, идеята за нацията намира своя същинска изява. Самата дума „национализъм”, както и „империализъм”, е продукт на него време. Първоначално използвана като нарицателно за десните групи във Франция и Италия, към края на деветнадесети век, „национализъм” вече олицетворява експанзия и конкуренция, при което верността към Родината засяга националните амбиции и идеали.

Огромен брой работници не само сменят селски с градски условия; движат се и от трети страни към главните световни индустриални райони. През него период 15 процента от населението на Полша отива в Германия в търсене на по-добра работа. Между 1841 и 1911, над половината от населението на Ирландия напуска Изумрудения остров; мнозина слизат в

¹² J. A. Hobson, *Imperialism* (London, 1902), p. 112

¹³ Числените данни са заимствани от *Historical Statistics of the United States*.

[Бостън](#) и Ню Йорк. Към 70-те, в Съединените щати пристигат 280 000 имигранти годишно; към края на века средногодишният им брой вече е над милион. Имигранти съставляват болшинството работници в множество нови американски промишлени отрасли. Правителствено изследване от 1908 г. установява, че почти три пети от наемните работници в 21 основни отрасли на американската промишленост са родени в чужбина.¹⁴

Новите имигранти още повече разпалват националните чувства. Някои американци усещат заплахата и искат да възпрат пришествието пропускателки факта, че собствените им прародители са делили хляба и ползвали земята на истинските местни американци от Нова Англия. Основатели на Бостънската Лига за Ограничаване на имиграцията в 1893 г. пледираха да се „прекрати разрушаването на американските нрави с безконтролна имиграция“. Други американци изнамериха по-конструктивен подход. Целта бе да се възпитат у имигрантите любов и уважение към новата родина и да бъдат научени да говорят нейния език и превърнати в добросъвестни граждани. Така в Америка, както и в други страни, където слизаха от корабите, от новите преселници се изискваше преди да получат гражданство, да четат и пишат на местния език и да познават главните принципи на национално управление.¹⁵

5

Към началото на двадесети век, икономическият национализъм пусна здрави корени в много страни по света. Гражданите на Съединените щати, Великобритания, Германия, Франция, Италия, Япония и др. осъзнаваха, че личното им благоденствие е свързано с икономическата мощ на тяхната държава. Патриотизмът и икономическият национализъм бях тясно преплетени. Нации се впуснаха в съвместна надпревара. Въпреки призива на Карл Маркс към пролетариите от цял свят да се съединяват, чувството за национален дълг оставаше силно дори сред новата градска работническа класа. По бойните полета на националните икономически аспирации производственият работник бе пехотинец от ново естество.

¹⁴ Числените данни са от Jeremiah Jenks и Jeff Lavek, *The Immigration Problem* (New York: Funk & Wagnalls, 1926), p. 148.

¹⁵ В съзнанията на множество американци са загнездени съмнения дали в определена ситуация новите имигранти биха проявили нужния патриотизъм. Хенри Кабот Лодж твърдеше че самата идея за любов към Родината е по произход романска, докато тази за вяност към държавния глава е византийска. Така, според Лодж, имигрантите от Юго-източна Европа внасяли в Америка неправилен израз на патриотизъм. Вж. труда му *“Immigration – a Review”* в Philip David (редактор), *Immigration and Americanization* (Boston: Boston Publishing Company, 1920), p. 55.

Корпорация и национален интерес

Ние трябва да водим кръстоносен поход срещу силите, които ни управляваха..., които определяха живота ни [и] ни поставяха в окови, за да правят каквото им скимне.

УУДРОУ УИЛСЪН (1912)

Нито високи мита, възпрепятстващи чуждестранния внос, нито изключителни „сфери на влияние” в по-слабо развити региони на света решиха проблема със свръхпроизводството. Когато родните производители се конкурират у дома увеличавайки мощности и снижавайки цени, нормата на печалба намалява до ниво, недостатъчно да издържа стопанската дейност. Така в последните десетилетия на деветнадесети век възникна трета теория която, подобно на другите две, породила разбиране на стопанските дейци от двадесети век относно целта и организацията на националната икономика. Решение бе намаляване на локалната конкуренция посредством съсредоточаване на производството в големи национални корпорации. Това бе последна точка от програмата на икономическия национализъм: благосъстоянието на гражданите бе свързано с успеха на националната икономика, който на свой ред зависеше от резултатите в дейността на гигантски национални корпорации.

2

Въпросното решение изникна някак по-естествено първо сред европейците, а после при японците, отколкото в Америка. Картели, гилдии и други препятствия пред търговията бяха обичайни в Европа и Япония от Средните векове. Кралски монополи от типа на Източноиндийската компания бяха обогатявали суверените. Главен момент вероятно е фактът, че правителствени бюрократи, отговорни за пълноценно използване на ресурсите и контрол над търговията, през 70-те години на XIX-ти век бяха стабилно установени в Германия, Франция и Италия, а към 90-те – и в Япония. Когато пазарите станаха неуправляеми, бюрократите организираха производителите в групи, които координираха инвестиционните им


планове, разпределяха финансовия капитал, съвместно купуваха суровини, заедно продаваха и определяха цени на техните стоки. Подбиването на цени носеше огромни печалби на всеки, изнизал се тихомълком от редиците; бюрократи стриктно изпълняваха безценна стражарска функция срещу подобна измяна. Така към края на деветнадесети век, в нови индустриализирани сектори на Европа и Япония господстваха подобия на днешните картели, синдикати, гигантски акционерни банки, *дзайбацу*, *Grossbanken*, *grande industrie*, *Grossindustrie*.¹












Преходът от конкуренция към национална консолидация протече далеч не така гладко в Америка. От колониално време американците бяха свикнали да не се доверяват на монополи, специални привилегии и други кралски прерогативи. От злоупотреба с икономическа власт се опасяваха почти колкото от неправомерно използване на политическо влияние. Точно както правителствената власт трябваше да бъде държана под контрол – разпределена в три направления и балансирана между местни органи, щат и държава – така трябваше да се разпреди и икономическата власт или поне на такова мнение бяха повечето американци. За разлика от Европа и Япония, Америка на деветнадесети век не бе обхваната от голяма административна бюрокрация с опит в регулиране на пазара и поощряване на индустрията. Единствена правителствена организация с приличен мащаб бяха Пощите – със служители бездруго затруднени от дъжд, сняг, град и нощна тъмнина дори и без да се нагърбват с допълнителното бреме на икономическо планиране.

Американските съдии също не бяха подготвени да санкционират монополисти и картели. Обичайното право на колониите, а после и на щатите, гледаше с лошо око на споразумения между търговци водещи до, изказано с типично мъглявите олимпийски думи на закона, „пречки в търговията”. Почти незабавно след като възникващите американски предприятия откриха начини да поддържат равнището на цените и да се справят с местната конкуренция, обществената загриженост доведе до прокарването на [Антитръстовия закон на Шърман](#) от 1890 г., забраняващ „споразумения” за фиксиране на цените и разпределяне на пазари. Законът забрани официално още и „монополизацията”, без Конгресът да постанови какво ще рече „монополизация”; във всеки случай, явни съглаше-

¹ За по-пълна история на европейския преход към големи интегрирани корпорации, вж. Leslie Hannah, “Mergers, Cartels, and Concentration: Legal Factors in the U.S. and European Experience”, в N. Horn и J. Knock (редактори), *Law and the Formation of Big Enterprises in the 19th and Early 20th Centuries* (Göttingen, West Germany: Vandenhoeck und Ruprecht, 1979), pp. 306 – 14.

ния – обичайно под форма на писмен договор – станаха далеч по-лесни за проследяване и доказване.

Това нямаше да бъде първи път, когато добронамерено законодателство щеше да има обратен на замисления реален ефект. Ако на американските фирми бе забранено да се договарят помежду си за цени и пазари, най-лесно би било просто да се сливат в грамадни корпорации, чиито подразделения съгласуват безнаказано цени и пазари на ниво „Организация”. В резултат се разрази първият голям американски бум на сливанията, набрал скорост през последните десетилетия на деветнадесети век и достигнал върхна точка с мощна имплозия между 1898 и 1904 г. Приблизително една трета от производствените мощности на нацията бяха концентрирани в 318 гигантски компании с общ капитал от 7,3 милиарда долара. Високите мита, които Америка наложи върху суровини и доставки от чужбина, поощриха по-нататъшна концентрация. Новите гиганти предпочитаха да изкупят местните доставчици, отколкото да им плащат високи протекционистични цени. Когато митата попречи на [Ю-Ес Стийл](#) () да получи евтин чугун и коксуващи се въглища от Канада, компанията просто изкупи производителите на желязо и въглища от Пенсилвания, вместо да ги остави да се радват на свръхпечалби от защитения пазар.

Така възникнаха ядрата на корпорациите в Америка. Част от новите гиганти носеха имена, които щяха да станат символ на американската промишленост – имена, недвусмислено отразяващи домогвания до отъждествяване с нацията: U.S. Steel, American Sugar Refining, [American Telephone & Telegraph](#) () AT&T), American Rubber, [United States Rubber](#) () и [Uniroyal](#) () [American Woolen](#) () (AMERICAN WOOLEN), [National Biscuit](#) () () [American Can](#) () (AMERICAN CAN COMPANY), [American Tobacco](#) () (AMERICAN TOBACCO), [Aluminum Company of America](#) () (Alcoa), [General Electric](#) () (GE), [General Motors](#) () (gm), Standard Oil, и дори още по-бомбастичното: International Harvester.²

Едромасхабното и централизирано управление позволяваше още по-лесен контрол над пазари и източници на снабдяване, и по-висока производителност от преди. Производството вече можеше да се съсредоточи в няколко крупни съоръжения, операциите можеха да бъдат разставени

² Стомана на САЩ, Американска рафинирана захар, Американски телефон и телеграф, Американска гума, Американски вълнен текстил, Национална бисквита, Американска консерва, Американски тютюн, Алюминиева компания на Америка, Електроуреди за всички, Коли за всички, Качествен нефт, Международен жътвар (приблизителен превод).

последователно в една линия, материали можеха да се купуват на едро с големи отбивы в цената. Целият производствен процес от суровини до готов продукт вече подлежеше на планиране. Тесните места можеха да бъдат отстранени или поне редуцирани, потокът материали изгладен и последователно насочван към местата, където биват сортирани, влагани или обработени във все по-големи количества, и впоследствие експедирани до едри и дребни търговци по предварително определен график. (Забележително е това, че където грандоманията не съумяваше да донесе желаните печалби, обединената компания се срутваше под собствената си тежест. Малцина днес си спомнят амбициозното начало на [U.S. Leather](#), [National Wallpaper](#), [Standard Rope and Twine](#) или [National Starch](#).)³

3


Значителната концентрация на американската индустрия към *fin de siècle*⁴ не позволи на политическите дебати да се уталожат. Както през голяма част от деветнадесети век преобладаващ спорен въпрос бе казусът с митата, дискусии относно ролята на и доколко законни са гигантските американски корпорации изпъстриха първата половина на двадесети век. Сторожници на гигантските корпорации привеждаха ред аргументи, използвани и при защита на митата: Нужни са предвид задгранична конкуренция (само вижте картелите и синдикатите в Европа!); те са естествена неизбежна стъпка в развитието на индустриалните икономики (знаменитата теория на Чарлз Дарвин е удобно оправдание на всяка наложила се икономическа тенденция, правеща богатите още по-богати и по-силни); генерираха огромни печалби; осигуряваха работни места. Накратко, гигантската американска корпорация бе средството, мобилизиращо и направляващо ресурсите на американската икономика. Предстоеше да обезпечи триумфален разцвет на нацията – на пръв поглед.


Мнозина американци намираха подобни аргументи за неправдоподобни. Гигантските корпорации сигурно бяха ефективни, но разполагаха с опасна власт. Можеха да изиграят ролята на средство за мобилизиране на националния ресурс, но не дължаха никому отчет за стореното. Бяха предпазени от конкуренцията и, паралелно с това, от всякакви специфични изисквания, каквито би могъл да им наложи пазарът; не подлежаха на демократичен надзор и това ги правеше неуязвими от каквито и да е изисквания от страна на обществото.

³ Кожа от САЩ, Национални тапети, Качествени въжета и канапи, Национално нишесте (приблизителен превод)


⁴ края на века – фр.

През първата половина на двадесети век, социалните страсти бяха периодически разпалвани от идеята за заговор на зли корпоративни чудовища във вреда на честни политици. „Господари на правителството на Съединените щати са обединили се капиталисти и индустриалци на Съ-


единените щати”, прогласи [Уудроу Уилсън](#) () в президентската кампания през 1912 г. „Правителството на Съединените щати днес е храненик на нечии конкретни интереси”.⁵ Двадесет и пет години по-късно,

[Франклин Делано Рузвелт](#) () припяваше същата песен, когато за стопанските беди на нацията обвиняваше „икономическите роялисти” на върха на гигантски корпорации, които надуват цените и задушават конкуренцията.⁶ Обратно, европейските политици на власт по време на голямата национална икономическа концентрация на европейската индустрия –

[Дейвид Лойд Джордж](#) () , [Ото фон Бисмарк](#) () , и [Жорж Клемансо](#)

() – бяха учудващо тихи по въпроса за язвите на концентрираната икономическа власт; мълчанието им вероятно бе следствие от относителното безразличие на европейската общественост по темата. Гигантската корпорация остана единствено американска идея-фикс.

Подлежаха ли на някакъв контрол тези гиганти? Нямаше как да бъдат разчленени, без Америка да пожертва печалбите на масовото производство. Във всеки случай, както нацията скоро установи, антитръстовите съдебни дела рядко имаха желанния ефект. След години съдопроизводство, през 1911 г. Върховният съд най-после настоя Стандарт Ойл и Американ Тобако да бъдат разделени; шестдесет и пет години по-късно подобна

съдба щеше да застигне и [Ей-Ти енд Ти](#) () . Но всяка антитръстова победа бе съпроводена от десетки съдебни неуспехи вследствие хватки, каквито само един антитръстов адвокат може да оцени по достойнство: недостатъчни доказателства за монополни подбуди, неправилна дефиниция на понятието свързан пазар, недостоверни данни относно пазарния дял, липса на доказателства за договаряне. Добросъвестната загриженост, поначало подтикнала Конгреса да въведе антитръстово законодателство и

⁵ Чикаго, 10 октомври 1912. *Papers and Speeches of Woodrow Wilson* (Princeton: Princeton University Press, 1926)

⁶ Встъпителна реч, Филадельфия, 27 юни 1936, *Speeches of Franklin D. Roosevelt* (New York: Dutton, 1949)

впоследствие преминала в десетилетия кампанийна реторика, постепенно затихна под монотонното и отегчително неспирно жужене на тягостното съдопроизводство. Някогашното политическо антиitrustово движение се превърна в юридическа специалност.⁷

4

Ако големите корпорации не трябваше и, във всеки случай, не можеха да бъдат декомпозирани и нямаше как да им бъде наложена пазарна дисциплина, не биха ли могли, все пак, да станат по-управляеми? В 1909 г. Хърбърт Кроули, млад политически философ и журналист, в своя бестселър *Обещанието на американския живот* твърдеше, че големите американски корпорации следва да бъдат контролирани от обществото и подчинени на националните интереси. „Градивната идея, вплетена в политиката на признаване на полумонополистичните корпорации е, разбира се, идеята, че те могат да бъдат превърнати в икономически агенти ... недвусмислено в полза на националния икономически интерес”, писа Кроули. Държавното регулиране би запазило ефективността на едрогабаритното производство и би „пренасочило [корпорациите] в служба на националната демократична икономическа система”⁸. Новият Национализъм на Теодор Рузвелт прегърна идеята на Кроули, а Първата световна война я приведе в действие.

Първата световна война даде на американците зачатъчен опит по национално икономическо планиране. Функциите на правителството, които след половин век щяха да бъдат считани за естествени, тук пуснаха своите корени. Военната финансова корпорация (War Finance Corporation), която одобряваше банкови заеми за военната промишленост, бе пряк предшественик на Финансовата корпорация за реконструкции



(Reconstruction Finance Corporation) на [Хърбърт Хувър](#) от 1929 г. и множество механизми за правителствени заеми и кредитни гаранции, които продължиха с Ню Дийл⁹ и стигнаха своя връх със спасяването на [Крайслер](#) през 1979 г. и Сейвингс енд Лоун през 1989. Американската държавна жилищна корпорация (U.S. Housing Corporation) отчуждаваше земя и строеше жилища за военните, полагайки начало на федералната отговорност за държавния жилищен фонд. Двадесет години по-късно Во-

⁷ За преминаването на антиitrustовото движение в юридическа специалност, вж. Richard Hofstadter, “What Happened to the Antitrust Movement?” в книгата *my The Paranoid Style in American Politics and Other Essays* (Chicago: University of Chicago Press, 1952)

⁸ Herbert Croly, *The Promise of American Life* (New York: World, 1909), pp. 362, 379

⁹ New Deal – програма за социално-икономическа реформа в САЩ (бел. пр.)

енният трудов съвет (War Labor Board) за решаване на спорове в промишлеността се превърна в модел на национална система за взаимоотношения между работническото и управленското съсловие. Горивната администрация (Fuel Administration) въведе „безгоривна неделя“; Администрацията по прехраната (Food Administration) при Хувър фиксира цените на стоките; Съвет по корабоплаването (Shipping Board) надзираваше строежа на кораби.

Всичко това бе контролирано от Съвета за военна промишленост (War Industry Board), който открито пренебрегна Антитръстовия закон на Шърман в полза на националното промишлено коопериране. Съветът работеше, по думите на един участник е него, като „градско събрание на американската промишленост“. Институционалното му наследство можем да проследим години напред, към сложните програми на Хувър за „рационализиране“ на американската индустрия посредством стопански асоциации; впоследствие – към злополучната Администрация за национално възстановяване (National Recovery Administration) на Франклин Делано Рузвелт, превърнала се в жертва на вътрешни свади, картелизирани цени и обществено недоверие; и накрая, в още по-голям мащаб, от Съвета за военно производство (War Production Board) през Втората световна война, и през 50-те и 60-те години от субсидии и производствени картели за управление на военни доставчици, нефтени компании, банки, авиолинии и голяма част от телекомуникациите и аерокосмическата промишленост.

През първите четиридесет години на двадесети век, в някои държави националното планиране бе прокарвано в още по-амбициозен мащаб с явен успех. При правителствен надзор главно над тежката промишленост, бълваща серийни количества еднотипна продукция, установяването и налагане на квоти за производство на конкретни изделия бе относително проста задача. През 20-те някои американци наблюдаваха със завист краткотрайния възход на централно управляваната система за национално

производство на [Бенито Мусолини](#) (). [Уолстрийт Джърнъл](#) изказа възхищението си от него в рими:

*On formal etiquette
He Seems a trifle shy;
But when it comes to “go and get”,
He’s some two-fisted guy.*¹⁰

Националният командир на Американския легион с гордост отбеляза, че организацията му всячески наподобява тази на Мусолини, с изключение на името: „Не забравяйте, че фашистите са за Италия това, което е Американският легион за Съединените щати”.¹¹ Съветите, междувременно, прилагаха собствена тяхна форма на държавно планиране с не помалки решителност и успех. Руската промишлена продукция растеше стремглаво; производството само на стомана се увеличаваше с 9 процента годишно през цялото пето десетилетие на двадесети век. (Действително,



през 1959 г., [Никита Хрущов](#) (с право можеше да се похвали, че при темпото, с което растеше, за двадесет години неговата икономика щеше да изпревари Америка)

5

В американската, по-специфична система на държавно планиране обаче, висеше въпросът: Как именно да процедират мениджърите на най-големите американски корпорации съобразно националните цели? Военновременното планиране несъмнено е нещо водещо, но какво би следвало да прави политическият надзор през останалото време? През 1932 г. Адолф А. Бърл и Гардинър К. Мийнз, съответно адвокат и преподавател по икономика, в труда си *Съвременна корпорация и частна собственост*, взеха отношение по всеобщоизвестен въпрос, във връзка с който никой преди тях не бе изказвал еднозначно становище. Висшите служители на големи американски компании, които контролираха ключовите стопански ресурси на нацията и се радваха на лъвски пай от щедростта на правителството, не бяха подготвени дори на собствените си акционери. Директорите управляваха корпорациите „в свой собствен интерес ... отклонявай-

¹⁰ На база общоприетия етикет/ изглежда малко смотан,/ но стигне ли се до „иди и вземи”/ момчето върти здрави юмруци.

¹¹ Цит. в Norman Hapgood (редактор), *Professional Patriots* (New York: World, 1928), p. 62; за допълнителни панатерици за Мусолини, вж. John Booth Cater, “American Reactions to Italian Fascism, 1919 - 1933” (Ph.D. thesis, University of California, 1953)

ки част от средствата с користна цел”.¹² Единствен изход, според Бърл и Мийлз, би било увеличаване правомощията на всички засегнати от дейността на големите корпорации групи от нацията, включително наемните служители и потребителите. „Нито правата на собственост, нито правата за управление могат да противостоят на върховния интерес на обществото.”, предупреждават те; „Единствено правата на общността следва да бъдат изтъквани с висок, ясен глас.”¹³ Бърл и Мийлз считаха, че корпоративният директор занапред ще бъде професионален администратор, който безпристрастно ще претегля нечий права и справедливо ще разпределя печалбите. „Разбираемо е – и изглежда почти належащо с оглед корпоративната система да оцелее, - че “управлението” на големите корпорации следва да премине в чисто неутрална технокрация, която да балансира всеобразните изисквания на множество общностни групи, предоставяйки на всяка дял от паричния поток съобразно съответни критерии и без корист”.¹⁴

Такъв идеал на голямата корпорация относно национален ресурс управляван от професионалисти, подотчетни на конкретни национални институции изглеждаше близък, когато законодателството на Ню Дийл заздрави пазарните устои на социални групи, ошетени от корпоративни решения. По Закона на Уогнър от 1935 г., наемните служители получиха право да се обединяват в профсъюзи и да преговарят колективно. Дребните инвеститори вече се ползваха със защита по Закони за ценните книжа и борсата (Securities and Exchange Acts) от 1933 и 1934 г., дребните търговци получиха равноправие при договаряне с големите вериги магазини по Закона на Робинсън-Патман (Robinson-Patman Act) и щатските закони за „справедлива търговия”. И прочие. Такива „уравновесяващи сили”¹⁵, фактически биха узаконили целта и ролята на големите корпорации в Америка. Постепенно висшите директори на най-големите корпорации в Америка щяха да почнат да гледат на себе си като на „корпоративни държавници”, отговорни за балансиране интересите на акционери, наемни работници, и американската общественост. Странно, но обществеността също щеше да сподели този им възглед.

¹² A. A. Berle, G. C. Means, *The Modern Corporation and Private Property* (New York: Macmillan, 1932), p. 300.

¹³ Ibid., p. 312.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ John Kenneth Galbraith, *American Capitalism: The Theory of Countervailing Power* (Boston: Houghton Muffin, 1952).

Закрилник на нацията

Към 50-те благосъстоянието на отделния гражданин, благополучието на нацията и просперитетът на основните национални корпорации изглеждаха неразривно свързани. Повечето големи въпроси за ролята на големите корпорации в американското общество намериха решение. Нищо не успокоява политическите дебати така добре, както благополучието. Неслучайно това бе десетилетието, в което повечето днешни ръководители на бизнеса и правителството за пръв път се срещнаха с американската индустрия. Първите им впечатления се оказаха забележително трайни; рудиментарното мислене е особено дълговечно у хора, чиито възгледи повлияват възприятията на приятели и близки.

С цел да се подсилят срещу връщане към военновременния контрол под каквато и да е форма и изкушенията на етатизма¹ и комунизма, американските делови среди в средата на века подхванаха оживена обществена кампания, възхваляваща достойнствата на трупането на пари. Дженеръл Моутърз изготвиха пълнометражен холивудски филм, славословещ достойнствата на американския капитализъм. Крайпътни реклами, издигнати от Съвета по рекламата, превъзнасяха благата на свободното предприемачество и пороците на правителственото планиране. Националната асоциация на индустриалците разпространяваше безплатно сред стотици хиляди работници книжка с комикси която обясняваше, че Американската революция била предизвикана от „правителствените плановици“ в Лондон. Президентът на организацията обобщи главните възжеления на отрасъла: „Днешното предизвикателство, наша належаща потребност, е да продадем – да препродадем, ако щете – на свободните американци философията, съхранила нас и запазила икономиката на страната свободна.“²

Подобни усилия едва ли бяха нужни. Ако някои американци от десетилетието на Голямата депресия през 30-те или военното десетилетие хранеха колебливи съмнения относно законността на големите американски корпорации или жизнеността на американския капитализъм, тези им

¹ Етатизъм (на френски: *étatisme*, от *état* – държава) е разбирането, че държавата трябва да контролира (в някаква степен) икономиката, социалната политика, или и двете (бел. моя)

² Цит. по *Fortune*, септември 1950, р. 77

съмнения бяха разсеяни от експлозивното процъфтяване през 50-те. Тогава дори и най-заклетите критици замлъкнаха. Дейвид Лилиентал, плановик на Ню Дийл, възторжено възхваляваше големите американски корпорации в книгата *Големият бизнес: Нова ера* от 1953 г. „Нашето превъзходство в производството и разпределението, нашият икономически триумф е следствие от Мащаба”³ Ричард Хофщедтер, който в историческите си писания понякога се занимаваше с някои непривлекателни страни на американския капитализъм, сега превъзнасяше крупния бизнес: „Всеки лидер на мащабен бизнес би се открил със своите начетеност и учтивост в сравнение с дребен бизнесмен, доста често проявяващ се като упорит антипрофсъюзен работодател – тесногръд и архаичен враг на либерални идеи, поддръжник на групите за бдителност⁴ и на бесните десни”⁵. Списание *Форчън*, в статия във връзка с общественото мнение през 1953 г. показало, че огромно мнозинство американци одобряват големия бизнес, със свойствения си ентусиазъм заключава, че „огромната корпорация – обществена собственост ... се оказва най-значимо явление на капитализма в средата на века. Мащабът на корпорациите е неразделна част от голямата икономика. Каквито и атаки да биват отправяни към тях на теория, големите корпорации са издържали изпита по доставяне на стоки.”⁶

Докато другите големи икономики в света бяха разклатени от Втората световна война, американската бе дръпна напред. Правителствени разходи в безпрецедентен мащаб бяха предпазили нацията от депресия; американската промишленост бе извършила чувовни подвизи в производството; лидерите на американските корпорации се бяха прочули със своята служба на нацията. След войната прогнозите за високо ниво на безработицата не се сбъднаха, а производството отбеляза нови висоти. Джи-Ай⁷ се изсипа отново у дома и се захванаха да създават семейства, да купуват къщи със субсидирани от правителството заеми (през 1950 г. младите семейства се заселваха в нови къщи с безпрецедентното темпо 4000 на ден) и да

³ D. Lilienthal, *Big Business: A New Era* (New York: World, 1953), pp. 47. 190

⁴ Групи за бдителност – расистко движение против десегрегацията през 50-те години (бел. пр.)

⁵ Richard Hofstadter, “What Happened to the Antitrust Movement?”, в книгата му *The Paranoid Style in American Politics and Other Essays* (Chicago: University of Chicago Press, 1952).

⁶ Fortune, October 1955, p. 81. Същата тенденция се откроява в проучване от 1951 г., проведено от Института за социални изследвания към Мичигански университет. Помолени да дадат общи характеристики на социалните последици от големия бизнес, над 75 на сто от анкетираните се съгласили, че „добрите неща преобладават над лошите”. Вж. В. Fisher и S. Withey, *Big Business as the People See It* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 1951).

⁷ Джи-Ай (GI) – американски войник/-ци (бел. пр.)

пълният къщите с миялни машини, сушилни за дрехи, електрически тенджери, кондиционери, перални, бебешки колички, хладилници и телевизори. И за капак – поне една кола във всяка алея. Притежателите на автомобили нараснаха от 10 милиона през 1949 г. на 24 милиона през 1957 г. При изчисляване а на потребителските цени през 1951 г. който включва всички стоки, формиращи разходите за живот на семействата с „умерени доходи“, Бюрото за трудова статистика за пръв път добави телевизорите, електрическите тостери, замразените храни, консервираните детски храни, домашните лосиони за студено къдрене и груповата хоспитализация – колекция нововъзникнали потребности, накараха ню-йоркския *Хералд Трибюн* да попита с кисела ирония: „Какво, нямате черен хайвер ли?“⁸

Масовото производство в голям мащаб, разбира се, вървеше ръка за ръка с масовото потребление. Най-накрая имаме общество, за каквото Дж. А. Хобсън бленуваше преди половин век – срещащо пазари за своята продукция у дома. Американците намираха консумацията за свое патриотично задължение и възприемаха мисията на родната икономика като призвание да им осигури такава възможност. „Икономическото спасение – както национално, така и лично – няма нищо общо със стискане на стотинките“, пледираше в 1953 г. една реклама на Гимбелс, ню-йоркски универсален магазин. „Икономическото оцеляване зависи от потреблението. Ако искате повече баница утре, трябва да изядете повече баница днес. Колкото повече консумирате, толкова повече имате, при това: по-бързо“⁹.



Председателят на Икономическия съвет¹⁰ при Айзенхауер (Paul Mazur) го изказа официално: „Крайна цел на американската икономика“ заяви тържествено той, „е да произвежда повече потребителски стоки“.¹¹

⁸ *Herald Tribune*, January 17, 1951, p. 18. Вж. също *Fortune*, February 1954, p. 64.

⁹ *Fortune*, September 1953, p. 99.





¹⁰ Council of Economic Advisers

¹¹ *Fortune*, September 1953, p. 94. Известен banker-инвеститор от същото време изложи въпроса още по-недвусмислено: „Не покупателната способност, а покупките, не производството, а потреблението, са водещи фактори на икономиката“. Paul Mazur, *The Standards We Raise: The Dynamics of Consumption* (New York: World, 1953), p. 29

2



Американската икономика през 50-те години бе мотора на масовото производство. Определящите я характеристики са все още здраво отпечатани в колективната памет на Америка и, макар че образът няма почти нищо общо с днешната организация на икономиката, той продължава да обуславя мисленето на много американци в края на XX-ти век.



Ядрото на икономиката обхващаше около петстотин крупни корпорации, които към средата на века произвеждаха към половината от националния промишлен продукт (около една четвърт от индустриалното производство на свободния свят), притежаваха приблизително три четвърти от индустриалните активи на нацията, получаваха около 40 процента от националните корпоративни печалби и наемаха над един на всеки осем нефермерски работници в страната. Най-големите от тези корпорации бяха действително изключително мащабни. Първите 28 държаха около 10 процента от наетите в промишлеността¹². Дженеръл Моутърз, най-голямата промишлена компания в света, сами отговаряха за 3 процента от brutния национален продукт (БНП) на Америка през 1955, еквивалентни на почти целия БНП на Италия (при все по-горе цитираните ласкави слова на [Уолстрийт](#) за Мусолини). Активно рекламираната програма за развитие на Дж. М. през нея година дори бе набедена, че възвестява национална рецесия в икономиката¹³. Стандарт Ойл от Ню Джърси и Ей-Ти енд Ти поотделно имаха доходи, по-големи от тези на Дания.

Представената първична съвкупност основни корпорации можем да групираме по двойки и тройки в двадесет-тридесет базови отрасли на американската индустрия, където ключовите участници са нормирали цени, заплащане и методи на масово производство. В стоманената индустрия доминират трима участници: Ю.С. Стийл, Рипъблик и [Бетлеем](#) (); при електрическите уреди и оборудване – двама: [Дженеръл Електрик](#) и [Уестингхауз](#) (); в химическата промишленост: [Дюпон](#) (), Юниън Карбайд и Алайд Кемикъл; в преработката на храни: Дженеръл Фуудз, Куйкър Оутс и Дженеръл Милз; в тютюна: Р. Дж. Рейнолдс, Лигет & Майерс и Америкаън Тобако; в реактивните двигатели: Дженеръл Електрик и [Прат & Уитни](#) (); при автомобилите: Дженеръл Моутърз, [Форд](#)


¹² Числените данни са от М. А. Aldeman, “The Measurement of Industrial Concentration”, Review of Economics and Statistics, Vol. 32 (November 1951).

¹³ Time, January 2, 1956, pp. 40 – 51.

() и [Крайслер](#) () , и т.н. през безбрежната шир на американската индустрия.

Край тези основни корпорации бяха подредени няколко хиляди не чак толкова големи индустриални и множество крупни сервисни организации, обслужващи нуждите на основните корпорации – банки, застрахователни компании, железници и търговци на дребно, като [Сийърз](#) () , [Монтгомъри Уорд](#) () и Дж. К. Пени. Обкръжаваха ги, като вътрешните пръстени на Сатурн, стотици хиляди по-малки предприятия, обслужващи пазарните ниши за специализирани стоки, които не могат да бъдат произвеждани ефективно в голям обем, заедно с дребни търговци, заети с разпространение и разпродажба на масово произвеждани стоки. Друга част от частната икономика обхващаше ресторанти, юридически фирми, фризьори, търговски агенти и прочие обитатели на Мейн Стрийт¹⁴, и намаляващ брой семейни ферми. За разлика от главните корпорации, които са в състояние да планират своето производство напред във времето бидейки сигурни с голяма степен на достоверност, че то ще се продава на предварително разчетени цени, малките участници в периферията са чувствителни към капризите на пазара. Положени на непрестанна заплаха, техните собственици и служители живеят в постоянен страх и несигурност.

Поради мащабите и централна роля в икономиката, главните американски корпорации все по-често се отъждествяваха и биваха приравнени от американци и представители на други нации с американската индустрия като цяло. Те закриляха националната икономика; успехите им бяха успехи на нацията. Действително *съставляваха* американската икономика.

Огромните сгради с щаб-квартири на основните корпорации бяха храмове на американския капитал, олицетворяващи мощта и сигурността на страната: Щаб-квартирата на [Дженерал Моутърз](#) в [Детройт](#), [Ар-Си-Ей](#)¹⁵ () билдинг в Ню-Йорк, [Ливър Хауз](#), [Крайслер Билдинг](#). Емблемите на корпорациите и лозунгите на всеки ъгъл напомняха на потребители по целия свят динамизма на американската инициатива. Ю.С. Стийл без стеснение избра за мото на компанията грандиозното твърдение: „Както върви стоманата, така върви нацията”. (Посъветвана от службата си за връзки с обществеността, че мотото може да навлече обвинения за всеки следващ провал в икономиката, след няколко години компанията тихомълком пренареди думите по следния начин: „Както върви нацията,

¹⁴ Main Street – голяма търговска улица в Ню Йорк

¹⁵ RCA – Radio Corporation of America (Американска радиокорпорация)

така върви стоманата”¹⁶) Чарлз Ерик Уилсън („Чарли Мотора”), президент на Джeneral Моутърз, когато през 1953 г. Айзенхауер го покани да стане министър на отбраната, запитан при изслушването пред Сената дали ще може да вземе решение в полза на Съединените щати, което да е против интересите на Джи-Ем, гласно изрази обичайния възглед. Относно такава вероятност отсъди, че подобна конфликт е невъзможен. „Не мога да си го представя, защото години наред съм мислел, че което е добро за нашата страна, е добро за Джeneral Моутърз, и обратното. Разлика не съществува. Нашата компания е твърде голяма. Тя върви успоредно с благосъстоянието на страната”.¹⁷

3

Основните корпорации не само наводниха Америка със стоки; създадоха и милиони работни места, разширявайки редиците на американската средна класа, което пък окрупни масовия пазар за такива стоки. Към средата на 50-те, над половината от всички американски семейства охотно се причисляваха към нея група (определяна като семейни единици, получаващи от 4000 до 75000 долара след облагане с данъци, в долари от 1953 г.) Характерно е, че повечето глави на семейства от средната класа бяха не висши служители или директори на компании, а квалифицирани и полуквалифицирани фабрични работници и чиновници, грижещи се за потоци изделия и оперативни документи в голямата корпорация.

Възходът и ръстът на американската средна класа бяха сред главните достижения на американския капитализъм, за които основните национални корпорации можеха да си припишат съществени заслуги. През 1929 г., най-високоплатените 5 процента от американците получаваха 34 процента от общите лични доходи, но към 1946 г. този дял слезе на 18 процента („над половината път към идеалния паритет” – разгласяваше Националното бюро за икономически изследвания¹⁸). Делът средства на горният 1 процент от хората с най-високи доходи продължи да спада: от 19 процента от общия обем през 1929 г., до 7,7 процента през 1946 г.¹⁹

През 20-те изглеждаше, че американският капитализъм ще се разцепи по класов признак: участ, която не би изненадала Карл Маркс. Социоло-


¹⁶ *Fortune*, April 1950, p. 91.

¹⁷ U.S. Senate, Armed Services Committee, *Confirmation Hearings on Charles E. Wilson as Secretary of Defense, February 18, 1953*.

¹⁸ Цит. по *Fortune*, June 1951, p. 67

¹⁹ От U.S. Bureau of the Census, *Historical Statistics of the United States: Colonial Times to 1957* (Washington, D. C.: U.S. Government Printing Office, 1960)



зите [Робърт С. Линд](#) () и съпругата му [Хелън Мерел Линд](#), след наблюдения над живота в Мюнси, [Индиана](#) (малко градче с 35 000 жители, което Линдови взели като представително за Америка, и нарекли с името „Мидълтаун“), регистрират явно диференциране: „На пръв поглед отсъства някакво подобие на закономерност в ежедневиия живот на общност, пъстър набор от сигурно четиристотин начина да си изкарват хляба... При по-детайлно вглеждане обаче, в бъркотията се открояват два вида дейности. Хората, заети с тях в този доклад ще означаваме като Работническа класа и Бизнес класа. Представителите на първата група като правило насочват усилия за изкарване на прехраната главно към вещи, услуги и идеи... Представителите на работническата класа са два пъти и половина повече от членовете на бизнес класата... В крайна сметка, именно разделението на работническа и бизнес-класа диференцира отчетлива жителите на града. Самият факт, че си роден от едната или другата страна на вододела, обособен неявно от двете групи, е главен културен фактор определящ какво ще правиш по цял ден през своя живот тепърва.”²⁰

Университетски учебник по социология от 1956 г., озаглавен *Американска класова структура*, отбелязва колко далеч е вече Америка от класовото разделение на Мидълтаун през 20-те, и отдава голяма част от промяната на новата преобладаваща организация на производството. Основните корпорации на Америка бяха притъпили различията между тези, които работеха с инструменти и хората, продаващи услуги и идеи, създавайки голяма междинна група от квалифицирани и полуквалифицирани работници, майстори, контрольори, низови ръководители и техници. „Всички са наети, а не собственици. Местата им в системата зависят от правилата на бюрократичното наемане и издигане; бизнесът все повече започва да напомня държавна обществена служба. Човек избира основното ниво на което ще работи, в зависимост от типа и качеството придобито обучение; останалото се свежда до бюрократична конкуренция”. Авторът на учебника прави опит да демонстрира как корпоративната бюрокрация упражнява уравниловъчен ефект върху доходите, издигайки долните стъпала и ограничавайки висшите чрез категоризиране на работните места по подобие на държавните служби. „Доходът зависи от функционалната роля в бюрократичната структура. Тенденция при разпределение на доходи-

²⁰ R.S. Lynd и H.M. Lynd, *Middletown* (New York: Harcourt, Brace, 1929), pp. 21 – 24. През 1935 Робърт Линд се върнал в Мидълтаун, за да открие по-голям град с 47 000 жители, чиито главни компании били централизирани в по-големи единици отпреди, и били по-зависими от националните корпорации. Дистанцията между работник и мениджър – между работническа и бизнес-класа – се била увеличила. *Middletown in Transition* (New York: Harcourt, Brace, 1937)

те бе намаляване на неравенствата. Собствениците получаваха по-малък дял в сравнение с наетите служители; професионалисти и чиновници не съумяваха да изляват част от своите предимства пред индустриалните и общи работници”.²¹

Корпоративната бюрокрация създаде нова, растяща средна класа американци, чиито доходи произтичаха не от собственост върху активи, а от бюрократичен ранг. „Болшинството от нас са наемни служители”, отбелязва главният автор на уводни статии в списание *Лайф* при обръщение от 1952 г. „Като индивиди, ние може да притежаваме значително имущество, но обикновено не притежаваното от нас ни носи средства за съществуване. Същевременно, не собствеността на корпорацията върху материалните активи е единствена причина, поради която работим в нея. Ние даваме своя принос, защото самата организация ... се е превърнала в производствена единица”.²²

Разбира се, Америка на 50-те все още криеше големи неравенства. Крайно бедните оставаха почти невидими. Чернокожите открито бяха причислявани към втора категория граждани. Малко жени се осмеляваха да преследват професии, различни от учителска и такава на детегледачка. (През 1957 г. от авиокомпания Юнайтед Еърлайнз гордо обявиха, че нейната „делова” линия между Ню Йорк и Чикаго предлага удобни чехли, пържола за обяд и „никакви жени на борда, освен двете стюардеси”)²³. Десетилетия трябваше да минат, преди тези бариери да започнат да отпадат, дори когато все повече и повече американци влязоха в големите, стабилни и стандартизирани бюрокрации на корпоративна Америка.

²¹ J. Kahl, *The American Class Structure* (New York: Holt, Rinehart, 1956), pp. 109 – 10.

²² John Knox Jessup, Harvard Business School, June 7, 1952. Вж. също Hofstadter, op. cit., p. 218: „Съвременната корпорация се оказва по-добра среда за социална подвижност и възможности, отколкото старата система на индивидуално и семейно предприемачество”.


²³ Fortune, May 1957, p. 106.



4

В организационен план, корпоративната бюрокрация в Америка наподобяваше военната бюрокрация за ефикасно изпълнение на предначертани планове. Едва ли случайно военните ветерани, запълнили основните американски корпорации на 50-те, се приспособяваха така естествено към армейската йерархия в тях. Тя се описваше с почти същите термини като военната – включваше последователности от команди, диапазони с правомощия, класификация на работните места, отдели и ръководства отдели, и стандартизирани работни процедури за провеждане на всяко едно решение. Когато нещо не ти е ясно, прочети инструкцията. Всички работни места касаеха предварително дефинирани процедури и отговорности. Организационни схеми представяха графически представената вътрешна йерархия като започнем с голямата кутийка на върха, олицетворяваща главния ръководен служител, и продължим по етажите надолу с все по-малки и по-гъсто населени кутийки. Както в армията, силен бе акцентът върху качеството на ръководителя да изисква вяност, дисциплина и безпрекословно подчинение, и над способността му да мотивира своите подчинени.

Стриктното изпълнение на плановете предполагаше Абсолютен контрол. А точността бе необходима с оглед постигане на икономии от мащаба при масовото стоково производство и упражняване на ефективен контрол на цените и пазарите. Тук също се наблюдаваше поразително сходство с армейските команди. Както на война, стратегическото планиране изискваше решение каква е заветната цел, последвано от план за мобилизация на ресурси и личен състав, предвид желания ефект. Големите корпорации се стремяха да поддържат непрекъснато производство на голям обем стоки на цени, покриващи разходите и осигуряващи им прилична печалба. Производството следваше предварително установени цели, а продажбите: указани квоти.

Системата не изключваше нововъведения. Новите изобретения обаче навлизаха с резки скокове, а не равномерно. Малките подобрения не подлежах на планиране и надлежен контрол. Големите промени, от друга страна, изискваха щателна подготовка. Нови проекти на изделия придобиваха завършен вид в лабораторията. Впоследствие финансови стратегии и пазарни специалисти анализираха задълбочено продукта и целият производствен процес биваше преработен и приспособен. Инсталираха се нови машини, конфигурираха се монтажни линии, привличаха се нови доставчици, планираха се внимателно нови рекламни и маркетингови кампании. Стриктната подготовка бе критична за масовото производство,

защото всяка стъпка трябваше да се координира с множество други. И доколкото голямата американска корпорация от средата на XX-ти век реинвестираше изцяло половината от дохода в нови заводи, оборудване, изследвания и развойна дейност, пресищането на пазара бе нещо немислимо и изключено да се случи. Разработването на първия годин за продажба домашен телевизор отне на Ар-Си-Ей повече от десетилетие. На Дюпон им бяха нужни повече от дванадесет години, за да вкарат найлона в производство. [Юниън Карбайд](#) () изгубиха над седемнадесет години, докато внедрят хидрирането на въглища. Случаен неуспех на продукт

от типа на Фордовия модел [Едсел](#) () , например, бе забележителен единствено в ролята на изключение от общото правило за щателна проверка и успешна подготовка. (Нелош пример, симптоматичен знак за прибързано ексцентрично планиране: На първите вестникарски фотографии на обречения автомобил, представен на разточително парти у Форд, на фона на плавните звуци на оркестъра на покойния [Глен Милър](#) () , колата се губеше на фона на бляскавите музикални стойки, декорирани с нещастните – за Форд – инициали на ръководителя на оркестъра.²⁴)

5

На върха на голямата бюрокрация, корпоративните държавници заемаха кутийка прекалено голяма, за да се събере на която и да е организационна схема, и не пропускаха възможност да информират нацията, – с думи, описващи *mot à mot* идеала, изказан от Адолф Бърд и Гаринър Мийнс двадесет години по-рано, – че тяхната работа се състои в това да балансират нуждите на всеки, повлиян от дейността на корпорацията, включително и обществото като цяло. „Работата на мениджмънта”, обяви Франк Ейбърмс – председател на управителния съвет на Стандарт Ойл от Ню Джърси – в обръщение от 1951 г., нещо съвсем типично за него време, „е да поддържа справедливо действително равновесие между разнопосочните интереси на различни групи ... акционери, наемни служители, потребители, и обществото като цяло. Ръководителите на бизнеса получават все по-висок професионален статус, отчасти защото виждат в своя труд главните отговорности [пред обществото], които други професионалисти отдавна са признали в техния”²⁵ *Форчън* тържествено поучаваше своите читатели, че дългът им като корпоративни служители, е да под-

²⁴ Инициалите на Глен Милър съвпадат със зловещата за Ford абревиатура GM на General Motors (бел. моя)

²⁵ Цит. във *Fortune*, October 1951, p. 98.

държат широка национална перспектива: „Ако подходим с професионална гледна точка, ръководителят трябва да възприеме странично, резервирано отношение към възможностите и тактиката на момента. Трябва да играе роля на индустриален държавник”.²⁶

Това не беше поза. Ролята на индустриалния държавник идваше естествено при тези хора, много от които бивши служители на високи държавни нива през Втората Световна война и впоследствие, през 50-те, отново участници в правителствени съвещателни групи, комисии, специализирани комитети и целеви формации. Когато „Чарли Мотора” Уилсън доведе със себе си в Пентагона цял взвод ръководители от Дженеръл Мо-



утърз, [Адлай Стивънсън](#) (и) ехидно отбелязва, че Америка е иззела управлението от ръцете на Ню-дилърите²⁷ и го е прехвърлила на автомобилните дилъри. Самообявилите се корпоративни държавници често свидетелстваха против Конгреса и не пестяха нито време, нито мнения за това кое е добро за нацията. Възгледите им печелеха внимание ако не за друго то затова, че тези хора разполагаха с небивала власт в икономиката. Решенията им – дали да се вдигнат цените и с колко, да се строят ли или затварят фабрики и дали да се наемат или уволняват още работници – често се оказваха критични за цели райони на страната и за нацията въобще.

Личното им влияние се подхранваше от тенденцията да се съгласяват един с друг по главните въпроси на деня. Това не бе заговор или интрига, а по-скоро следствие от натрупан сходен житейски опит и получените почти еднакви напътствия в жизнения път. Бяха посещавали едни и същи престижни училища, колежи от Бръшляновата лига²⁸, и бизнес-школи. Четяха неизменните вестници, членуваха в общи клубове, и почиваха в едни и същи курорти. Всеки членуваше в директорски съвети на компания, притежавана от някой измежду тях. (Напускайки Министерството на отбраната през 1957 г., Чарли Мотора информира журналистите с присъщата си прямота, че очаква да бъде поканен в съветите на някои корпорации „просто за да не губи контакт със свои стари приятели”²⁹). Накратко, корпоративните държавници в Америка виждаха проблемите и възможностите пред нацията по един и същи начин, защото гледаха на всичко почти еднакво.

²⁶ Ibid., 99

²⁷ New Deal – програма за социално-икономически реформи в САЩ

²⁸ Ivy League – верига престижни учебни заведения в САЩ

²⁹ Цит. във *Fortune*, July 1957, p. 94

След тях имаше главни директори и стратегически плановици, които предвиждаха нарастващи обеми продукция. А непосредствено под тях фигурираше слой старши вицепрезиденти, ръководители отдели и старши управители, които прокарваха планове на тактическо равнище. По-надолу следваше слой ръководители средно ниво - помощник вицепрезиденти, заместник директори, контрольори и др., които свеждаха наставления в йерархичен порядък, предаваха информация нагоре по веригата и посредничеха при разрешаване на конфликти.

Мениджърът на междинно ниво в стандартната американска корпорация в средата на двадесети век не беше, според господстващите стандарти, заклет индивидуалист. Действително, склонността му към конформизъм на времето бе тема на множество коментари. Той беше, според бестселъра на социолога Дейвид Ризман *Самотната тълпа*, анонимна „пионка в нечий ръце“³⁰, безличен „организационен човек“ (според друг бестселър на епохата)³¹. Конформизмът и послушанието, обаче, идеално отговаряха на стандартизираната система за масово производство, която той надзираше. Организацията нито имаше високи изисквания, нито търсеше нови идеи. В едно проучване от 50-те сред корпоративните директори по човешки ресурси, натоварени да наемат и издигат междинни ръководители, 70 процента бяха съгласни с констатацията: „Понеже дните на стохастичен растеж на корпорациите отминаха, организацията се нуждае от гъвкав администратор усвоил уменията да управлява, ангажиран главно с междучовешки взаимоотношения, и търсещ начини да превърне йерархичната структура в гладко работещ отбор“.³²

„Организационният човек“ идваше в корпорацията направо от колежа и често оставаше до пенсия. От 800-те висши ръководители в 300-та най-големи корпорации, проучени през 1952 г., три четвърти бях били в една и съща корпорация над двадесет години.³³ Както „човекът на заплата“ в Япония от последните десетилетия на двадесети век, средният мениджър в Америка в средата на столетието бе лоялен бюрократ.

6

По-надолу от средния мениджър беше разположен пехотинецът на американския капитализъм — производственият работник, който се кип-реше със синя якичка, носеше канче с обяд, вършеше една и съща работа

³⁰ D. Riesman, *The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character* (New Haven: Yale University Press, 1950)

³¹ W.H. Whyte, Jr., *The Organization Man* (New York: Simon & Schuster, 1956).


³² Цит. по-горе.

³³ The Editors of *Fortune*, *The Executive Life* (Garden City, N.Y.: Doubleday, 1956), p. 30

час след час, ден след ден. Към средата на XX-ти век, 15 милиона от тях – цели 70 процента от фабричните работници, миньори и железничари в Америка, - членуваха в профсъюз. Преди и веднага след войната, те се бяха впуснали в люти спорове с администрацията, но към 50-те свадата затихна. Отчасти това бе следствие от Закона Тафт-Хартли, прокаран през 1947 г. от Конгрес, несъмнено предразположен към нов възход на американския бизнес. Законът забраняваше „затворени цехове” и вторични бойкоти, и даде на Президента власт да отменя стачки, застрашаващи националните здраве и сигурност, както и право да изиска деветдесетдневен период за „охлаждана на страстите”, преди да бъде обявена стачка.

Примирието между труд и мениджмънт все повече ставаше функция на растящата бюрокрация в американската икономика. Конфликти все по-често назряваха не при локаут или на пикетната линия, а в конферентни зали, претъпкани с адвокати и чиновници. Големият Труд сам по себе си

стана бюрократично отражение на Големия Бизнес. [Уолтър Ройтер](#) ()

и [Джон Л. Люис](#) () бяха не по-малко известни и почти толкова могъщи, като Чарли Мотора. И пак толкова благоприятни: „Новият профсъюзен лидер е представител на нова класа”, твърдяха издателите на *Форчън*. „Заплатата му е голяма. Той е публична фигура и се радва на почетно място в обществото”.³⁴ Големият Труд се присъедини към истаблишмънта. „Профсъюзни лидери охотно биват канени в граждански съвети, общински каси и патриотични организации... Растящ брой синдикални водачи започнаха да парадират с академичен блясък, кипрейки се с мантията и алената шапка на почетни степени”.³⁵

Всеки профсъюз имаше национален щаб със заети в него висши чиновници, техните екипи, средни управители и множество специалисти. Под тях следваха регионални управители с техните екипи и т.н., чак до цеховите отговорници. При преговори, докато лидерите на националните профсъюзи сипеха гръмогласни заплахи пред пресата, бюрократи и специалисти от двете страни зад затворени врати сравняваха числа и финансови данни, и изготвяха споразумение.

Подобни компромиси бяха възможни, защото профсъюзите бяха организирани по индустриални отрасли – автомобили, самолети, стомана, гума, корабостроене, стъкло, хартия, електроуреди, химикали, - така че

³⁴ Daniel Bell, “The Language of Labor”, *Fortune*, September 1951, p. 86

³⁵ Цит. по-горе

дадено увеличение на надници или осигуровки обхващаше автоматично работниците от всички компании в отрасъла. Доколкото основните корпорации във всеки отрасъл вече бяха координирали цените, за преговарящите от страна на компанията бе относително лесно да се съгласят на щедри увеличения на надници и осигуровки, и после да ги прехвърлят на потребителите с по-високи цените. Корпоративните функционери намираха подобен благ подход за далеч по-приемлив от стачки и прекъсвания на производствения процес, които нарушаваха гладкия³⁶ ход на едросерийното производство. Профсъюзните водачи също започнаха да осъзнават докъде могат да ескалират своите искания, без да предизвикат ненужна тревога сред политическата класа, загрижена за инфлацията. „Там, където имаме стабилна индустрия и профсъюз на място, ще стигнем до ситуация, в която стачка е безсмислена” – отбеляза Джо Мийни, президент на АФТ-КПП.³⁷

Организираната част от американската работна сила отбеляза лек спад през 50-те и 60-те, но при все това щедри трудови договори определяха нива на надниците в цялата промишленост, които на спираха устойчиво да растат. Повече от четвърт век, от края на Втората световна война до 1973 г., реалните възнаграждения на американските производствени работници растяха средно с от 2,5 до 3 процента всяка година. Заедно с тях растяха и осигуровките. През 1950 г. само 10 процента от профсъюзните договори осигуряваха пенсии, и само 30 процента включваха обществено осигуряване; пет години по-късно 45 процента осигуряваха на работниците пенсии, а 70 процента включваха осигуровки живот, за злополука и медицинска застраховка, включително хоспитализация и майчинство. Платените отпуски, както и допълнителните осигуровки за безработица (освен изплащаните от щатите) на съкратени работници, се превърнаха в норма. През него десетилетие надниците биваха автоматично ирани при всяко нарастване издръжката на живота вследствие инфлация.

Красноречив за протеклата трансформация бе начинът, по който американското общество започна да третира организирания труд. От социално движение, профсъюзите преминаха в официална политическа и икономическа институция, споделяща паралелно с Големия Бизнес доверието и отговорността за осигуряване на непрестанно растящия просперитет на нацията. За експлоатираните трудещи се 30-те бяха ера на пролетарска драма, представена в язвителната едноактова пиеса на Клифърд Одет *В очакване на Лефти*. „Ние сме буревестници на работническата класа”, дръзко заявява един от героите във финалната сцена, след като Лефти,

³⁶ За Lean Manufacturing, вж. [тук](#).

³⁷ Цит. по-горе

опитал да организира профсъюз, е убит от босовете, „и когато ние загинем, те ще осъзнаят колко много сме сторили за създаването на един нов свят”. Накрая завесата пада под въодушевените възгласи на работниците: „Стачка! Стачка! Стачка!”.


Към 1950-та година, пролетарската драма бе заместена от музикална



комедия – Бродуейски хит за 1954 г. – *Пижамени игри* (Pyjama Party). Отново заплаха със стачка, но в компанията на Слийп Тайт Паджама. Развръзката е малко по-различна и характерна за новото време. След серия фарсови сблъсъци, младият реакционен президент на компанията най-накрая удовлетворява искането на своите работници за по-висока със седем цента и половина часова ставка. На финала, президентът се появява във веселата шумна игра – пижамено парти – на работниците.

Националната сделка

Точно както отделният бизнес би вървял по-добре, ако влагахте част от печалбите в подобрения, така бизнес системата като цяло би функционирала по-добре, ако влагахте част от националния доход в подобряване на доходите и положението на групите с нисък статус, давайки им възможност да купуват повече стоки и така да разширяват пазара за всички.

[ФРЕДЕРИК ЛУИС АЛЪН](#) ,
Голямата промяна (1952)

В замяна на желания просперитет, американското общество прие легитимността и трайното присъствие на основните американски корпорации. Правителството никога вече нямаше да се бърка в прерогативите на мениджмънта. Вредните странични ефекти върху обществените здравеопазване и безопасност, околна среда и граждански права щяха в крайна сметка да бъдат регламентирани, но връщането към военновременния контрол, индустриално планиране в годините на Депресията и всякакви флиртове с държавната собственост като в някои европейски и азиатски държави, бяха немислими. Правителството не можеше да налага антитръстови закони с жар и страст, каквито периодически бяха заразявали реформаторите от отминали десетилетия. Тихият сговор на най-големите компании във всеки отрасъл (или на по-техническия и успокояващ език на икономическата наука: „олигополна координация“) би бил приемлив компромис при планиране на масовото производство в частния сектор.

Вместо това, правителствените чиновници възприеха като една от своите главни отговорности запазване рентабилността на основните американски корпорации. Правителството щеше да предоставя нисколихвени заеми за закупуване на нови домове – важен стимул към масово потребление. То щеше да опита да изгладя икономическата цикличност така, че основните корпорации да съумяват по-лесно да планират масовото производство без резерви относно непредвиден спад или неочакван подем в

търсенето на тяхна продукция. Плановиците в Управление на Федералния резерв и Бюджетно бюро щяха съответно да променят паричната маса в обръщение и правителствените разходи в опит да уравновесят тенденциите към икономически подем и срив. Президентите можеха да договарят с основните директори на ключови корпорации и профсъюзни лидери условия за въздържание от прекомерни увеличения на цени и заплати, но само в извънредна обстановка правителствата можеха да предприемат опити за пряка намеса.

Колко висока инфлация е допустима, обаче, остана неизяснен въпрос. Консервативните републиканци, в редиците на чиито избиратели са много от лидерите на американския бизнес, предпочитаха да не ровят в жарта на инфлацията, дори и с риск от растеж в безработицата. Позицията им бе разбираема предвид това, че сред избирателите им фигурираха множество субекти отдали кредити, които при инфлация биха се обезценили, а те не искаха да са сред първите, загубили работа в случай на икономически спад. Демократите, на свой ред, предпочитаха висока заетост дори с риск от известна инфлация. Тази им позиция бе разбираема, предвид склонността на избирателите им към теглене на заеми и относително понесигурна работа. Излезлият наяве партиен сблъсък с Конгреса доведе до компромисния Закон за заетостта от 1946 г., в който първоначалният вариант „пълна“ бе заменен от „максимална“ заетост – мъглав указ, който не доведе почти до нищо.

2

Подготовката на американските деца за добре платена работа бе друга област на обществената отговорност. Предвид американската система на масово стандартизирано производство, мисията не беше прекомерно обременяваща. Единствени изисквания за болшинството работни места бяха способност да разбираш прости устни и писмени указания, и нужния за тяхно изпълнение себеконтрол.

Това превърна американските прогимназиални и средни училища от 50-те години на XX-ти век в огледално копие на системата за масово производство. Децата минаваха от клас в клас съобразно предварително планирана поредица стандартни предмети като на фабричен конвейер. На всеки етап в главите им се наливаха съответни факти. Тези с най-добра способност да запомнят данните и с най-добро поведение биваха поставени на бързата лента през цикъла предмети; децата с най-лоши способност да помнят факти и дисциплина – на най-бавната. Повечето ученици завършваха на конвейерната лента със средна скорост. В определени контролни депа рутинно се прилагаха стандартизирани тестове за измерване

колко от фактите са се запечатали в малките глави, а „производствените дефекти“ биваха сваляни от линията и връщани за доработка. Досуш както в системата за масово производство, най-важни бяха дисциплината и редът.

И тук стандартизацията носеше икономии от мащаба. Както фабричните работници, и учителите имаха малка свобода на действие в това, което правеха на всеки етап край линията. От тях се изискваше да следват плановете, съставени от специалисти на висше ниво в образователната йерархия, сведени им през пластове пълномощници, инспектори, помощник инспектори и училищни директори надолу по веригата. Както при фабричното производство, повече означава по-добре: малките училищни окръзи неотклонно биваха обединявани във все по-големи формирования, които полагаха начало на огромни централизирани фабрики, наречени районни училища, пригодени да обработват гладко и непрекъснато все по-голям брой деца.

Това осигуряваше идеална подготовка за света на масовото производство. В началото на 30-те, образователният експерт Елууд П. Къбърли бе изказал предвещание за идеалното американско училище със сходни термини: „Нашите училища са, в известен смисъл фабрики, в които суровият материал се оформя и преработва в продукти, отговарящи на специфични житейски изисквания. Детайлите при изработка произтичат от цивилизационните изисквания на двадесети век, а работа на училището е да изгражда личности съобразно спуснатите директиви. За целта са нужни добри инструменти, специализирани машини и непрестанно следене дали и доколко продукцията отговаря на спецификациите, и отстраняване на негодните изделия”.¹ Дори успешното изстрелване на спътник от Съветите през 1957 г., накарало нацията на момента да се усъмни в качеството на американското образование, не постави под съмнение валидността на подобна представа. Отговорът на САЩ бе не да преосмисли организационните принципи на американското обучение, а да задели допълнителни фондове с цел учителите да станат по-ефективни в масовото производство – особено по математика и естествени науки.

Горните 15 процента гимназиални ученици, обработени най-експедитивно на бързата лента, постъпваха в четиригодишни колежи и университети, откъдето биваха разпределени в директорската пътека, водеща към върха на корпоративната йерархия. Малко над половината от останалите щяха да отпаднат преди завършване на средно училище. Проявената упоритост все още не носеше съществени финансови привилегии.

¹ E.P. Cuberly, *Public Education in the United States* (Boston: Houghton Mifflin, 1934)

Добре платена работа в производството очакваше както завършилите средно училище, така и по-посредствените; водещите американски корпорации отдаваха безпрекословно своя дял по негласната сделка.

3

Националната отбрана беше трета сфера на обществена отговорност. Съветската заплаха придаваше нов смисъл на предполагаемото тъждество между национална икономика, базови корпорации и благоденствие на американския народ. Спорът капитализъм-комунизъм се водеше не само по границите на Съветската империя, но и по фронтовете на глобалната икономика. Вследствие, икономическата мощ на Америка в средата на века бе тълкувана като производна на нейната отбранителна готовност, а нищо не олицетворяваше по-добре този ѝ капацитет от водещите американски корпорации.

Ролята на отбраната по време на Студената война бе идеално оправдание на инвестициите в държавния сектор. Косвен принос на *спътника* към американското образование бе удачното назованият Образователен закон на националната отбрана². Официалната му цел бе да се подготвят повече учени и инженери, така че руснаците да не бъдат водеща сила в Космоса. По подобен начин законодателството, дало начало на новата национална система автомагистрали, - 40 000 мили прави четирилентови магистрали на мястото на старите двулентови федерални пътища, свързващи градове и селища, - бе наречено Магистрален закон на националната отбрана³, и бе обосновано в залите на Конгреса като средство за ускорено придвижване на мунииции в пределите на страната при случай на война. Явно вероятни други последици, добри или лоши – че може да доведе до поява на хаотично разпръснати предградия и търговски артерии, да навреди на дребните търговци от централните градски части, да възпрепятства строителната промишленост, да породи по-голямо търсене на коли, да създаде цяла нова товарна автомобилна промишленост, и радикално да снижи разходите за превоз и разпространение на стоки в Америка – не бяха открито обсъждани.

Не бе открито заявено и че милиардите долари за изследване, проектиране и строителство на сложни оръжейни системи също биха стимулирали създаването на нови технологии и стопански възможности. Изпълнителите на военни поръчки изобретиха транзистора, който впоследствие щеше да намери приложение навсякъде – включително в телевизори и

² National Defense Education Act

³ National Defense Highway Act

електронни часовници. Учени от военнопромишления комплекс, както цветисто го нарече Айзенхауер, щяха да изобретят твърдите пластмаси, оптичните влакна, лазерите, компютрите, реактивните двигатели и съвременни самолетни конструкции, прецизни датчици, сензорни устройства и куп електронни приспособления, много от които на свой ред щяха да разкрият нови пазари за редица американски корпорации. (Пентагоновските технологии са дали начало на множество вещи, без които не можем да си представим съвременния живот, като джобния калкулатор със слънчеви батерии, графитните ракети за тенис, и телевизорите с дистанционно управление).

Щедрите военни бюджети достигаха предварително избрана група ключови корпорации с неизменен състав – свързани главно с космическа индустрия и телекомуникации. През 50-те и 60-те, стотина основни играчи получаваха отбранителни контракти срещу две трети от цената. Десет организации се радваха на една трета от поръчките. Деветдесет и шест от стотте най-големи контактори в отбраната за 1957 г., и след десет години⁴ бяха все още сред челните сто. Набиващото се на очи неизменно тяхно участие вървеше ръка за ръка с тенденцията да избират главни директори измежду ешелона ръководни чиновници в Министерство на отбраната, чиято щедрост с парите на данъкоплатците докато бяха на държавна служба, след напускане на службата биваше възнаградена. Дължеше се и на немалкия брой високоплатени работни места в компаниите, създадени от тези контрактори из цялата страна. Към 1959 г., например, 20 процента от неселскостопанската работна сила в Калифорния работеше, пряко или неясно, за най-големите изпълнители на военни поръчки; делът им бе 22 процента в щата Уошингтън, 17 процента в Аризона, и 16 процента в Мериленд.⁵

⁴ William Baldwin, *The Structure of Defense Market, 1955 – 1964* (Dunham, N.C.: Duke University Press, 1967), p. 21

⁵ K. Kaysen, “The Corporation: How Much Power; What Scope?” в книгата на S. Mason (редактор), *The Corporation in Modern Society* (Cambridge: Harvard University Press, 1959), pp. 86 - 89)

4

Америка в средата на века не бе голяма търговска нация. Малко икономики, опустошени от войната, бяха в състояние да продават на американците големи количества от дадена стока (много от конкретна стока просто можехме да купим при по-добро качество или по-изгодно у дома) или да закупят приличен обем наши стоки. Дори към 1960 г. само 4 процента от колите, закупени от американци, бяха изработени извън Съединените щати, малко над 4 процента от стоманата, под 6 процента телевизорите, радиоапарати и друга потребителска електроника, и само 3 процента металообработващи машини. При това, Америка полагаше усилия да разпространи чудесата на американския капитализъм сред останалия свят, в ролята на поредна преграда срещу експанзията на съветския комунизъм. „Днес свободният пазар на Съединените щати е чудото на света”, пледирал е списание *Форчън* през лятото на 1955 г. „Разширението му в глобален мащаб ще изправи Съветите пред непробиваеми стени и за пореден път ще потвърди основни принципи на свободата, с които нашата страна достигна заслужено величие”⁶.




Съединените щати водеха по пътя към глобален капитализъм, моделиран по американски образец. В първите следвоенни години нацията се бореше за устойчива система финансови курсове в цел минимизиране на валутните колебания, за Международен валутен фонд, който да обезпечи глобална ликвидност, за Световна банка, която да централизира и насочва финансирането с цел развитие, и за Общо споразумение по митата и търговията ([ГАТТ](#)), което да осигури отворена система на търговия. Америка отпусна милиарди долари в помощ на Западна Европа и Япония за реконструкция на фабрики, пътища, железници и училища, и предостави грантове и ноу-хау на развиващите се страни. Последователно намаляваше митата върху чуждия внос. „Старият империализъм – експлоатация с цел печалба от чужбина – няма място в нашите планове”, заяви Хари Труман, когато обявяваше програмата „Четири точки” за техническа помощ на развиващите се страни. „Това, което възнамеряваме да прокараме, е план за развитие, основан на идеята за честни демократични сделки”. Би могъл да продължи: „и възпиране на съветската заплаха”.

Това усилие намери израз в поразителен успех за всички засегнати страни. Годишите от 1945 до 1970 станаха свидетели на най-изразителния всеобщ икономически подем в историята на човечеството. Световният брутен национален продукт нарасна от 300 милиарда, на около 2 трилион

⁶ Fortune, July 1955, p. 23.

на долара. С отчитане на инфлацията, реалните доходи се утроиха; световната търговия отскочи четирикратно. Тук отново обаче бе налице удачно сходство между целите на националната сигурност и интересите на главните американски корпорации. Помагайки за възстановяване на водещите световни икономики и така – за отблъскване на комунизма, новата глобална система за търговия и взаимопомощ разкри нови хоризонти пред основните корпорации на Америка, - далеч по-крупни, богати, и напреднали технически от всеки друг, - за окрупняване и разцвет. Опряната на долара като основна валута системата за фиксирани банкови курсове позволяваше на американските банкери и водещи корпорации да разширяват своя обseg при минимален риск. Световната банка, управлявана от американци, насочваше помощта за развитие именно там, където основните американски корпорации виждаха най-добро нейно приложение. И докато бенефициентите на американска помощ за чужбина я използваша за закупуване на американски експортни стоки, основните корпорации можеха да се впускат в глобална търговия сигурни, че ще срещнат отзивчив пазар. Вследствие подобни средства, игрището на световната търговия бе наклонено в полза на Америка дотам, че към средата на 50-те, дори Националната асоциация на производителите можеше без резерви да подкрепи снижението на митата.

Не бе случайно съвпадение и фактът, че Централно разузнавателно управление разкриваше комунистически заговори именно където ключовите американски корпорации имаха или предстоеше да вложат значителни инвестиции в природни ресурси. Когато през 1957 г. иранското антиколониално националистическо движение на Мохамед Мосадък подрони позициите на Шаха и сложи ръка на Англо-Иранската нефтена компания, ЦРУ тайно финансира армейски офицери, решени да върнат Шаха на власт. След постигане на целта, шедър достъп до ирански петрол получи-

ха [Гълф](#) () , [Тексако](#) () , Сокони Мобайл и Стандарт Ойл от Ню Джърси. През същата година, гватемалският законно избран президент Хабоко Арбенс Гусман подхвана програма за поземлена реформа, включваща конфискуване плантациите на компания [Юнайтед Фрут](#) () ; тогава ЦРУ подкупи десните революционери, които през 1954 г., подпомогнати от летци на ЦРУ и със самолети, доставени от никарагуанския диктатор Анастасио Сомоса, в крайна сметка спестиха на Юнайтед Фрут надвисналата мрачната участ. Пак през 1954 г., Съединените щати тихомълком се забъркаха и в Индокитай – друг район, богат на щедри природни ресурси. В битките, водени между френската колониална армия и Лигата за независимост на Виетнам, Америка осигуряваше евфемистично наре-




чените „технически съветници”, пилоти от ЦРУ, и 70 процента от френския военен бюджет. След решаващия разгром на французите, президентът Айзенхауер, притеснен да не би популярният Хо Ши Мин, тогава на власт в северната част на Виетнам, да спечели общите избори, отказа да подпише Женевските съглашения. Вместо това, режисира завръщане на заклетию антикомунист в изгнание Нго Дин-Диём от Съединените щати, за да стане премиер на Южен Виетнам. През 1965 г., когато гражданската война в Доминиканската република заплаши американските захарни



плантации, [Линдън Джонсън](#) () изпрати там 30 000 морски пехотинци.

Това, че отношенията с Иран, Виетнам и Централна Америка станаха малко по-сърдечни в последвалите десетилетия, сигурно има нещо общо с решителното желание на Америка през него период да използва външната политика в служба на основните американски корпорации.

5

Машабите и технологичното господство на основните американски корпорации разширяваха обсега на щатския империализъм много по-резултатно от Министерство на отбраната или Централно разузнавателно управление. Кока-Кола, Форд, Джeneral Моутърз, [Хайнц](#) () , [Нешънъл Кеш Реджистър](#) () , Сирз, [Ай-Би-Ем](#) () и десетки други ключови американски корпорации изнасяха не само своите продукти, но – още по-важно – свои маркетинг и ноу-хау, под формата на производствени съоръжения, пунктове за пласмент и реклама по целия свят. И, доколкото гражданите на държави придобиваха както вкус към, така и възможности да заплащат американски стоки, произведени в родните им страни, жителите на Америка се радваха на все по-обилен поток дивиденди и постъпления от всички краища на земното кълбо.

Американските многонационални корпорации не проявяваха стиснатост към чуждестранните домакини, но упражняваха стриктен контрол. Чужденците – ръководители на средно ниво в тези предприятия – обичайно имаха по-малка свобода на действие при изпълнение на служебните си задължения от своите американски колеги. (Джeneral Моутърз, например, задължително връчваха на своите мениджъри зад граница 300-странично ръководство, подробно описващо работните процедури в Дж.М.) На жители на други страни рядко биваше предоставяна възможност за дялово участие в успеха на американски компании в техните дър-

жави. Ай-Би-Ем предпочете да изтегли инвестициите си Индия, но не и да продаде малък дял акции на свои индийски колеги.

На практика, самото понятие *subsidiary* („допълнителен“, „спомогателен“, „помощен“), обозначаващо задграничните операции на главните американски корпорации, обосновава неувереността на местните служители относно тяхното място в същинската стопанска йерархия. Те се чувстваха подчинени не само на икономическите интереси на Америка, но и – предвид неизменното настояване на [Вашингтон](#) задграничните дъщерни компании на американските корпорации да не търгуват със Съветския блок – обвързани с американската политика на студена война. Настоятелният тон на Жан-Жак Серван-Шрайбер в полемичната му книга *Le Défi Américain* (*Американското предизвикателство*) обобщава преобладаващата нагласа в Европа и други райони на света, в които нарастваше влияние на американския капитализъм. Европа, предупреждаваше той (с почти същите думи, които някои американски коментатори щяха да използват двадесет години по-късно, за да опишат японската инвазия), става подвластна на Съединените щати: „Американската индустрия се разпространява глобално главно вследствие енергията, освободена от американските корпорации.” Тази енергия, на свой ред, произтичаше от американската „високоорганизирана икономическа система, базирана на крупни единици, финансирана и насочвана от държавното управление”. Тя бе, с други думи, стратегическо обединение на държавна и корпоративна власт. „Най-впечатляващ от всичко”, отбелязва той, „е стратегическият характер на американската индустриална експанзия. Една по една, американските корпорации превземат икономическите сектори... с най-големи темпове на растеж”.⁷

Изборът беше ясен: „...да построим независима Европа или да я оставим да стане придатък на Съединените щати”.⁸ Серван-Шрайбер и повечето други европейци намериха първата алтернатива за по-разумна. И начинът да се изгради независима Европа, изглежда, бе да се създадат корпоративни закрилници на нацията, които европейците биха могли да наричат свои. През 60-те, Великобритания се зае да концентрира автомобилните си производители в Бритиш Лейланд, производителите на стомана – в Бритиш Стийл, а новоизлюпените си производители на компютри – в Ай-Си-Ел; френски автомобилен рицар-закрилник стана Рено, компютърен закрилник – Бул, а стоманени закрилници – Юзинор и Сасилор; италианската химическа индустрия бе концентрирана в Монтедисон, сто-

⁷ Jean-Jacques Servan-Schreiber, *The American Challenge* (американско издание, New York; Penguin Books, 1969), p. 210

⁸ Ibid., p. 211.

маната – в Ири, и т.н. Някои от новоизлюпените закрилници бяха пряка собственост на своите правителства, докато други получаваха солидни субсидии. Независимо от ограниченията обаче, сделките между европейските нации и техните основни корпорации бяха далеч по-прозрачни, отколкото в Америка.

6

Нека обобщим точките на националната сделка в средата на XX-ти век: Първо, предстоеше главните американски корпорации да планират и осъществят производство на крупен обем стоки. Големите количества щяха да доведат до големи икономии от мащаба, снижавайки по такъв начин производствените разходи на единица изделие. Чрез съгласуване между главните пазарни участници, цените можеха да бъдат държани на ниво, достатъчно високо с оглед да гарантира приличен доход. Голяма част от постъпленията щеше да бъде реинвестирана в нови фабрики и оборудване, но съществен дял щеше бъде разпределен под формата на премии за средния мениджмънт и производствените работници. Организираният Труд в отплата щеше да се въздържа от стачки и спиране на работата, които биха нарушили непрекъснатия производствен процес. Всяка от страните щеше да се въздържа от претенции за вдигане на цени и заплати до степен, благоприятстваща развихрянето на инфлация.

Правителството, междувременно, нямаше да се меси при вземане на решения от корпорациите. Щеше да се въздържа от всякакво икономическо планиране, но щеше да позволява на корпорациите да предприемат собствени опити за негласно договаряне на цени и производствен мащаб. С цел да подпомогне още повече ключовите корпорации в стремежа към голям обем продукция, правителството щеше да способства за изглаждане на икономическия цикъл. Американската младеж щеше да бъде подбавящо подготвяна за работните места в индустриалната система, предназначени за нея. Впоследствие правителството щеше да субсидира закупуването на нови домове, и щеше да построи национална мрежа от автомагистрали, допълвайки и двете с масово потребление. Правителството предстоеше да сключи и договори за защита на нацията с основните американски корпорации, осигурявайки непряко фондове за изследване и развитие на нови технологии със стопанско приложение. В допълнение, правителството щеше да поощрява задгранични инвестиции на американските компании, и да отстоява техните интереси.

Системата имаше залегнала собствена логика. Големият Бизнес, Големият Труд и Обществото като цяло щяха да субсидират масовото производство с цел да реализират все по-големи печалби от мащаба, което –


на свой ред – щеше да стимулира зараждането на растяща средна класа американци, способни да се справят с консумация на масираното производство. Такава бе същината на социалната сделка. Уравнението не зависеше от господство над чужди пазари, както старите форми на меркантилизъм и империализъм. Инвестициите зад граница на американски мултинационални компании бяха третирали като средство за разширяване и ускоряване на породилия се благоприятен цикъл (и вследствие – закономерно – за пресичане настъплението на световния комунизъм).

Във въпросната сделка бе заложено мълчаливо съгласие на всяка от страните – стопански ръководители, инвеститори, профсъюзи и общественост в лицето на правителството – да търпят ограничения и жертват непосредствени изгоди в името на по-големи придобивки за всички засегнати страни тепърва. Ситуацията бе нагледен пример за формулирания от Алексис дьо Токвил американски принцип на „правилно разбран собствен интерес“, който мотивира жертвата на американеца не от алтруизъм или патриотизъм, а в име на общото благо заради очаквани изгоди, произтичащи от колективни действия. По понятни съображения, национална сделка рядко бе коментирана на всеослушание. Условиата ѝ биваха разбулвани само когато се очертаеше явна опасност тя да пропадне, както когато през 1962 г. Джон Ф. Кенеди публично осъди Роджър Блау – председателя на Ю-Ес Стийл – за спекулативно повишаване цените на стоманата, довело до нарушаване споразумението за цени и заплати, договорени с профсъюза на стоманолелярите и останалите предприятия в бранша. Сделката не бе свършена. Както споменахме, условията ѝ не обхващаха чернокожите и жените, или по-бедните нации, които снабдяваха основните американски корпорации със суровини. Все пак, тя изпълни поетите ангажменти: почти четвърт век американската средна класа расна и просперира. Европа и Япония също допринесоха за нейния разцвет. Собствените им национални сделки, - по-явни от тази в Америка, - изхождаха от същата логика на масово стандартизирано производство.

Предполагам проблем

Загубата на конкурентоспособност в индустрията на Съединените щати през последното десетилетие бе действително икономическо бедствие.

БИЗНЕС УИЙК (30 юни 1980)

Беше само въпрос на време кога американското производствено ноухау, изстреляно към следвоенния свят, щеше да опише пълен кръг до мястото на старта като гигантски бумеранг. Не липсваха предзнаменования. През 1953 г. Ар-Си-Ей, Уестингхауз, Дюпон, Армко Стийл () и Дженеръл Електрик бяха продали патенти на японците и помагала в създаването на японски фабрики, приканвайки *Форчън* да зададе недвусмисления въпрос: „Дали това е в дългосрочен интерес на Съединените щати? Няма ли възкръсналата японска промишленост да настъпи към чуждестранните пазари на САЩ и впоследствие да нахлуе на вътрешния ни пазар?“¹ В него период на бурно растящо масово производство, обаче, подобни грижи изглеждаха пресилени за хората по върховете на американските бизнес, профсъюзи и държавно управление.

За някакви си двадесет години обаче американците щяха да установят, че чужденците могат да започнат серийно производство на масови стоки – коли, телевизори, уреди за дома, стоманен прокат, текстил – и да ги продават в Съединените щати по-евтино (понякога - и с по-добро качество) от основните американски корпорации. Не че чуждестранните работници бяха щастливи да работят за нищожна част от високите заплати и печалби на американците или че имаха достъп до по-евтини суровини. (Много от далечните дъщерни дружества на главните американски корпорации вече се възползваха от подобни фактори). Истински обидно бе откритието, че можеха да строят и управляват съвременни фабрики не по-малко ефективно от ръководителите на американските икономически стожери. Благодарение на нововъзникнали възможности в световните превози и комуникации – товарни кораби и самолети, затворени контейнери, пригодни за прехвърляне от влак на кораб, самолет или камион, презокеански кабели и, накрая, спътници, предаващи радиосигнали от континент на континент – всички можеха да доставят стандартизирани

¹ *Fortune*, April 1953, p. 188.

изделия за продан в Съединените щати при учудващо ниски разходи. И докато вещите ставаха по-малки и леки (транзистори в телевизори, полупроводникови чипове), разходите намаляваха. Между 1970 и 1980 г., например, теглото на товарите, пренасяни с кораби и по въздух на един реален долар от американския внос, спаднаше с повече от 4 процента на година.²

Това, че почти всеки можеше да предприеме масово стандартизирано производство, използвайки най-модерно оборудване, и да експедира произведените продукти евтино до почти всяка точка за земното кълбо, породило неизбежно следствие: към края на 60-те, основните корпорации на Америка вече не можеха да диктуват цените. Бяха подложени на ожесточена чуждестранна конкуренция, наподобяваща надпреварата, с която за пръв път се сблъскаха преди век, в зората на масовото производство.

2

Какво да се прави?³ Възможна стратегия е да предприемат точно това, което са правили и преди сто години: да опитат да не допускат евтини чуждестранни стоки на американския пазар. Така, почти век след като Америка бе издигнала първата си голяма протекционистична стена, нацията се зае сериозно с издигането на нова. Строежът, все пак, не започна от нулата; американските производители на текстил и дрехи бяха настоявали за регламентирани квоти срещу чуждестранна продукция през целия следвоенен период. Производителите на стомана повториха същото през 1969 г., последвани през 70-те и 80-те от американските производители на телевизори и всякаква потребителска електроника, автомобилостроители, производители на металообработващи машини, полупроводници, и др. Към края на 80-те, почти една трета по стойност от стандартните стоки, произведени в Съединените щати, се ползваха с протекции срещу международна конкуренция.⁴

Основните корпорации на Америка настояваха, че просто се бранят от „непочтени“ практики на чуждестранни търговци. Действителната същност на подобни актове, обаче, рядко имаше явен израз. Твърдеше се, че със стоките си чужденците правят „дъмпинг“ в Съединените щати – термин, извикващ в съзнанието картина с грамадни купища некачествени

² Числовите данни са от Alan Greenspan, „Goods Shrink and Trade Grows“, *The Wall Street Journal*, October 24, 1988, p. 21.

³ Трите закономерни „ендшпилни“ стратегии са развити подробно в *The New American Frontier* (New York: Times Books, 1983), Ch. 8 – 10.

⁴ Оценка, базирана на данни от Комитет по международна търговия. Тя касае не само официални мита и квоти, но и „доброволни“ ограничителни споразумения, антидъмпингови санкции, изравнителни мита и нефинансови бариери, от типа на задължителни стандарти, водещи до принудително изтегляне на множество чуждестранни продукти от пазара на Съединените щати.

стоки за дълготрайно ползване и евтини предмети за еднократна употреба, замърсяващи американските плажове.⁵ Фактически, „дъмпинг“ не означава нищо друго, освен чуждестранни производители, процедиращи като всеки уважаващ себе си конкурент, стремейки се да продава в големи количества: склонен е на занижени цени още при първата продажба – обичайно готов да изгуби малки суми в очакване да навакса пропуснатото на по-късен етап, реализирайки икономи от мащаба.⁶ От друга страна, твърдеше се, че чуждестранните производители са субсидирани от техните правителства; това едва ли би било толкова тежко обвинение в светлината на цялата безгранична щедрост – изследователски субсидии, военни поръчки, директни помощи – сипеща се от страна на правителството на Съединените щати към американските корпорации.

Подобно голословно обвинение в „нечестни практики“ рядко караше Съединените щати да въвеждат едностранни квоти или мита, които – в крайна сметка – биха били в нарушение на Общото споразумение върху митата и търговията. По-обичайна практика бе чуждестранните нарушители да бъдат скланяни да се съгласят „доброволно“ да ограничат своя износ за Съединените щати (доброволно в тесен смисъл означава, че отстъпват с пълното съзнание, че в противен случай биха срещнали крути мерки – по-строги квоти персонално срещу тях, - ако откажат да съдействат).

Протекционистката стратегия осигури временен комфорт на някои основни американски корпорации но изигра роля на палиатив, който, във всеки случай, не съумя да върне високите и постоянно нарастващи доходи отпреди двадесет години. Най-малкото защото всеки път, когато даден промишлен отрасъл получи протекция, друг – зависим от него за материали или компоненти – биваше ощетен. Когато стоманената индустрия успешно отблъсна по-евтината вносна суровина, големите трима американски автомобилпроизводители констатираха, че трябваше да плащат с 40 процента повече от своите конкуренти зад граница и това, че бяха в неизгодна конкурентна позиция – парадоксално – увеличи допълнително нуждата им от протекция. Същото бе в сила при американските производители на дрехи, когато първо бяха защитени платовете, и при американските производители на компютри, когато на чуждестранните полупроводникови изделия бе отказан достъп до американския пазар.

Произтече неподозирано затруднение: Доброволно ограниченият чужд внос прояви забележителна способност да се промъква през амери-

⁵ *dumping* (англ.) – изсипване на куп боклуци и др. (бел. пр.)

⁶ Пресмятайки дали една чужда компания прави дъмпинг със свои стоки в Съединените щати Министерство на търговията се придържа към критерий, че чуждестранен стопански субект би следвало да реализира печалба от поне 8 процента. Ако чуждо дружество печели макар и малко под това ниво, Министерство на търговията приема, че то продава стоки на загуба и с това прави незаконен дъмпинг в Съединените щати.

канските граници, дори и без да търси скришно място в други продукти. Понякога преминаваше през трета страна, която все още не се беше съгласила „доброволно“ да прекрати дъмпинговия износ за САЩ; друг път чуждестранна организация формално разкриваше производство в Съединените щати и просто сглобяваше забраненото изделие от компоненти, внесени законно от къщи. Така, при все възхода на съглашенията за „доброволно“ съблюдаване на рестрикции, между 1969 и 1979 г. стойността на внесените промишлени стоки, отнесена към тази на родното производство в САЩ нарасна от под 14, на 38 процента. Към 1986 г. на всеки 100 долара похарчени за стоки, произведени в Съединените щати, американците купуваха вносни промишлени изделия за 45 долара.⁷

Протекционистките стени оставяха безпрепятствено другите световни пазари на чуждестранните производители, които на тях реализираха небивали икономии от мащаба, продавайки продукцията си навсякъде извън Съединените щати. Барикадирани зад собствената държавна граница, основните американски корпорации печелеха малко; на относително ограничени американски пазар, при забавен прираст на населението, търсенето на много от стандартните продукти заливаше. Междувременно, през 70-те много от чуждестранните пазари бяха пренаселени, защото местните потребители най-сетне можеха да си позволят да се поглезят с най-различни масови стоки.

В крайна сметка, протекционизмът не доведе до по-висок жизнен стандарт за повечето американци. Напротив, трябваше да плащат допълнително за любимите стоки. „Доброволното“ ограничаване вноса на японски коли, което временно позволи на Големите три автомобилостроители да поддържат прилична рентабилност (но не и качество), през 80-те струваше на американските потребители около милиард долара годишно повече, отколкото биха платили за своите автомобили, ако американският пазар бе открит.⁸

⁷ През нея година, според Министерство на търговията, 66 процента от телевизионните и радиоприемници закупени от американци, 45 процента от всички металообработващи машини, 28 процента от всички автомобили и 25 процента от всички компютри, бяха произведени извън Съединените щати. Вж. обобщение в *U.S. News & World Report*, February 2, 1987, p. 18.

⁸ D. Tarr и M. Morke, *Aggregate Costs to the United States of Traffic and Quotas on Imports*, Федерална комисия по търговията (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1984), pp. 19 - 36

3

Всичко това доведе до разработване на втора стратегия: Ако чужденците умееха да произвеждат евтино, същото би следвало да могат и основните американски корпорации. Американските директори започнаха да изискват значително намаление на заплатите на своите американски наемни служители. На езика на популярните касапски метафори от 70-те и 80-те – режа до кокал, измършавявам и ставам кльошав, орязвам сланините – искаха да „рационализират“ дейността чрез закриване на губещи фабрики и уволняване на работници⁹. Ако нищо не помагаше, откриваха нови заводи зад граница – в същите държави, чието евтини производствени фактори подриваха корпоративните печалби. Общата стойност американски внос от чуждестранни предприятия американска собственост скочи от 1,8 млрд. долара през 1969 г. на почти 22 млрд през 1983 г., с отчитане на инфлацията¹⁰. При положение че не можеха да ги победят, основните американски корпорации щяха да направят опит да се обединят с тях.

Въпросната стратегия обаче също не успя да върне рентабилността на повечето компании, опитали да я последват. В случай, че американските производители успешно достигнеха чуждестранните производствени разходи, това далеч не им гарантираше приемлива печалба. Каквато и цена да укажеха, чуждестранните производители на момента примамваха купувачите с още по-голям отбив и се задоволяваха с още по-нисък марж. Болезнената поука все още се изплъзваше на много хора: Съвършената конкуренция – Розетски¹¹ камък на икономистите, - в крайна сметка стопява всякакви печалби и застава и най-добрия бизнес да се свие.




4


Роди се трета стратегия, безплодна като другите две: Неспособни да спрат чуждестранните продукти или да водят ценова конкуренция, някои измежду основните американски корпорации опитаха да запазят рентабилност чрез финансова ловкост. Така, като започнаха в края на 60-те и набраха скорост през следващите две десетилетия, главните американски корпорации преминаха във финансови холдинги, с цел по-ефективно използване на корпоративните активи. Първоначално формираха конгломерати от несвързани стопански субекти а после, когато нещата не потръгнаха, ги разпродадоха. Това сполетя почти половината от компаниите,

⁹ Вж. [LEAN MANUFACTURING тук](#)




¹⁰ Числените данни са заимствани от J. Grunwald и K. Flamm, *The Global Factory: Foreign Assembly in International Trade* (Washington, D.C.: Brookings Institution, 1985), pp. 14 – 20.

¹¹ Розетски камък – плоча с надписи на три езика, благодарение на която са разчетени древноегипетските йероглифи (тук в смисъл на разковниче); бел. пр.

закупени от конгломерати между 1965 и 1975 г.¹² Харолд Грийн от [Ай-Ти-Ти](#) () придоби около двеста компании в края на 60-те и през 70-те, и продаде повечето от тях през 80-те, без да увеличи и на йота стойността на дяловете на Ай-Ти-Ти (предвид инфлацията). Питър Грейс, неуморният шеф на Даблю-Ар Грейс ([W. R. Grace](#): ) , който вечно недоволстваше срещу неефективността и разхищенията на правителството, през 60-те и 70-те предприе редица покупки с резултат, че стойността на един долар, вложен в компанията му в началото на неговото царуване, в края на 80-те беше по-ниска, отколкото ако бе инвестирал на случаен принцип в 500-те компании от [Стандард енд Пуърс](#)¹³ ().

Когато в края на 70-те конгломератното сливане изгуби своята атрактивност, американските корпорации се заеха с недружеско поглъщане или ливъридж-изкупуване¹⁴ – две хватки, с които обикновено платена част от капитала се разменяше срещу дълг, като така се намаляваха данъците върху дохода на корпорациите (лихвата върху дълга е необлагаема, докато дивидентните плащания на акциите се облагат). Данъчните облаги, произтичащи от такава транзакция бяха ясни; съмнителни бяха начислените печалби, взаимното допълване и други стимули. Първоначален резултат бе, че промените в собствеността над компанията напомняха игра с музикални столове¹⁵. В една от най-бързите и мащабни такива авантюри, Р. Дж. Рейнолдс купи Набиско през 1985 г., а три години по-късно я продаде след ливъридж-изкупуване за 28 милиарда долара. Не винаги бе така лесно да се следят покупките и продажбите от конгломерирани към поглъщане, и към ливъридж-изкупуване. През 60-те, [Ейвис Рент-А-Кар](#) () бе част от империята на конгломерата Ай-Ти-Ти. През 70-те Ай-



Ти-Ти продаде Ейвис на империята на Нортън Саймън () , погълната впоследствие от Исмарк (). Година по-късно Исмарк не устоя пред апетитите на Биътрис Фуудс (). През 1986 г. самата Биътрис бе погълната от група инвеститори, сред които няколко бивши директори на Исмарк, които незабавно разформироваха Биътрис и продадоха Ейвис на

¹² Числените данни са заимствани от W. T. Grimm и компания, *Merger Statistics Review 1985* (Chicago: Grimm, 1986), p. 92

¹³ Към февруари 1990 акциите на Грейс се движеха около \$30 за дял. Оценъчната ликвидна стойност на компанията, според *Бизнес Уийк*, бе два пъти по-висока. Така Питър Грейс, бичът на правителствената разсипия, бе стопил вложените средства на своите акционери наполовина. Дори и правителството не си бе позволявало разсипия в толкова крупен мащаб. *Business Week*, February 19, 1990, p. 69. Standard & Poor's 500 – борсов справочник, издаван в САЩ (бел. пр.).

¹⁴ Ливъридж-изкупуване (leverage buyout) – изкупуване на контролния пакет от страна на ръководството на компанията чрез външен (зает) капитал (бел. пр.).


¹⁵ Забавна игра, при която n участници обикалят под звуците на музика около n-1 стола, като при спиране на музиката всеки бърза да седне на стол (бел. пр.).

нейните мениджъри. След само четиринадесет месеца, мениджърите на Ейвис продадоха бившата си компания на наемните ѝ служители. Кой контролира Ейвис понастоящем? Само Господ и няколко инвестиционни банкери знаят със сигурност.

Проблемът, разбира се бе, че подобни транзакции не променяха с нищо същинската организация на дадено предприятие. Щаб-квартирите на корпорациите се оказаха неудобно място за игра на фондовата борса. Трескавите покупки и продажби на активи, предприети от корпоративни директори, навлякоха приблизително три пъти по-високи разходи на акционерите, отколкото биха им стрували грижите на най-обикновен фондов мениджър за портфейл ценни книжа.¹⁶

5

Именно това подрони печалбите на ключовите американски корпорации. Без значение от начина на измерване – било като част от общия национален доход отиваща при акционерите и други стопански субекти-собственици, или като норма на възвръщаемост на вложения капитал – печалбите спадаха или стагнираха, считано от средата на 60-те. От рекордните почти 10 процента през 1965 г., средната норма на чиста печалба след облагане с данъци на американските нефинансови организации спадна на под 7 процента (с повече от една трета) през 1980 г.. Припомняме, че това бе време, когато ниският курс на долара би следвало да направи американския износ относително по-привлекателен за останалия свят. Между 1982 и 1985 г. печалбите отново скочиха, стимулирани от

огромните военни разходи на [Роналд Рейгън](#) , но тенденцията впоследствие отново стана отрицателна¹⁷. Ът [Дая Джоунз](#) се устреми нагоре през август 1982, но след отчитане на инфлацията, пазарният пик от август 1987 (достигнат тъкмо преди неочакваното рухване или „корекция“, както деликатно се изразяват дейците от Уолстрийт) бе под стария рекорд от януари 1966. Индустриализираните страни от Западна Европа преживяха подобен спад, когато най-големите им корпорации също опитаха да се нагодят към глобалните промени¹⁸.

¹⁶ Вж. “Do Managers Really Work?”, *Business Week*, June 3, 1985, p. 88; “The Wasteful Games of America’s Corporate Raiders”, *The Economist*, June 1, 1985, p. 73.

¹⁷ Данните до 1986 са заимствани от S. Bowles, D. Gordon и T. Weisskopf, “Power and Profits: The Social Structure of Accumulation and the Profitability of the Postwar U.S. Economy”, *Review of Radical Political Economics*, Vol. 18, Nos 1 and 2 (Spring and Summer 1986), след проверка.

¹⁸ A. Glyn, A. Hughes, A. Lipietz и A. Singh, “The Rise and Fall of the Golden Age”, S. Margin и J. Schor (редактори) *The End of the Golden Age* (New York: Oxford University Press, 1989); T. P. Hill, *Profits and Rates of Return* (Paris: Organization for Economic Cooperation and Development, 1979)

На предполагаемия проблем за американската „спадаща конкурентоспособност“ щяха да бъдат приписвани много от притесненията на Америка, включително за растящия дълг на нацията към други държави, засилената тенденция чужденци да купуват американски активи, и стагнация в доходите на средния американец. „Някои американски промишлени отрасли, някога господствали в световната търговия,, са загубили голяма част от пазарния си дял както в страната, така и зад граница; в няколко отрасли американското пазарно присъствие е почти ликвидирано“, вешаеше Комисията по индустриална производителност към МИТ в доклад от 1989 г.¹⁹, изказвайки гласно тревоги от безброй други доклади, становища и бели книги на други комисии, колективи за проучване, целеви групи, съвещателни органи, политически формации, съвети, делегации и екипи експерти – лауреати на ордени.

Такъв поглед към проблема, макар и донякъде достоверен, през последното десетилетие бе вече доста подвеждащ. Придържаше се към стопански понятия, от типа на: американски корпорации, американски промишлени отрасли, и дори американска икономика като нещо специфично и единно – чиято жизнеспособност трябваше да се възстанови с оглед повисок стандарт на живот в Америка. Тези обекти, предполагаша членове на комисията, все още посредничеха между американските граждани и световната икономика, така че техният успех (на обектите) е предпоставка за повишаване на личното благосъстояние. Това, разбира се, бе ретроспекция на американската икономика от средата на XX-ти век, когато икономическите съдби на болшинството американци бяха сплетени заедно в руслото на и непосредствено край главните американски корпорации и индустриални отрасли.








Подобна картина обаче е недостоверна. „Американски“ корпорации и „американски“ промишлени отрасли във вид и под форма, които биха ги разграничили от съвременната глобална икономика, престанаха да съществуват. Нито пък, по същите причини, можем да говорим за американска икономика с отчетлива индивидуалност, в рамките на която американците просперират или се провалят съвместно. Да приемем, че съживяване на въпросните абстрактни обекти ще помогне на американците в случая би означавало да се отдадем на рудиментарно мислене. Живненият стандарт на американците, както и на гражданите на други страни, все по-слабо зависи от успехите на основните корпорации и промишлени отрасли на страната и дори от флотилията, наречена „национална икономика“, отколкото от глобалното търсене на техните умения и идеи. Такава е новата действителност, която предстои да анализираме.

¹⁹ M. Dertouzos, R. Lester, R. Solow и др., *Made in America: Regaining the Edge* (Cambridge: MIT Press, 1989), p. 1.

Част втора

Глобална мрежа

От голям обем, към висока добавена стойност


Модерната корпорация от края на двадесети век има само бегло сходство с тази от средата на века. Имената и емблемите на основните корпорации в Америка все още са знаменателни за американската икономика: Дженеръл Електрик, Ей-Ти енд Ти, Дженеръл Моутърз, Форд, Ай-Би-Ем, [Кодак](#) ()¹, [Американ Кен](#), Сигърз, [Кейтъпилър Трактор](#) ()¹, [Ти-Даблю-Ей](#) ()¹, и др.; заедно с нови, на практика неизвестни в средата на века гиганти, като [Тексас Инструментс](#) ()¹, [Макдоналдс](#) ()¹, [Ксерокс](#) ()¹, и [Американ Експрес](#) ()¹, те все още биват асоциирани с представи за несметно богатство и контрол над колелата на търговията. Щаб-квартирите им все още се помещават във внушителни сгради от стъкло и стомана – както и по-рано; висшите им директори все още пият с политици и знаменитости, и пишат автобиографии, в които сами се поздравяват за своите мъдрост и кураж.

Надолу по йерархията, обаче, всичко е различно. Основните корпорации на Америка вече не планират и не внедряват производство на големи серии продукти и услуги; не владеят и не инвестират в множество фабрики, машини, лаборатории, магазини и други материални активи; не наемат армии производствени работници и средни ръководители; не изпълняват роля на трамплин към американската средна класа. Всъщност, основните корпорации вече дори не са американски. Все повече се превръщат във фасада, зад която жухат множество децентрализирани групи и подгрупи, непрестанно договарящи се с разпръснати по подобен начин из целия свят работни звена.

¹ TWA (TransWorld Airlines) – голяма американска авиокомпания (бел. пр.)

2

Преходът не протече гладко. Неспособни да извлекат съществен доход от масово производство на стандартизирани стоки и в невъзможност да възстановят печалбите чрез защита на американския пазар, снижаване на цени или преструктуриране на активи, основните корпорации на Америка постепенно и често болезнено се пренасочват към обслужване специфични нужди на отделни потребители. Чрез проби и грешки, с тръгване и спиране, често под голямо напрежение и обичайно без много скрупули, оцелелите и успяващи стопански субекти преминават от голям обем, към висока добавена стойност. Сходна трансформация протича и в другите национални икономики, традиционно организирани около масовото производство.

Няколко примера ще ни изяснят нещата². В Съединените щати и в други водещи региони на световната икономика, най-бързо разрастваща се и най-печеливша част на стоманеното производство вече не е в комбинати-мамути с по 5000 работници, произвеждащи нескончаеми серии еднотипни заготовки. Бъдещето е в стоманите със специално предназначение: корозоустойчиви (горещо- или електрогалванизирани,) произведени за определени автомобили, камиони и уреди; железен прах, който може да се пресова и кове в леки, прецизно балансирани, детайли за колянови валове и други, силно натоварени, части на двигатели; сплави съдържащи стомана, легирана със силиций, никел или кобалт – за турбини и компресорни дискове, втулки и уплътнения, и различни топлоустойчиви самолетни детайли ([Макдонъл Дъглас](#) /  / тепърва купува композитни хеликоптерни перки, съдържащи седемнадесет различни материала по 50 000 долара всяка); и мини-заводи, използващи електродъгови пещи и метални отпадъци за обслужване на индивидуални потребители. Сходна трансформация протича и при пластмасите, където големите печалби вече не идват от едри серии базови полимери от типа на полистирол, а от специални полимери с уникални комбинации молекули, устойчиви на специфични натоварвания и температури, от които могат да се леят сложни детайли (като онези, влагани в безжични телефони и компютри). Най-големите печалби при химикалите (аналогично) са от специализирани реагенти, замислени и произведени със специфично предназначение в промишлеността.

² Приведените примери са почерпени от интервюта с ръководители и служители на широк кръг корпорации. Списъкът е приложен в края на книгата, под заглавие „Бележки към допълнителните източници”.

Независимо дали и доколко отрасълът е стар или нов, традиционен или високотехнологичен, ситуацията е сходна. Водещите производители на инструменти и отливки правят точни форми от алуминий и цинк за компютърни шасита, вложки, корпуси и компоненти на дискови устройства. Най-печелившите текстилни фабрики произвеждат специални покрития и обработени тъкани за автомобили, офис мебели, гюруци и паравани. Най-рентабилните и динамично разрастващи се производители на полупроводници правят специализирани микропроцесори и чипове по поръчка, проектирани съобразно специфичните нужди на конкретен клиент. Доколкото компютрите със стандартна операционна система са вече потребителска стока, най-рентабилен е софтуерът-посредник между хардуер и специфичните нужди на отделен потребител /потребителски интерфейси/. (През 1984 г., 80 процента от стойността на един компютър беше в хардуера, а 20 процента – в софтуер; към 1990 г. пропорциите бяха точно обратни).

Конвенционалните услуги претърпяват аналогична трансформация. Най-големи печалби в телекомуникациите постъпват от индивидуализирани далекосъобщителни услуги, като обработка на глас, образи и информация; от „интелигентни къщи”, които съчетават служебни телефони, компютри и факсапарати; и от специализирани телекомуникационни мрежи, свързващи служителите на една организация, помещаващи се на различни места. Най-бързо растящият сегмент в превозите с камиони, по железници и по въздуха обхваща потребностите на бизнеса от специализирани фрахтовка и доставка на специфични контейнери, интегрирани на различни видове транспорт в глобален мащаб. Най-рентабилната финансова дейност предлага широк кръг услуги (интегрирани банково дело, застраховки и инвестиции), пригодени към специфични нужди на хора и организации. Доколкото и новините стават стока, достъпна чрез двадесет и четири часовата телевизия, най-бързо растящите доставчици на новини и кабелни услуги по сходен начин съставят индивидуални пакети информация според нуждите на абоната (индивидуализирани бюлетини, видеоневини, и дори вестници с „видеотекст”, адаптирани за домашен компютър). Отново – преход от масов обем, към висока добавена стойност.

Новите видове стопанска дейност са печеливши както защото клиентите с охота плащат повече за стоки и услуги, точно съответстващи на индивидуалните им нужди, така и защото високостойностният бизнес не може да бъде лесно копиран под път и над път от конкуренти с крупен мащаб. Докато надпреварата между производителите на масови стоки продължава да свива печалбите от всичко еднакво, стандартно и конвенционално – всичко, което може да се направи, имитира, или произвежда масово по цял свят – успешният бизнес в напредналите страни работи в

друг порядък, основан на специално разработени продукти и услуги. Нова бариера на входа са не обем или цена, а умението за намиране на правилно съчетание между конкретни технологии и фактически пазар. Главните корпорации вече не се фокусират над продукта като такъв, а бизнес-стратегииите им все повече изхождат от специализираното знание.

3

Ако се вгледаме по-внимателно във високостойностните видове стопанска дейност, разграничаваме три различни, но свързани умения, тласкащи човешкото развитие. Именно те предопределят заложената добавена стойност. Първи са уменията за решаване на проблеми, необходими за съчетаване на ресурси по характерни начини (като сплави, молекули, полупроводникови елементи, софтуерен код, киносценарии, пенсионни портфейли, или информация). „Решателите“³ на проблеми следва да бъдат наясно каква ще е функционалността на комплекса, когато компонентите бъдат сглобени наново, и вследствие да превръщат тези си знания в проекти и инструкции за създаване на нови продукти. За разлика от изследователите и проектантите, чиито прототипи излизат вече завършени от лабораторията или чертожната маса, готови за влагане в масово производство, те се занимават с непрестанно търсене на нови приложения, комбинации и подобрения, пригодни да решават всеки изникнал проблем.

Следват уменията, нужни за подпомагане на потребителите да доловят своите нужди и идентифициране как те да бъдат посрещнати най-добре с индивидуализирани продукти. Противно на продажба и маркетинг на стандартизирани стоки, - предполагащи убеждаване на множество клиенти в достойнствата на даден продукт, набиране на серия поръчки до покриване на продажбена квота, - продажбата и маркетингът на индивидуализирани продукти изискват детайлно познаване бизнеса на клиента, яснота в какво може да се намери конкурентно предимство, и как следва то да бъде постигнато. Ключът е в откриването на нови проблеми и възможности, към които индивидуализираният продукт би следвало да се приложи. На мястото на изкуството да убеждаваш идва умението да идентифицираме възможности.

На трето място са уменията свързващи „решателите“ с „откриватели“⁴ на проблеми. Хората в такава роля трябва да разбират добре характерни технологии и пазари, с оглед да имат усет за нови продукти, да могат да

³ Ще се придържахме към характерния англоезичен неологизъм “problem-solver” (субект, решаващ казуси/задачи) – бел. пр.

⁴ Както по-горе, ще използваме английския израз “problem-identifier” (този, който открива/разпознава проблеми) – бел. пр.

набират неограничено финансови средства за пускане на проекта, както и да привличат точните нужни за неговото изпълнение „решатели” и „откриватели” на проблеми. Субектите на такава позиция в новата икономика, най-често биват наричани „директори” или „предприемачи”, но никой от двата термина не отразява достоверно тяхната роля във високостойностното предприятие. Вместо да управляват организации, основават компании или правят епохални изобретения, такива личности са заети с непрестанно управление на идеи. Играят роля на стратегически посредници (брокери).

4

Във високостойностните предприятия печалбите идват не от мащаба и обема, а от непрестанно откриване на нови връзки между решения и нужди. Политикономическият дуализъм „стоки”/„услуги” в наши дни е безпредметен, защото голяма част от стойността, добавена в успяващото предприятие – всъщност, единствената стойност, която не може да бъде лесно копирана повсеместно – е свързана с услуги: специализирано изследване, инженерни и проектантски услуги, предпоставящи разрешаването на проблеми; специализирани пласментни, маркетингови и консултантски услуги, нужни за идентифициране на тесни места; специализирани стратегически, финансови и управленски услуги с цел посредничество между първите две. Всяко високостойностно предприятие предоставя такива услуги.

Производството на стомана, например, се състои в предоставяне на услуга. При отливане на нова сплав с конкретни тегло и издръжливост, заложените параметри до голяма степен предопределят стойността на крайния продукт. Центровете за обработка на стомана помагат на клиентите да изберат нужните стомани и сплави, и впоследствие наблюдават, нарязват, нанасят покрития и доставят материалите. Производителите на компютри също оперират в Сектор „Услуги”, където все по-голяма част от всеки потребителски долар отива за конфигуриране на софтуер, и последващи интегриране и инсталиране на приложни системи. Ай-Би-Ем е компания за услуги, въпреки че всяка година се появява в списъка с най-големи индустриални компании в САЩ. През 1990 г. над една трета от печалбите ѝ имаха за източник проектантски софтуер (в средата на 80-те – 18 процента), а над 20 процента дойдоха от интегриране на компютърни системи. Голяма част от останалите приходи бе свързана с т.нар. „продажба и поддръжка”, която включва помощ за клиента при определяне нуждите му от обработка на данни, при избора на подходящ хардуер и софтуер, при пускането им и при отстраняване на грешки впоследствие.

Под 20 000 от всички 400 000 заети в Ай-Би-Ем бяха класифицирани като производствени работници, заети в традиционното материално производство. Изключително успешният компютър на Ай-Би-Ем само по себе си включва набор услуги – изследване, проектиране, инженеринг, пласмент, обслужване; само 10 процента от продажната му цена зависят от физическото производство на машината.⁵

В остарялата американска система за национална отчетност все още присъстват заложените категории производство и услуги – класифицира например компютърния софтуер като услуга (макар същият да се репродуцира като производствен артикул), а самия компютър – като производствена стока (макар че все по-голяма част от цената на компютъра се формира от предоставяни компютърни услуги). Фармацевтичната индустрия е класифицирана като „производство“, при все че производствените разходи на едно лекарство представляват фактическа нищожна част от общите разходи за услуги от типа на изследване и разработка, клинични изпитания, заявки за патенти, легализиране, описания и разпространение. Постоянно чуваме, че почти 80 процента от новите работни места, създадени през 80-те, са в сферата на услугите, и че около 70 процента от заетите в частния сектор понастоящем работят в предприятия от сферата на услугите. Но след като границите между стоки и услуги започнаха да се размиват, посочените цифри значат все по-малко по отношение на процесите, реално протичащи в икономиката и относно това къде се крие същинската заложена стойност.

⁵ Цит. съгл. интервюта с ръководители и служители на Ай-Би-Ем.

Нова инициативна мрежа

Имаше... тайнствен ритуал на просвещаване, през който, по един или друг начин, минаваше почти всеки член на колектива. Изразът, който старите изричаха при него ритуал... беше „наемам се”. Наемайки се в проекта, ние се съгласявахме да отдадем всичко нужно за успеха. Приемахме да жертваме (при нужда) семейство, хоби и приятели – ако все още имахме такива (можеше и да не са ни останали, ако многократно вече бяхме участвали)... Трудът вече не беше принудителен. Участието бе доброволно.

ТРЕЙСИ КИДЪР,
Душата на новата машина (1981)

Високостойността на предприятието не трябва да управлява огромни ресурси, да контролира армии производствени работници, или да изисква поредици рутинни действия. Поради това то не следва да бъде структурирано по стария пирамидален модел, характеризиращ стандартизираното производство с влиятелни главни директори, оглавяващи все по-наситени слоеве администратори на върха на още по-голяма група почасови работници, всички съблюдаващи стандартизирани работни процедури.

Всъщност, високостойността на организацията не може да бъде структурирана по подобен начин. Трите групи, придаващи повечето стойност на предприятие от нов тип – „решатели”, „откриватели” и стратегически посредници – трябва да бъдат в пряк досег помежду си, с цел да откриват непрестанно нови перспективи. Сигналите трябва да протичат в реално време и без изкривяване, предвид прилагане точно навреме на правилни решения към точните проблеми. Няма място дори за помен от бюрокрация.

Всеки, участвал някога в детската игра „Развален телефон,” – в която играч шепнешком предава произволна дума/изречение на свой съсед така че само той да я чуе, и т.н., докато последният участник изрече на висок глас фраза, нямащо нищо общо с първоначалната, - знае какво се случва, когато дори най-просто съобщение премине през посредници: „Желая ти хубав ден” става „Махни се от мен”. Ако „откривателите” на проблеми

трябваше да предават всичко научено за нуждите на клиента нагоре към главните управители през поредици пластове междинни ръководители при положение, че „решателите” на проблеми предават всичко, което *те* са научили за новите технологии нагоре, през също толкова пластове, а после и двете групи бяха принудени да чакат решения на главните управляващи как да се процедира, - които в случая би следвало да се върнат обратно през същите бюрократични канали, - получената информация би била, меко казано, закъсняла и неуместна, и твърде вероятно: изкривена.

Ето защо една от задачите на стратегическия посредник е да създава условия, при които „решателите” и „откривателите” могат да работят съвместно, защитени от ненавременни вмешателства. Стратегическият посредник е асистент и треньор – намира хора в двата лагера, които биха могли да научат максимално бързо и безпрепятствено нужното един за друг, предоставя всевъзможни ресурси, които биха им потрябвали, осигурява нужното им за разкриване на нови зависимости между технологии и пазарни нужди време оказвайки съдействие за правилно насочване на вложените усилия, така че дейността да отговаря на прозаични изисквания, от типа на очакван положителен краен финансов резултат.

Творческите колективи откриват и решават проблеми по доста сходен начин, независимо дали разработват нов софтуер, замислят маркетингова стратегия, изнамират научно откритие, или осъществяват финансова машинация. Координирането протича главно по хоризонтала, а не вертикално. Доколкото проблеми и решения не могат да бъдат идентифицирани предварително, изказването им на официални срещи и събрания е невъзможно. Напротив, те се открояват при чести неофициални контакти между членове на колектива. Протича процес на взаимно обучение – споделяне на идеи, обмяна на опит, дискутират се проблеми и техни разрешения – често хаотично и импровизирано. Решения намират приложение в напълно различни ситуации; нечий неуспех се превръща в печеливша стратегия в съвсем друга насока. Членове на организацията като че ли нареждат едновременно няколко различни пъзела от парченца в обща купчина – елементи, които могат да образуват множество различни крайни фигури. (Подобно интелектуално взаимодействие в отделни случаи може да бъде срещнато дори и в университетските факултети).

Тогава, вместо пирамидална структура, високостойността предприятие има по-скоро вид на паяжина. Стратегическите посредници са в центъра, но се проявяват най-различни контакти, необвързани пряко; перманентно се формират нови връзки. Във всеки възел на мрежата се помещават относително неголям брой хора – според конкретната задача – от дузина, до няколкостотин. Ако групата е по-голяма, тя не би могла да осъ-

ществи бързо неформално обучение¹. Тук индивидуалните умения се съчетават така, че способността на групата да изнамира разрешения надминава тази на механична съвкупност участници. С течение на времето, докато членовете на групата разработват съвместно различни проблеми и подходи, всеки опознава силните и слаби страни на други. Научават как подпомагайки се взаимно да работят по-добре, кой с какво може да допринесе за общото дело, как най-удачно да придобият съвместен опит. Всеки участник търси идеи в полза на общата цел. Кумулативните опит и вещина не следват стандартни работни процедури, които лесно можем да прехвърлим на други работници и в други организации. Всяка пресечна точка на „инициативната мрежа”² е израз и проявление на уникално съчетани умения.

2

Бързината и подвижността са така важни за високостойността на предприятие, че не могат да бъдат компенсирани с големи инвестиции в служебни сгради, заводи, оборудване и възнаграждения. То трябва да може да сменя посоката бързо, да се възползва от разкрили се възможности, да намира решения на всякакви проблеми, независимо от мястото им на възникване.

В класическото предприятие за масово производство, фиксираните разходи за фабрики, оборудване, магазини и високи възнаграждения бяха определящи, предвид контрол и предсказуемост. Във високостойното предприятие те са ненужно бреме. Тук всичко, което има значение, е бързото откриване и решаване на проблеми – брак техническа мисъл/маркетингово ноу-хау, облагороден със стратегическа и финансова визия. С всичко останало – с всякакви конвенционални неща – при нужда се сдобиваме лесно. Служебни помещения, фабрики и магазини можем да наемем, стандартно оборудване да заемем; стандартни части да закупим изгодно на едро (често – от задокеански производители); секретарки, хора за рутинна обработка на данни, счетоводители и редови производствени работници можем да наемем временно.

Всъщност, във високостойното предприятие работят сравнително неголям брой хора в традиционния смисъл и на твърда заплата. Обитате-

¹ Информационните технологии рязко намалиха разходите по координиране дейността на дори относително голям брой хора, без да се разчита на стандартни работни процедури и други бюрократични структури. Вж., напр., T. Malone, J. Yates и R. Benjamin, “Electronic Markets and Electronic Hierarchies”, *Communications of the ACM*, Vol. 30, № 6 (June 1987)

² Enterprise web: английското “enterprise” означава предприятие/предприемчивост/ инициатива. Тепърва тук ще се придържахме към понятието „инициативна мрежа” (бел. пр.).

лите на корпоративни щаб-квартири, прекарващи голяма част от времето си в търсене на правилните комбинации от решения, задачи, стратегии и ресурси, са склонни да поемат част от риска на своето търсене и пропорционална печалба. При намерена обещаваща комбинация, участниците в новия проект (тези в центъра на паяжината; други: на ключови пресечни точки в периферията) понякога вместо договорено твърдо възнаграждение, може да получат дял от печалбата.

При регламентирано съотношение риск/печалба, и свеждане на режийните разходи до минимум, инициативната мрежа може да си позволи експерименти. Инициативата бе опасна в старото предприятие за масово производство, където неуспехите (като нашумелия модел Edsel на Ford) означаваха, че цялата организация трябваше да смени посоката – преоборудване, преквалификация, пренасочване на пласмента и маркетинга – на огромна цена. Експериментите, обаче, са живеят на високостойността предприятие, защото индивидуализирането на продукта предполага непрестанни проби (съпътствани от фактически възможния минимум грешки).

Разпределянето на рискове и печалби в допълнение предоставя и мощен творчески стимул. С оглед да открият нови възможности в настоящите технологии и пазари, „решателите“, „откривателите“ и посредниците следва да бъдат силно мотивирани. Малко фактори могат да окажат мощен стимул от участие в малка група, ангажирана в обща кауза при споделени риск за неуспех и потенциален триумф от победата. Плодовете на успеха имат не само финансово изражение. Членовете на екипа често хранят общ стремеж да оставят своя диря в стопанския живот.

Доставчиците, печелещи пропорционално на това доколко старателно и усърдно си вършат работата, имат всички основания да търсят все по-ефективни начини за изпълнение на своите ангажименти. Представете си собственика на франчайз³ към Макдоналдс, който работи по петнадесет часа на ден и поддържа чист до блясък търговския обект; или машинен оператор, собственик на оборудването – при предстоящо изпълнение на поръчка с машините (носеща с печалба лично на него) – как поддържа техниката в изрядно състояние.⁴ В периферията на мрежата, с доставчиците на конвенционални стоки и услуги (фабрики, оборудване, служебни площи, стандартни компоненти, счетоводни услуги, охрана и почистване,

³ Франчайз (franchise) – патент или договор за използване на търговската марка (бел. пр.)

⁴ Примерът не е хипотетичен. Финландска хартиена компания, затруднена да поддържа машини за дърводобив които непрестанно изисквали ремонти, ги продала на операторите и сключила с тях договори да вършат старата си работа. Производителността рязко се повишила, защото операторите вече поддържаха машините в по-добро състояние, и ги експлоатирали далеч по-грижливо от преди. Вж. *The Economist*, December 24, 1988, p. 16

обработка на данни и др.) се договаря осигуряване или извършване на конкретни неща за дадено време, на взаимно приемлива цена. Споразумения от този род често се оказват по-удачни от пряк контрол над наемни служители.⁵

3

Инициативните мрежи съществуват под няколко форми, които продължават да еволюират. Най-често срещани сред тях са:

*Независими самоиздържащи се центрове*⁶. Такава мрежа премахва ръководителите на средно ниво и предава правомощията за разработка и пласмент на продукта надолу към група инженери и пазарни специалисти („решатели” и „откриватели” на проблеми), чието възнаграждение е свързано с печалбата на звеното. Стратегическите посредници в щаба предоставят финансова и логистична подкрепа, но звеното има свобода на действие и в разходване на средства до определен лимит. Към 1990 г. Джонсън и Джонсън (~~Johnson-Johnson~~) обхващаше 166 автономни компании, а Хюлет-Пакард (~~hp~~) – около 55 отделни стопански звена. Дженеръл Електрик, Ай-Би-Ем, Ей-Ти-енд-Ти и Ийстмън Кодак, наред с други, възприеха сходен подход. До голяма степен по същите причини, големите издателства трескаво създаваха малки, полуавтономни издателски къщи вътре в структурата на компанията-майка, всяка съставена от дузина служители, натоварени с ангажимент да купуват и публикуват книги за нейна сметка.



Развиващи се дружества.⁷ В такава мрежа стратегическите посредници от щаба действат като рискови капиталисти - „акушерки”, които отглеждат добрите идеи - рожба на групите „решатели” и „откриватели”,

⁵ Редица изследвания разкриват явно нарастване на външното възлагане (outsourcing) и използване на работници с непълно работно време през 80-те години. Вероятен определящ мотив за това е стремежът в Съединените щати да се избегне плащането на добавки за наемен служител, узаконени в договор с профсъюзите или законодателя. Интересно обаче е, че същата тенденция се откроява и в множество други напреднали страни, където профсъюзните договори или законни надбавки не са засегнати. Вж. I.W. Sengenberger и G. Loveman, *Smaller Units of Employment: A Synthesis of Research on Industrial Organization in Industrial Countries* (Geneva: International Institute for Labor Studies, 1988). Добро проучване на тенденцията към външно възлагане и временна заетост може да бъде намерено у E. Appelbaum, в “Restructuring Work: Temporary, Part-Time, and At-Home Employment”, в E. Hartmann (редактор), *Computer Chips and Paper Clips: Technology and Women's Employment* (Washington, D.C.: National Academy Press, 1978); S. Christopherson, “Flexibility in the U.S. Service Economy and the Emerging Spatial Division of Labour”, *Transactions of the British Institute of Geographics*, Vol. 14 (1989).

⁶ Independent profit centers (бел. пр.)

⁷ Spin-off partnerships (бел. пр.)





след което (ако идеите са добре приети на пазара) доразвиват групите под форма на независими дружества, в които стратегическите посредници от щаба запазват контролен дял. Ксерокс и [3М](#) ([3M](#)) първи изпробваха подобен подход в Съединените щати, но той не бе новост за Япония. [Хитачи](#), ([HITACHI](#)), например, на практика обхваща над 60 компании, 27 от които – с общо управление. Някои организации с рисков капитал и ливъридж-изкупени дружества все по-често напомнят вид мрежа, в която рискове и печалба се разпределят между щаб и ръководители на отделни подразделения.

*Свиващи се дружества.*⁸ В такава мрежа добрите идеи се зараждат извън стопанския субект, от независими групи „решатели” и „откриватели” на проблеми. Стратегическите посредници от щаба купуват най-добрите от тях или образуват съвестни дружества с независимите, и впоследствие произвеждат, разпределят и пласират идеите под своята, добре известна, търговска марка. Този тип споразумение е характерен за компютърните софтуерни дружества. През 1990 г., например, над 400 малки търговски субекти бяха закупени от големи софтуерни компании като [Майкрософт](#) ( Microsoft), [Лотус](#) ([Lotus](#)) и [Аштън-Тейт](#) (). По този начин усилията на разработчиците на софтуер бяха щедро възнаградени, а големите пазарни участници си осигуриха несекващ приток на нови идеи.

Лицензионни съглашения. В такива мрежи щабът сключва договори с независими стопански субекти да използват търговската марка на компанията, продава специални формули и патенти или пласира по друг начин нейни технологии, т.е. изнамира случаи, в които те могат да бъдат използвани. Стратегическите посредници в центъра на мрежата следят някой от лицензираните субекти да не подрони реномето на марката, предлагайки ненадеждни продукти и услуги или такива с лошо качество, както и подсикуряват лицензираните пазарни участници със специализирани стандартизирани услуги от типа на системи за планиране на стопанските ресурси (относно ERP, направи справка в [Investopedia](#) [тук](#)) или реклама. Правата по отдаване и управление, обаче, остават в ръцете на лицензодателя. Конкретен пример са франчайзите – един от най-бързо развиващите се видове стопанска дейност във всяка напреднала икономика; в наши дни франчайзополучателите продават всичко: от счетоводни и данъчни услуги, до настаняване в хотел, сладкарски изделия, бакалски стоки, печатни изделия, копирни, и услуги по здравеопазване и спортни дейности. През 1988 г. американските франчайзополучатели покриваха 509 000 точ-

⁸ Spin-in partnerships (бел. пр.).

ки и осъществиха продажби за 640 милиарда долара, равняващи се на над 10 процента от brutния национален продукт.⁹

*Чисто посредничество.*¹⁰ В най-децентрализирания вид мрежа, стратегическите посредници договарят с независимите стопански субекти идентифициране и решаване на проблеми, както и производство въобще. Подобна мрежа е идеална за предприятия, които трябва бързо да превключват в различни режими. Към 1990 г., например, [Компак Компютърс](#) () от [Хюстън](#) (предприятието не съществуваше през 1982 г., но осем години по-късно имаше приходи от 3 милиона долара) купуваше много от най-стойностните си компоненти от други компании (микропроцесори от [Интел](#) /, операционни системи от Майкрософт, течнокристални дисплеи от [Ситизън](#) /, а крайния продукт продаваше на независими дилъри – на които Компак предоставяше изключително право за пласмент в даден район. Производството на компютри Епъл II струваше по-малко от 500 долара, 350 от които: за компоненти, закупени зад граница.¹¹ Междувременно, Люис Галуб Той Къмпани () продаде дребни играчки, измислени от независими изобретатели и новаторски компании, проектирани от независими инженери, произведени и опаковани в Хонконг (откъдето пък възлагат най-трудоемката работа в Китай и Тайланд), в крана сметка експедирани и разпродадени в Америка от независими дистрибутори на играчки, за над 50 милиона долара. Киностудията, някога разчитали на собствени съоръжения, екипи и уникални актьорски екипи, режисьори и сценаристи, сега за всеки отделен проект се договарят с независими продуценти, режисьори, актьори, сценаристи, екипи и оператори, използват наети помещения и съоръжения, и разчитат на шанса независими разпространители да извършат показ на филмите в подходящи кинотеатри. Издателите на книги не само се договарят с техните автори, но се и занимават с отпечатване, графично оформление и илюстрации, маркетинг, и всички стани на тяхното производство. Дори автомобилпроизводителите вече възлагат навън все по-голяма част от вложеното в продаваните на пазара леки коли, камиони и специализирана техника. (Към 1990 г., Крайслер Корпорейшън произвеждаше пряко само около 30 процента от колите си в стойностно изражение, а Форд – към 50 процента. Дженеръл Моутърз купуваха половината от вложените инженерни и проектантски услуги от 800 различни външни източници.)

⁹ Цифровите данни са почерпени от *Business Week*, November 13, 1989, p. 83

¹⁰ Pure brokering

¹¹ Първоначално, Епъл вземаше микропроцесорите си от Синертек, другите чипове от Тексас Инструментс и Моторола, монитори от Хитахи, хранващи блокове от Астек, и принтери от Кюм. Вж. James Brian Quinn и колектив, "Beyond Products: Service-Based Strategy", *Harvard Business Review*, March – April 1990, pp. 58 – 60.

Американците обичат да се препират за вече предрешени неща. Има ли бъдеще материалното производство, или американската икономика се превръща в арена на услугите? Обречени ли са големите корпорации да измрат като праисторическите чудовища и да бъдат наследени от малки стопански субекти, или големите компании са жизнено важни и определящи за нашето бъдеще? Сродни теми предоставят безчет възможности за дебати, наподобяващи споровете на схоластите от тринадесети век по въпроса колко ангели могат да се поберат на главата на топлийка. Такива дебати имат смисъл, доколкото като обосновка на бизнес семинари, конференции и журналистически статии, дават доходоносно поле за изява на маса хора. Подобна полемика обаче едва ли е особено смислена. Участниците обичайно могат да намерят обосновка за позицията на която и да е страна в спора, зависеща най-вече от дефиницията на даден термин. Отговорът на въпроса дали материалното производство отстъпва пред всеобщата сфера на услугите зависи най-вече от това как сме дефинирали съответните понятия; доколко малки пазарни участници изместват крупните зависи от критериите, залегнали зад всяко от нашите определения. Всъщност, всички производствени компании в крайна сметка предоставят услуги, а всички големи стопански субекти се трансформират в мрежи от по-малки пазарни участници.

Системата за Стандартна индустриална класификация¹² на федералното правителство е отново толкова анахронична и безполезна, както винаги досега. Тя дефинира понятието „истаблишмънт“ като всяко стопанско учреждение, включително подразделение на крупна компания.¹³ Ето защо не е за учудване, че броят малки „истаблишмънти“ между 1975 и 1990 г. почти се е удвоил, създавайки милиони нови работни места – точно когато едромащабните, пирамидални корпорации се превръщаха във високостойностни, децентрализирани инициативни мрежи. Но дори и в случай, че пренебрегнем подобна статистическа небрежност, преходът от едросерийни йерархии към високостойностни мрежи би оставил впечатление за свиващо се основно ядро по простата причина, че главните корпорации вече не наемат пряко множество служители, а мрежите им за непряко привличане не се поддават на лесно еднозначно измерване и остойностяване.


Както вече видяхме, по официални данни, 500-те най-крупни американски компании не можаха да създадат нито едно работно място в повече за периода 1975 – 1990 г., при което делът им при гражданската работа

¹² Standard Industrial Classification system

¹³ U.S. Office of Management and Budget, SIC Manual (1987), p. 12

сила спадна от 17, на под 10 процента. В същото време, след десетилетия снижаване броят хора, определящи себе си като „свободно практикуващи“¹⁴, започна да расте¹⁵. Също така, имаше бум на нови фирми (през 1950 г., в Съединените щати бяха създадени 93 000 корпорации; към края на 80-те, в Америка възникваха около 1,3 милиона нови предприятия всяка година)¹⁶. Равносметката показва, че повечето нови работни места в икономиката биват разкрити от малки стопански субекти¹⁷, които влагат и по-голяма част от средствата за изследвания¹⁸. Сходни промени се наблюдават и в други държави¹⁹.

Да извадим естествено заключение от тези данни – че големите компании биват *замествани* от милиони малки стопански субекти – обаче означава да попаднем в същия рудиментарен капан, както в спора „продукти“/„услуги“; и в двата случая пренебрегваме мрежовите взаимоотношения, които формират новите икономически реалности. Базовата корпорация вече не е „крупен“ стопански субект (компания), но не е и проста съвкупност от дребни предприятия. По-скоро представлява инициативна мрежа. Центърът ѝ генерира стратегически идеи и обединява информационните потоци в едно. При това, всеки елемент на мрежата има достатъчно самостоятелност да генерира изгодни връзки с други мрежи. Няма „вътре“ и „извън“ корпорацията; просто дистанциите до стратегическия център са различни.

Резултатните взаимовръзки може да бъдат доста сложни и простиращи се между множество центрове на самоиздръжка, стопански единици, разрастващи се дружества, лицензополучатели, франчайзополучатели, доставчици и дилъри, както и други стратегически центрове, на свой ред свързани в още по-големи групи. През 80-те, например, Ай-Би-Ем (която, както видяхме, ревниво пазеше своята независимост до степен да напусне Индия, вместо да раздели печалбите с индийски партньори) се обединиха с дузина компании – Интел, [Мерил Линч](#) (, [Ийтна Лайф енд](#)

¹⁴ Self-employed

¹⁵ През 1975 г., сам 6,9 процента от нефермерската работна сила в САЩ беше „на свободна практика“; към 1986, дялът бе 7,4 процента. Данните са от *The State of Small Business: Reports of the President* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, various issues)

¹⁶ David L. Birch, „The Hidden Economy“, *The Wall Street Journal*, June 10, 1988, p.23R

¹⁷ Данните са почерпени от Douglas P. Handler, *Business Demographics* (New York: Dun & Bradstreet, Economic Analysis Department, 1988)

¹⁸ Според Националната научна фондация, малките предприятия с под 500 заети са удвоили дела си в разходите за изследвания и разработки на американските корпорации през 80-те години от 6, на 12 процента. National Science Foundation, November 1990), pp. 12 - 14.

¹⁹ Вж. напр. „München Management“, *The Economist*, October 14, 1989, p. 25

[Кажуълти](#) ([♥aetna](#)), Ем-Си-Ай, [Комсат](#) ([COMSAT](#)) и над осемдесет чуждестранни дружества – с цел да извършват съвместно идентифициране и решаване на проблеми, и стратегическо посредничество. По подобен начин Ей-Ти енд Ти (която седемнадесет години се гордееше с пълния контрол над продуктите и операционната си система) се озова в нов, нерегулиран, непредсказуем свят на телекомуникации, изискващ стотици сдружавания и съвместни предприятия, и хиляди субконтракти.²⁰ Основните корпорации и другите зрели икономически субекти са подложени на сходна трансформация. Действително, както ще видим, техните още по-децентрализирани инициативни мрежи започват да стават неразличими продължения на нашите.²¹

Тенденцията не бива да бъде надценявана. Дори и през 90-те години на ХХ-ти век продължават да съществуват големи корпорации с бюрократична структура и функции, пряко наемащи хиляди служители, и които владеят значителни материални активи. Такива корпорации обаче се превръщат в изключения. Оцеляват и процъфтяват по-скоро въпреки, а не благодарение на своята организация. Най-рентабилните от тях се трансформират в инициативни мрежи. Привидно напомнят стари форми на организация, но на практика всичко е структурирано другояче. Прочутите им търговски марки се залепват на продукти и услуги, сглобени от многообразие компоненти с произход от къде ли не. Импозантните им щабквартири, просторни фабрики, магазини, лаборатории и флотилии камиони и фирмени самолети са взети под наем. Производствените им работници, пазачи и счетоводители работят на временни договори; ключовите им изследователи, проектанти и пазарни специалисти имат дял в печалбата. А представителните им директори вместо с голяма власт и авторитет, разполагат с контрол в отделни сфери. Вместо да налагат волята си над корпоративната империя, те направляват идеи по новите инициативни мрежи.

²⁰ Моите интервюта (вж. „Бележки по допълнителните източници“) потвърждават изводите от другите проучвания. Вж., напр., R. Johnston и Paul Lawrence, “Beyond Vertical Integration: The Rise of the Value-Added Partnership”, *Harvard Business Review*, July – August 1988; R. Miles, “Adapting to Technology and Competition: A New Industrial Relations System for the 21st Century”, *California Management Review*, Winter 1988; и J. Badaracco, Jr., “Changing Forms of the Corporation”, J. Mayer и J. Gustafson (редактори), *The U.S. Business Corporation* (Cambridge, Mass.: Billinger, 1988). Вж. също Jordan D. Lewis, *Partnerships for Profit: Structuring and Managing Strategic Alliances* (New York: Free Press, 1990)

²¹ За описание на модела в Европа, вж. D.J. Storey и S. Johnson, *Job Generation and Labour Market Changes* (London: Macmillan, 1987).

Дифузия на собственост и управление

Правейки разлика между интересите на притежанието и управляващата власт, необходимо е да помним факта, че, както съществуват множество индивиди имащи интереси в едно предприятие, за които обикновено не се мисли като за собственици, така може да има много индивиди, притежаващи някаква власт върху него, за които не трябва да се мисли, че го управляват.


АДОЛФ А. БЪРЛ И ГАРДИНЪР С. МИЙНС,
Модерната корпорация и частната собственост (1932)

По този начин, образът на основната корпорация като владеец и управляващ огромни ресурси все повече става фиктивна представа, която ни напомня какво е била някога базовата корпорация но маскира това, в което се е превърнала. Ключови активи на високостойностното предприятие не са осезаеми вещи, а уменията за свързване на решенията с конкретни нужди и репутацията, произтичаща от успешно справяне с досегашни проблеми. Някоя отделна група или участник не „управлява” новия стопански субект, подобно на досегашните предприятия за масово производство. Никой не го „притежава” в традиционен смисъл. Директорите координират и посредничат; инвеститори осигуряват част от средствата, необходими за текущо финансиране, за което биват възнаградени – както много други участници в процеса – с част от печалбата. Най-квалифицираните и талантиливи „решатели” и „откриватели”, от които зависи действително много, вероятно също ще получат дял от печалбата. Те също имат значителна свобода на действие за това какво правят и отнотно начина, по който го осъществяват. Рутинните функции все по-често биват договаряни с външни изпълнители. Така властта дифундира.

Официалната организационна схема има малко общо с действителните източници на власт във високостойностното предприятие. Влиянието зависи не от официални правомощия или служебен статус (както в предприятието за масово производство), а от способността да се добавя стой-

ност в инициативните мрежи. „Решателите” и „откривателите” на проблеми и посредниците изпълняват ръководни функции, когато създават начини, по които другите могат да добавят стойност. Така се открояват лидерите.

Процесът може да бъде наблюдаван във високотехнологичните компании в [Силициевата долина](#)¹, в офисите на корпорации в [Манхатън](#), в холивудските киностудия, в рекламните бутици на [Медисън Авеню](#), в юридически дружества, консултантски групи, инвестиционни банки, издателства, инженерингови компании, архитектурни студия, радио- и телевизионни агенции, служби за връзки с обществеността, лобинг агенции² и т.н. Неформалните лидери с по-добра репутация се радват на по-голямо доверие и повече поддръжници. В крайна сметка те и техните последователи получават съществена част от крайните печалби или напускат и започват собствен бизнес. Така с издигане на нови лидери, инициативните мрежи се преустройват. Точки в периферията, където досега са се пресичали няколко нишки, прерастват в нови мрежи обединени около групи хора, които създават най-голяма стойност и привличат последовател-шампиони. Лидерството е там, където се създава, култивира и развива най-съществена стойност.

Ключови решения с кого и за какво да се преговаря стратегическите посредници все по-често вземат на неявен принцип. Стратегическите посредници, заети с ежедневно развитие на инициативната мрежа, често имат непредразполагаща длъжност от типа на Директор снабдяване или Началник доставки. Отговорни са за вземането на решения за хиляди привидно маловажни контракти, които, взети заедно, определят много от същинските продукти, продавани от предприятието. Директорът по снабдяване на [Полароид Корпорейшън](#) ( Polaroid), например, изразходва към половината от годишните приходи на корпорацията за най-различни неща: от високотехнологични компоненти, до услуги по охрана и почистване от над 8000 доставчици, чрез 95 000 контракта. Макар да не фигурира сред двадесетте висши ръководители на Полароид в годишния отчет на компанията, той е между най-важните нейни стратегии. От решенията му до голяма степен зависят продуктовата гама на компанията, крайните цени и качеството на изделията. В неформален план, голяма част от властта е негов прерогатив.

¹ Silicon Valley – в щата Калифорния, САЩ (бел. пр.)

² Lobbying – реклама и пропаганда на закони, проекти и решения пред членове на правителството и законодателни органи, с цел да бъдат прокарани (бел. пр.)

2

Стопанската преса, която формира значителна част от нашата представа за съвременната корпорация, увековечава закостенелите понятия за централизирани собственост и управление. По страниците на *Форчън*, *Форбс*, *Бизнес Уийк* и *Уолстрийт Джърнъл* и из безчет кресливи стопански предавания, надпреварващи се по гледаемост в мъртвите часове на кабелните телевизии, за основните корпорации се говори така, сякаш те са все още големи йерархични обекти, управлявани отгоре надолу и действащи en masse.³ Това е, меко казано, заблуждение.

Да вземем една въображаема, но не и нереална ситуация: Велика Американска Корпорация обявява, а деловият печат прилежно разгласява, че компанията пуска на пазара нова линия индивидуално разработени топки⁴ - с всякакви тегла, размери, форми и консистенции – предназначени за културисти). Новината, разбира се, е важна за главните стратегически посредници на Велика Американска Корпорация и нейните акционери, курсът на чиито ценни книжа ще скочи или спадне в зависимост от това колко желаещи – спортисти ще се втурнат към магазините, за да си купят новата топка. Обявлението обаче създава погрешна представа за един грамаден икономически субект на име Велика Американска Корпорация, който единствен отговаря и дори има изключителни права над топката, и че главните последствия от пазарен успех или провал на изделието ще бъдат за акционерите на Велика Американска Корпорация.

Всъщност, индивидуално разработената за конкретен клиент топка най-вероятно е изделие-рожда на сложна инициативна мрежа. Обичайно, топката бива замислена от група специалисти, – ще я наречем Компания А – по документи: подразделение на Велика Американска Корпорация, но работеща независимо. Дизайнът на топката е бил разработен от друг екип, специализиран в превръщането на идеи в крайни изделия, които могат да бъдат произвеждани евтино и рентабилно – ще я наречем Компания В – официално нямаща нищо общо с Велика Американска Корпорация, но тясно свързана с нея, защото повечето продукти на Компания В биват купувани именно от Велика Американска Корпорация. Топката се изработва и комплектова от Компания С, чиито наети служители използват модерно оборудване в [Тайван](#) и [Хонконг](#). Изделието се опакова от Компания Д, експедира се от Компания Е, и се пласира от Компания Ф. Компании Г и Н са заели пари на проекта и вече са продали дълговите документи на няколко други компании. Компании И и Ј пласират топките чрез своите

³ Всички заедно/като един – фр.

⁴ В оригинала: “beanbag” – мека топка (торбичка, пълна с бобени или други зърна), използвана за хвърляне в цел и други игри (бел. пр.)

франчайзни оздравителни салони и фитнес-центрове. Компания К урежда всички юридически формалности, докато Компания L се грижи за рекламата. Компания М притежава фабриката, където се изработват топките, а Компания N е собственик на машините. Компании О и Р имат договори за изключителни права да продават топката в техните райони на страната, докато Компания Q е откупила правата да произвежда и продава топката в Европа и предстои да сключи договори с Компании R, S, T, U и V, които ще я разпространяват и продават там. Междувременно, Компания W води счетоводство и управлява финансови активи, докато Компании X, Y и Z се грижат за всички служебни пътувания, комуникации и организационни проблеми. Членовете на някои групи получават заплати непосредствено от Велика Американска Корпорация; други ще придобият дял от евентуалните печалби от топката (и няма да получат нищо в случай на провал); трети работят по дългосрочни договори с компанията и получават твърдо възнаграждение за своите услуги.

Какво тогава *всъщност* е Велика Американска Корпорация? Представява мрежовидна комбинация от всички тези групи, плюс някои външни инвеститори, - акционери на Велика Американска Корпорация, - които също ще придобият дял от евентуалните печалби, и стратегическите посредници от щаба, придвижили всички юридически формалности и прокарали цялата сделка (немалък подвиг, за който ще получат прилично възнаграждение, ако индивидуално разработената топка се превърне в здравен хит през следващата година).

Това, че топката е считана за продукт на Велика Американска Корпорация, скрива локацията на същинската стойност в конкретната мрежа. Действителните печалби за акционерите на Велика Американска Корпорация вероятно ще бъдат малки в сравнение с приходите на други субекти, участвали в добавяне на стойност, вместо с финансови средства, и поели по-голяма част от стопанския риск. Нека приемем, че Компания А се състои от две дузини хора, специализирали се в развиване на идеи за нови физкултурни изделия. Стратегическите посредници от Велика Американска Корпорация неотдавна са ги привлекли, измъквайки ги от свой конкурент, за когото отнетите специалисти са разработвали изключително успешни физкултурни концепции. Групата е примамена с високи заплати, плюс дял от всички печалби-следствие от техните идеи. Същинският сюжет (макар и предаден пестеливо), залегнал в разказа за новата топка по поръчка на Велика Американска Корпорация, е скрит в историята на талантливата група в Компания А, разработила пазарната идея, и в придобитите облаги в случай на успех. От наличната информация не става ясно чие притежание е реалният контрол в конкретната мрежа. Творците на идеята от Компания А притежават поне толкова правомощия и упражня-

ват поне толкова контрол над крайния продукт, колкото ръководителите в щаба.

Глаголите и притежателните форми, използвани в описанието на казуса, - както във фразата „Велика Американска Корпорация пуска нов продукт”, или „Индивидуално разработените топки на Велика Американска Корпорация” – предполагат структура на собственост и управление, аналогична с тази в предприятие с масово производство. При опит да бъде приложена към високостойностно предприятие с неговите децентрализирани собственост и управление, конвенционалната граматика поражда недотам явни, но дълбоко неверни представи.


3

Подобна илюзия прозира в съобщенията, когато ключови корпорации придобиват други компании или продават филиали, от типа на: „Велика Американска Корпорация продава дъщерна Компания А на Голяма Генерална Корпорация”. Поражда се представа, че фабрики, оборудване и хора преминават от едни собственик и управител към други, както при прехвърляне на недвижим имот. В старото предприятие за масово производство, където управлението беше съсредоточено на върха, а всички останали изпълняваха планове на висшето командване, подобни прехвърляния на активи действително напомняха продажба на имущество. Във високостойностното предприятие обаче прехвърляне не означава нищо повече от промяна в способа, по който решаването и идентифицирането на проблеми се комбинира със стратегическо посредничество, и в източника на финансиране.

В случая стратегическите посредници и инвеститори на Голяма Генерална не получават фактическа „собственост” или „контрол” над нещо съществено. Припомням, че ключови ценности в Компания А са квалифицираните и талантиливи служители, а не имущество, което може да бъде купувано или продадено. Някогашни успехи на групата може и да са намирали израз в продаваеми активи, като патенти, авторски права и търговски марки, към които Голяма Генерална би могла да предяви законни претенции, но *бъдещите* им идеи не могат да бъдат притежавани или продавани. При каквато и да е потенциална стойност на *тези* им идейни ценности, същински собственик ще продължават да бъдат хората, в чиито глави те се зараждат. Подобни ценности не можем да извадим и вземем без тяхно знание и съгласие, нито можем да командваме представите на хората за дълг и чест. Дори Тринадесета поправка в Конституцията да не забраняваше насилственото робство, не бихме могли да поробим човек с цел принудително да извършва творческа дейност. Бъдещите им идеи и привързаност могат да бъдат купени, но ако те не са доволни от сделката,

едва ли биха работили творчески и съзидателно. Впоследствие ще ни напуснат, търсейки по-приятна и доходоносна среда.

В крайна сметка, независимо за коя корпорация работят, те ще имат възнаграждение за своя принос (понякога: във вид на дял от реализираните печалби), отразяващо действителната стойност, която са в състояние да донесат на предприятието. Вместо описание, че Велика Американска Корпорация „е продала *своята*” Компания А на Голяма Генерална Корпорация, далеч по-достоверно би било да кажем, че талантливите „решатели” и „откриватели” на проблеми от Компания А ще печелят по-добре, както и инвеститорите на Голяма Генерална. Но ако нещата потръгнат зле, талантливите хора от Компания А биха могли да потърсят друг партньор (или заедно да напуснат Компания А).

Високостойностните предприятия не могат да бъдат „придобивани” в по-голяма степен, отколкото могат да бъдат привлечени квалифицираните и талантливи специалисти в тях. Нерядко доволни от подобна покупка инвеститори и стратегически посредници са оставали изненадани да видят как розови надежди изчезват като захарен памук, когато го допрат до устните си. (Ако са знаели, че инициативната мрежа няма нищо общо с недвижим имот, вероятно не биха предприели опити за поглъщане). През 1986 г. Дженеръл Електрик предполагаша, че са „придобили” Кидър-Пийбоди, () Къща за финансови услуги. Когато обаче Дженеръл Електрик опита да упражни контрол над новата си придобивка, - налагайки по-стриктни изисквания към отчетите и строги правила за контрол над разходите, - голяма част от най-квалифицирания персонал на Кидър-Пийбоди напусна с цел да намери по-добро обкръжение. Дженеръл Електрик останаха само с добрата, но увяхваща репутация на Кидър-Пийбоди.⁵

4

Ключовата борба в индустрията за масово производство в края на деветнадесети и първата половина на двадесети век - борба, занимавала Карл Маркс, Андрю Карнеги, Джон Л.Люис и много други, - бе между притежателите на машини и наемните работници. Всяка страна искаше по-голям дял от доходите. Такъв тип споразумение бе постигнато през 50-те. Според него, мениджмънтът се съгласяваше с профсъюзно искане за все по-високи заплати в замяна на сътрудничество с профсъюзите предвид производство на все по-голям обем продукция – снижавайки по този начин разходите за тези стоки, и така създавайки голям брой американци,

⁵ Steve Swartz, “GE Finds Runing Kidder, Peabody & Co. isn’t All that Easy”, *Wall Street Journal*, January 27, 1989, p. 1.

представители на средната класа с доход, позволяващ закупуването им. Правителството изигра важна поддържаща роля в това споразумение. Такава бе националната сделка до момента, с който се намеси глобалната икономика.

Във високостойностното предприятие, обаче, претенциите както на рутинния труд, така и на финансовия капитал, все повече се придържат към исканията на тези, които откриват, решават, и посредничат при новите проблеми. Вследствие, устойчиво намаляващ дял от всеки долар (или лира, марка, йена), похарчен в една напреднала икономика, отива у производствените работници. Печалбите също бележат спад. Субектите, концептуализиращи проблеми обаче, се радват а все по-големи заплати и възнаграждения. През 1920 г., над 85 процента от цената на един автомобил отиваше за възнаграждения на рутинни работници и инвеститори. Към 1990 г. същите групи получаваха по-малко от 60 процента, а останалото отиваше при проектанти, инженери, дизайнери, плановици, стратегически и финансови специалисти, ръководен персонал, адвокати, рекламни агенти, пазарни специалисти, и др.под. Днес не повече от 3 процента от цената на полупроводников чип отива у собствениците на суровините и енергията, 5 процента – у тези, които владеят оборудването и съоръженията и 6 процента – у рутинните работници. Над 85 процента отиват за специализирани проектантски и инженерингови услуги, патенти и авторски права върху досегашни открития, направени при оказване на такива услуги.

Такава картина се наблюдава в икономиката като цяло. В следвоенния период надниците на производствените работници в Съединените щати устойчиво спадаха като процент от brutния национален продукт – от 11,6 процента през 1949, на 4,6 процента през 1990 г.⁶ През същия период печалбите на корпорациите също се снижиха като процент от brutния национален продукт. В средата на 60-те корпоративните печалби (коригирани предвид печалби и загуби от стойността на запасите и с амортизациите) достигнаха 11,7 процента от БНП, а впоследствие спаднаха до 6,9 процента по време на рецесията 1969 – 70 г. Следващите проценти бяха по-ниски: както максимални във фаза на подъем, така и минимални при спад. В края на 80-те печалбите представляваха само 5,3 процента от

⁶ Цифрите до 1983 г. са от преброителни данни, анализирани и обработени от W. Johnson, A. Parker et al., *Workforce 2000: Work and Workers for the 21st Century* (Indianapolis: Hudson Institute, 1987), p. 27, Fig. 1 – 11, екстраполирани към 1990 г. През същия период делът в общата производствена стойност (като „производство“ се определя в правителствената статистика) представен от заплатите на производствените работници е спаднал от 40 на 24 процента, Ibid., p. 26, Fig. 1 – 10.

БНП.⁷ Докато полагаемата част от БНП за рутинни работници и инвеститори устойчиво спадаше, делът отиващ у „решателите“ и „откривателите“ на проблеми, и у стратегическите посредници, устойчиво растеше.

5


Обезценката на рутинния труд имаше последствия, които ще изследваме малко по-нататък. Растящата обезценка на капитала, междувременно, меко казано, доведе до объркване сред инвеститорите. Да „притежаваш“ компания вече не означава това, с което сме свикнали. Членовете на счетоводната гилдия, които принципно не са сред прекалено емоционалните натури, на всеослушание се вайкаха как ще информират потенциални инвеститори за действителната цена на предприятия, чиято същинска стойност се крие в мозъците на наетите служители. С термина „гудуил“ (реноме⁸) означаваха призрачна зона в балансовите отчети на корпорациите: нещо преходно между осезаеми активи и таланта на нейните служители в парично изражение. Но във време, когато интелектуалният капитал неумолимо надделява над материалния в ролята на ключов актив на корпорациите, акционерите се озовават на все по-несигурна и коварна почва. Много от „реномето“ може да бъде изгубено при напускане на ценни служители.

Някои интелектуални активи, разбира се, остават наши дори след като ни напуснат талантлив сътрудници – такива като патенти и авторски права, законно наследство от минали творчески идеи. Във високостойностна икономика, обаче, такава интелектуална собственост често доста бързо се обезценява. При това, патенти и авторски права защитават единствено открития, направени в определен времеви момент. Те не защитават същинското откритие за съществуване на конкретен проблем, чието решение хората търсят (като например нуждата да запишат телевизионно предаване, което да гледат по друго, удобно за тях, време); нито пък защитават множеството последователни идеи за още по-добро разрешение на проблема (като например миниатюрен камкордер с вградена функция за видеозапис). Подобен вид открития, - че съществува пазар и че има разнообразни начини той да бъде обслужен, - често се по-ценни от оригиналното патентовано или защитено с авторски права изделие. „Откриватели“, „решатели“ и посредници, които може да не са играли никаква роля при оригиналния продукт, обикновено се втурват и търсят начини да се възползват от новите пазари, възникнали и стимулирани от откритието.

⁷ Числата са заимствани от U.S. Department of Commerce, *Survey of Current Business* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, various issues)


⁸ Goodwill – (буквално – „добра воля“) означава и добро име, реноме (бел. пр.).

Така, често по-големите възнаграждения отиват у бързите и хитри подражатели, а не при блестящи и оригинални изобретатели. Конвенционалните решения на класически проблеми, макар и защитени от закона, бързо излизат от мода и отпадат.

Популярната търговска марка е друга форма на неосезаемо реноме, фигуриращо (явно или неявно) в балансните отчети на корпорациите. Дженеръл Електрик, Ар-Си-Ей, Уестингхауз. Кодак, Сиърз, [БанкАмерика](#) ([BANK OF AMERICA](#) )⁹, Дженеръл Моутърз, Проктър енд Гембъл, Уолт Дисни, Ай-Би-Ем, Американ Експрес – имената вдъхват увереност и пораждат представа за солидни и надеждни институции. Това, че същите се трансформират в децентрализирани мрежи от контрактори, субконтрактори, притежатели на лицензи и франчайзи, дружества и други временни съюзи, - развивани от малки групи стратегически посредници, - не намалява лоялността на клиентите, защото самите потребители нямат ни най-малка представа за протичащата трансформация. Тук се наблюдава и още едно икономическо последствие от рудиментарното мислене – този път у потребителите. Прието е, че изделие с търговска марка Джи-И⁹ е „направено“ от Дженеръл Електрик в традиционния смисъл – от работници на Джи-И, под контрола на ръководители от Джи-И, във фабриките на Джи-И. Потребителската увереност сама по себе си е конвертируема стока.

Всъщност, търговските марки и запазените имена на много от ключовите корпорации са сред най-ценните техни активи. Осветяват небесата над градовете. Появяват се – с премерени вкус и такт – в началото и в края на публицистични телевизионни предавания. Авторитетен глас уведомява зрителя за великодушните социално значими благодеяния на корпорацията. Срещат се на цяла страница в журналистически издания на фона на безметежни пейзажи или класически изгледи; често дори отсъства изделие като такова. Бленувана тавтология – емблемата олицетворява корпорацията; корпорацията намира израз в емблемата. В представите на обществеността Ай-Би-Ем е абстракция, имаща нещо общо с компютрите,









Чарли Чаплин () и една синьо-бяла емблема – творение на консервативен швейцарски модернист ([IBM](#)), вдъхваща представа за власт и авторитет¹⁰.

Когато едно корпоративно име прекалено здраво се асоциира със западащ отрасъл или продукт, промяна на самоличността може да помогне

⁹ GE (General Electric), абривиатура от Дженеръл Електрик

¹⁰ Вж. Ken Carls, “Corporate Coats of Arms”, *Harvard Business Review*, May-June 1988.

за възстановяване на девалвираната стойност. Старата, едва кретаща [Ю.С. Стийл](#) () се преименува в лъскавата [Ю-Ес-Екс](#) (USX). Възстановяването на имиджа вероятно става по реда, в който рекламните и пазарни агенти префасонират не продукти, а впечатления. Така, [Филип Морис](#) () плати 600 000 долара на Националния архив за привилегията да рекламира 10-те поправки към Конституцията заедно с марката на Филип Морис с надежда американската общественост някак си да асоциира нейните цигари с бащите на нацията.

За ирония, една инвестиция в имиджа на корпорацията може да се изплати, дори ако компанията-майка няма пряко отношение към пласирания продукт: надеждната търговска марка има собствена, независима, стойност. Емблемата на Дженеръл Електрик () сама по себе си повишава стойността на микровълнова фурна проектирана, изработена и сглобена от Самсунг в южнокорейски фабрики, където чиновниците на Джи-И едва ли са влизали; поставеният на видно място подпис на [Уолт Дисни](#) () и веселият Мики Маус вдигат цената на запалки и летни ризи от Тайланд; авторитетната емблема на Американ Експрес декорира карти, курортни пътеводители, квартири, съпровожда екскурзии предлагани от хора, чиято единствена връзка с Американ Експрес е контрактът, даващ им право да използват името; марката на Кодак се поставя на машини и видеоеленти, направени съответно от [Канон](#) () и [Мацушита](#)¹¹ ()

И най-въздействащата търговска марка, обаче, не може да запази стойността си вечно. Спомените избледняват. Нови продукти с нови марки набират почитатели. Утвърдена търговска марка понякога се появява на нискокачествени продукти, които вредя на нейната репутация. Американските потребители в крайна сметка установиха, че няма нужда някой да ги убеждава и че могат да си купят същия продукт на по-ниска цена, без да субсидират основната корпорация и рекламната ѝ агенция. Видеоелентата на Мацушита е също толкова добра, както и тази на Кодак. Досущ като патенти и търговски марки, реномираните запазени имена губят своята стойност, когато остаряят. Дори такава форма на престиж е актив, който с времето се амортизира.

¹¹ След като някои чуждестранни етикети напоследък станаха по-престижни и солидни от американските, партньорите размениха табелите: търговската марка на Минолта сега се появява на моменталните фотоапарати, направени от Полароид. Един ръководител от Полароид сподели, че „доброто име на Минолта ... би придало положително усещане към марката на пионера в моменталната фотография”. *The Wall Street Journal* July 6, 1990, p. D2

6

Един-единствен актив във високостойността на предприятието става оценен с времето: квалификацията на ключовите сътрудници да откриват и разрешават проблеми, придружена от умения за стратегическо посредничество. За разлика от машини, които с годините се износват, суровини, които се изчерпват, патенти и авторски права, които остаряват и търговски марки, които губят своя престиж, уменията и творческите идеи, които произтичат от откриването на нови връзки и зависимости между технологии и потребности, на практика с времето се капитализират.

Колкото по-сложна е задачата, толкова по-добре служи тя като трамплин към още по-комплексен следващ казус. Една енигма води към друга. Стратегическите посредници, успешно намерили точната правилна комбинация от технически и маркетингови умения за разработване на софтуер за машинни инженери, придобиват представа какво е необходимо за разработка на още по-сложен интерфейс за аерокосмически изследвания. Производството на музикални записи, хвърлящи публиката в екстаз, поражда идеи за още по-въздействащи аудиоматериали тепърва. Разработка и търсене на специализирани химикали предпоставят получаването на високоиздръжлива керамика и монокристален силиций. И така нататък.

Класическото предприятие за масово производство, естествено, печелеше от опитните свои работници. Старите майстори познаваха машините и материалите така добре, че можех да усетят авария, преди да възникне. Растежът там, обаче, зависеше основно от все по-големи икономии от производствен мащаб. Субектите, инвестирали във фабрики и машини, правещи възможно производство с подобен мащаб, придобиваха все по-голям дял от всички реализирани печалби. Във високостойността на предприятието, обаче, растежът зависи от натрупания опит на ключови сътрудници. Съответно, все повече и повече от стойността в рамките на предприятието – паралелно с правомощия и възнаграждения – преминава към участниците в процеса, чиито умения за откриване и разрешаване на проблеми и при стратегическо посредничество най-бързо се трупат и проявяват в реален план.

Традиционната икономическа теория се основава на Закон за намаляващата възвръщаемост. Когато някой ресурс се изтощи, цената му нараства; ръстът в цената, на свой ред, принуждава купувачите да пестят ресурса и да търсят евтини заместители, което в крайна сметка отново понижава цената му. Високите цени на нефта през 70-те, например, накараха потребителите да пестят енергия, и насърчиха нефтените компании да търсят нови петролни находища – като и двете инициативи, в крайна сметка, доведоха до спад в цените на нефта през 80-те. Едно от главните

достойнства на системата с цените – единодушно биха завили представители на икономическото съсловие – е тенденцията ѝ да се уравнисява автоматично.

Човешкият капитал, обаче, работи на друг принцип. Хората се обучават с практиката и стойността на резултатите от техния труд нараства с натрупания опит. Системата не е самоконтролираща се в смисъл че хората, първи натрупали опит, губят всички свои ценови предимства, когато другите ги настигнат. Обратно, хората, имали късмета да получат отлично образование, допълнено с производствен опит в извършаване на сложни дейности, с времето обичайно стават устойчиво по-ценни, така че за другите вече е изключително трудно да ги догонят.¹² На практика, нарастващото им предимство може да се разпростре отвъд пределите на едно поколение, защото допълнителните им доходи биват инвестирани в образование и подготовка на техните деца. Подобни разширяващи се различия могат да придобият ендемичен мащаб в една глобална икономика базирана на високостойностни умения, а не на рутинен труд или капитал. Ще се върнем на тази тема в следващите глави.

¹² За противоречията между конвенционалните икономически схващания и споменатия по-динамичен подход, вж. W. Brian Arthur, "Positive Feedback in the Economy", *Scientific American*, February 1990, p. 92.

Глобална мрежа

Новите организационни мрежи, съставени от високостойностни предприятия, заимствали класическите корпоративни пирамиди от предприятия за масово производство, са разпръснати по целия глобус. Тепърва няма да ни заобикалят „американски“ (или британски, френски, японски, германски) корпорации, нито ще има краен продукт, наричан „американски“ (или британски, френски, японски, германски).

Старата американска мултинационална корпорация се управляваше от американската си щаб-квартира. Задграничните ѝ филиали действително имаха спомагателна¹ роля – както често биваше напомняно на чуждестранните работници и клиенти. Дали добиваха суровини и ги изпращаха в Америка за обработка, дали разпределяха и продаваха продукти, произведени в Америка на родните пазари и изпращаха приходите в Америка, – дори и да произвеждаха продукция по спецификации, предоставени от американската щаб-квартира, продаваха ги, и връщаха обратно спечеленото – бе ясно, че филиалите обслужваха интересите на американската „шапка“. Собствеността и управлението неоспоримо бяха американски. Нямаше и помен от съмнение относно националността на върха на пирамидата. И независимо каква част от крайния продукт се правеше зад граница, най-сложните операции – проектиране и разработване на възлови компоненти, стратегическо планиране, финансиране и маркетинг – се извършваха в Съединените щати, от американци. Финансовото и технологично господство подсказва на много европейски (впоследствие – и източноазиатски) държави да отговорят, създавайки собствени национални закрилници.

Подобен вид вертикално управление и централизирана собственост, обаче, са невъзможни в мрежовидната организация на високостойностното предприятие. При него властта и доходите следват групите, натрупали най-ценни умения в откриване и решаване на проблеми, и за стратегическо посредничество. Все по-често такива групи се срещат на много места по земното кълбо извън Съединените щати. В свиващия се вследствие напредък в телекомуникациите и транспорта свят, групи „откриватели“ и „решатели“ на проблеми, и стратегически посредници от една държава

¹ Игра на думи; английският термин *subsidiary* означава както филиал/дъщерна организация, така и допълнителен/спомагателен (бел. пр.)

вече могат да комбинират своите с уменията на хора в други държави, и да предложат най-висока добавена стойност на потребители из целия свят. Нишки на глобалната мрежа са компютри, факсимилни апарати, спътници, монитори с висока резолюция, и модеми – свързващи в едно проектантите, инженери, контрактори, притежатели на лицензи, и дилъри по цял свят.²

По обясними причини, много държави все още опитват да ограничат притока знания и средства през техните граници. Подобни рестрикции, обаче, се оказват все по-напразни, отчасти защото модерните технологии правят контрола върху тези потоци изключително труден на държавно ниво. Към последното десетилетие на двадесети век, правителствата трудно биха могли да спрат с успех на държавните си граници нещо по-различно от материални предмети с тегло над 300 фунта (към 140 kg – бел. пр.). Голяма част от знанията и финансовите средства, и много от продуктите и услугите, които хората в различни държави желаят да разменят помежду си, вече лесно се преобразуват в електронни импулси, движещи се със субсветлинна скорост. През 1988 г. около 17 000 наети международни телефонни линии пренасяха мигновено инженерни проекти, видеосигнали и данни между „решатели” и „откриватели на проблеми” и стратегически посредници, работещи заедно на различни континенти. Нишките на възникващите глобални мрежи са едва забележими, поради което често убягват от вниманието на редовия гражданин.

2

В досегашната икономика на масово производство, повечето продукти – както и корпорациите, от които те произхождаха, - имаха ясно установен произход. Колкото и междудържавни граници да пресечаха, родната страна – чието име обикновено бе щамповано на видно място най-отгоре – никога не будеше съмнение. Повечето от труда, вложен в тези продукти, се извършваше на строго фиксирано място, най-малкото защото икономите от мащаба го изискваха. В голямата централизирана фабрика влизаха суровини, като въглища и памук, или стоки, като стомана и памучен плат; към пазара потегляха стандартизирани изделия, като автомобили или дрехи.

В нововъзникващата високо стойностна икономика, независеща до такава степен от масовото производство обаче, малко продукти имат конкретна националност. Големи партии може да се произвеждат успешно

² Вж., напр., Calvin Sims, “Global Communications Net Planned by GE for Its Staff”, *The New York Times*, May 31, 1989, p. C1; Woody Hochswender, “How Fashion Spreads around the World at the Speed of Light”, *The New York Times*, May 13, 1990, p. E5.

на много места и да се съчетават по всевъзможни начини с оглед да обслужват потребителски нужди на множество други места. Интелектуалният и финансов капитал може да дойдат отвсякъде и се интегрират незабавно.

Да вземем няколко примера: Прецизна екипировка за хокей на лед се проектира в Швеция, финансира се в Канада и се сглобява в Кливлънд и Дания за разпространение съответно в Северна Америка и Европа; съдържа сплави, чиято молекулярна структура е била разработена и патентована в Делауер, и които се изготвят в Япония. Рекламна кампания е замислена във Великобритания; филмовият материал за нея се заснема в Канада, дублира в Англия и редактира в Ню Йорк. Спортна кола се финансира в Япония, проектира се в Италия, и се сглобява в Индиана, Мексико и Франция, като в нея се влагат модерни електронни компоненти, разработени в Ню Джърси и изработени в Япония. Микропроцесор е проектиран в Калифорния и финансиран в Америка и Западна Германия; в микропроцесора³ са вложени динамични памети с произволен достъп, изработени в Южна Корея. Реактивен самолет е проектиран в щата Вашингтон и Япония, сглобява се в Сиатъл, монтират му се опасни конуси от Канада, специализирани опасни секции от Китай и Италия, и двигатели от Англия. Космически спътник, проектиран в Калифорния, произведен във Франция и финансиран от австралийци, бива изстрелян с ракета, направена в Съветския съюз.⁴ Кой от всички продукти е американски? А кой: чуждестранен? Бихме ли могли да преценим? И има ли някакъв смисъл?

3

В такива глобални мрежи, крайният продукт е интернационален. Това, с което се търгува на международно равнище, са рядко завършени изделия; по-често: специализирани услуги по идентифициране на проблеми (маркетинг, реклама, пазарни консултации), решаване на проблеми (изследвания, проектиране на изделия, производство) и стратегическо пос-

³ Вероятно авторът е имал предвид не микропроцесор, а микрокомпютър. Бел. ред.

⁴ Понякога, разбира се, географската специализация позволява реализиране на икономии от мащаба *вътре в пределите* на конкретни етапи от производствения процес. Опашните конуси за реактивния самолет, например, могат да бъдат произвеждани масово, да бъдат комбинирани по уникален начин с други масово произвеждани компоненти – с оглед създаване на широка гама самолети – изцяло в Канада. Дори и при такива условия, обаче, съществен дял от стойността на крайния продукт произтича от уменията за идентифициране и разрешаване на проблеми и стратегическо посредничество, изразени в съчетаване на модулите по уникален начин.

редничество (финансиране, проучвания, договаряне), и всичко накуп, вплетено в оптимална комбинация, генерира завършена крайна стойност.

Когато американец си купи Понтиак Лъо Ман от Дженеръл Моутърз, например, той неволно предприема международна операция. От 20 000 долара, платени на Джи-Ем, към 6000 долара отиват в Южна Корея за рутинен труд и монтажни операции, 3500 долара – в Япония за модерни възли и компоненти (двигатели, полуоски, електроника), 1500 долара – в Западна Германия за дизайн и инженерно проектиране, 800 долара – в Тайван, [Сингапур](#) и Япония за дребни детайли, 500 – в Англия за рекламни и маркетингови услуги, и около 100 долара – в [Ирландия](#) и [Барбадос](#) за обработка на данни. Останалите по-малко от 8000 долара, - отиват у стратегите в Детройт, адвокати и банкери в Ню Йорк, лобисти във Вашингтон, застрахователни и осигурителни служители из цялата страна, и в крайна сметка стигат до акционерите на Дженеръл Моутърз, повечето от които живеят в САЩ, но все по-голяма част са чужденци.

Гордият нов собственик на Понтиак, разбира се, няма и представа, че е купил толкова много неща от чужбина. Транзакцията е извършена от Дженеръл Моутърз в рамките на глобалната им мрежа. Разгледахме типичен пример. Към 90-те години на XX-ти век, повечето „търговия“ вече се състои от операции не между купувачи и продавачи в различни краища на земното кълбо, а между членове на една мрежа, които регулярно правят задгранични сделки помежду си. Те може да са част от една и съща мултинационална корпорация и да получават заплати от един и същ пряк работодател, а може да работят в различни компании, дележащи печалбите от съвместно предприятие, или просто да са сключили договор помежду си за предоставяне на определени услуги срещу договорено заплащане. Западногерманските инженери, проектирали Понтиака Лъо Ман, може да са на заплата в Джи-Ем, или служители на Сименс АГ (западногерманска компания), в рамките на съвместно предприятие между Сименс и Джи-Ем; Сименс може просто да продадат на Джи-Ем лиценз да използват технологии, разработени от техни инженери. Независимо от конкретната законова форма, икономическата същност на съвместната дейност е сходна: западногермански проектантите са внесли стойност в глобалната мрежа, за което биват възмездени. Точното възнаграждение се променя, но тенденцията е размерът му да се равнява на внесената от западногерманските специалисти в глобалната инициативна мрежа добавена стойност.

Подобни задгранични връзки понастоящем съставят болшинството от международната търговия между напреднали икономики. Под половината от неблагоприятния търговски баланс на Америка през 80-те се падаше на внос на завършени продукти като коли, видеомагнетофони, факсове или някоя от множеството занимателни играчки, понаравали се на американс-


ки потребители. Внасяха се главно части за подобни изделия плюс инженеринг, проектантска дейност, консултантски, рекламни, финансови услуги и мениджмънт, заложен в въпросните стоки. Всъщност, през 1990 г. над половината от американските внос и износ, в стойностно изражение, се състояха в трансфери на такива продукти и свързаните с тях услуги *вътре* в рамките на глобалните корпорации.⁵

Подобен тип търговия трудно може да бъде регистриран. Когато, както понастоящем, пазарни субекти осъществяват международни сделки – разменяйки стоки и услуги не по цени на свободния пазар, а като подразделения *вътре* в рамките на единна глобална корпорация, или в рамките на комплексни работни съглашения, споразумения за дялове в общата печалба и дългосрочни съвместни доставки, – отговорът на въпроса колко една „нация“ дължи на друга „нация“ не може да бъде нещо повече от грубо приближение. Търговската статистика е пословична със своята неточност, допуска големи отклонения и нерегламентирани корекции. Истината е, че понастоящем никой не знае с положителност дали в даден момент американската (или на друга държава) международна търговия е балансирана или не, с колко е дебалансирана, или какъв би бил ефектът от подобна диспропорция.

По същата причина става невъзможно да отсъдим с някаква достоверност, каква част от дадено изделие къде е направена. В стремежа да наложат данъци върху дохода на подразделенията на глобалните мрежи, националните правителства често се объркват. Какво е спечелено от дейности, осъществени *вътре* в държавата? Армия международни данъчни юристи си намират работа за години напред, авторите на правилника на Службата по вътрешни доходи⁶ работят извънредно, финансови министри по цял свят провеждат безкрайни срещи, без изгледи в скоро време да намерят конкретно разрешение. Когато все повече и повече предприятия стават част от глобалната мрежа, чиито вътрешни счетоводни системи регистрират трансферите на междинни стоки и свързаните с тях услуги, постъпления и доходи могат да възникнат на всевъзможни места (често, не случайно, където данъците са най-ниски). Точно кой, какво и къде печели е въпрос, който – очевидно – няма лесен и еднозначен отговор.

⁵ Според една оценка, 95 процента от износа и 72 процента от вноса на САЩ (през 1987 г.) са осъществени *вътре* в глобалните корпорации. Вж. Amir Mahini, “A New Look at Trade”, *The McKinsey Quarterly*, Winter 1990, p. 42

⁶ Internal Revenue Service.

Глобалните мрежи често се дегизират в най-удобната им национална носия. Когато функционират в държава с пазар, защитен от чуждестранна конкуренция, те се преструват на лоялни граждани, и понякога дори търсят защита. През 1987 г., например, [Хистер Къмпани](#) () , - американска собственост, - производител на кари-повдигачи (за пренасяне на тежки материали из фабрики и складове), с щаб-квартира в [Портланд, Орегон](#), обвини няколко предприятия японска собственост, че продават свои повдигачи в Америка на по-ниски цени, отколкото в Япония – подсещайки Министерство на търговията да наложи рестриктивни мита върху вноса на повдигачи. В отговор, японските предприятия започнаха да правят повдигачи в Съединените щати. От Хистер нададоха сигнал за тревога твърдейки, че конкурентните повдигачи са пак „японски”, защото много от частите им идвали от Япония. Това, което Хистер внимаваша да не разкрият бе, че собствените им, „американски”, повдигачи, съдържаха дори повече чуждестранни части от онези на конкурента, които наричаха „японски”. Това, което изглеждаше като чуждестранен „дъмпинг” в Съединените щати, в действителност не бе нищо по-различно от глобална мрежа, продаваща в Съединените щати глобално произведените си повдигачи на цени, по-ниски от тези друга.⁷

Смяната на национални носии става относително лесно. Вижте, например, колко лесно глобалните мрежи манипулират правилника на Пентагона, повеляващ министерството да купува „американски” военни стоки, освен ако чуждестранните (стоки) не са значително по-евтини. Такива правила, естествено, биват оправдавани като необходими за националната отбрана, и като защита интересите на американските работници (които, предполага се, заслужават повече от чуждестранните работници подобни привилегии, от рода на това да работят в опасни фабрики за боеприпаси). След като, обаче, повечето оръжейни системи използват компоненти, проектирани и изработвани в цял свят, реалният ефект от прокараните

⁷ След като разследваха обвиненията в незаконен дъмпинг, чиновниците от Министерство на търговията констатираха, че „строго погледнато, няма такова нещо, като американски повдигач и чуждестранен повдигач, ако въпросът е там”. Въпреки всичко, за да приключат делото, чиновниците решиха да дефинират като „американски повдигач” този, чиято рама е направена в Съединените щати. Следователно това, което един производител би следвало да направи с цел да избегне амтидъмпингови рестрикции в Съединените щати, бе да използва рама, направена в Америка – дори и всичко останало в кара-повдигач да е произведено в чужбина. Вж. Anne E. Brunsdale, Chair, U.S. International Trade Commission, “Global Industries and U.S. Trade Laws”, Western Cargo Conference, October 13, 1989.

правила бе да принуди американските компании да потърсят услугите на чуждестранни проектанти и производители. Правителството на САЩ смята един стопански субект за „американски“, ако е основан в Съединените щати, така че за едно „американско“ дружество е сравнително лесно да прехвърли операции към своята широко разпростряна глобална мрежа. В действителност, Пентагонът си няма и понятие кой, какво и къде произвежда.⁸ Бул Ейч-Ен, амалгама от Бул (френска собственост), Хъниуел (американска собственост) и НЕК (японска собственост), непрестанно уверява Пентагона, че все още е американска компания, на която се полагат всички финансови предимства вследствие гражданството ѝ при все, че проектира и произвежда играчки за Пентагона из целия свят.

От друга страна, когато имат повече сметка да бъдат третираны като „чуждестранни“, дори най-отявлено местните стоки и услуги магически се превръщат в чуждестранни продукти. Дали известна американска компания все още държи клон в Южна Африка? Вече не – успокоява ни корпоративният директор за връзки с обществеността. Изтеглили се. Скорошна проверка разкрива малко по-тревожни факти. Корпорацията просто е сменила официалната форма на мрежата, която все още е дълбоко вкоренена на локално ниво. Вместо да притежават непосредствено своя южноафрикански филиал, вече му предоставили лиценз за производство и продажба на същото изделие. Доходите, постъпващи от Южна Африка към американските стратегически посредници и инвеститори, са същите.⁹

Подобни смени на костюма могат да бъдат зашеметяващо бързи. Спомнете си моменталната промяна във Форд Моутър Къмпани през 1990 в светлината на предписанията на Агенция за защита на околната среда (И-Пи-Ей¹⁰). И-Пи-Ей изискваше в парка „коли, направени в Америка“, всеки автомобилен производител да постигне определена средна икономия на гориво. Всички чуждестранни коли, направени или внесени от

⁸ Министерство на отбраната призна съществуването на проблема. „Трудно е да се определи какъв процент от покупките [на Министерство на отбраната] от компании, базирани в Съединените щати, са фактически покупки от американски филиали на чужди компании“. Draft report, *Task Force on Ownership and Control* Defense Manufacturing Board, Office of Under Secretary of Defense, February 1, 1990, p. 8

⁹ В отговор на Закона против апартейда (Anti-Apartheid Act) на американското правителство от 1986 г., забраняващ на американските корпорации да правят нови инвестиции в южноафриканските си филиали след ноември 1986г., Дженеръл Моутърз продаде южноафриканския си филиал на южноафриканските му директори за 40 милиона долара. Според съглашението, Джи-Ем щеше да продължи да снабдява новата независима компания с компоненти, проекти и резервни части главно чрез дъщерното дружество на Джи-Ем в Западна Германия – Опел. Glenn Adler, “Withdrawal Power: GM and Ford Disinvest from South Africa”, New York University, Center for Labor-Management Policy Studies, November 1989

¹⁰ Environment Protection Agency (EPA) – бел. пр.


американска фирма, трябваше да покриват същия стандарт, предвид средната икономия на гориво на тези автомобили. Не разрешавайки на американските производители да усредняват разхода на малките вносни икономични коли с този на далеч по-изгодните американски гълтачи на гориво, И-Пи-Ей искаше да поощри американските производители да запазят производството на малки коли в Съединените щати. През 1989 г. обаче Форд, демонстрирайки талант за внедряване под формата на заобикаляне на закона, роди гениална идея: Увеличавайки на косъм направените в чужбина части на своите американски коли, Форд съумя да класифицира своите железни произведения на американската разсипия като „направени в чужбина”, усреднявайки ги на равна нога с всички внесени т Форд икономични коли. Елементарно! За една нощ, фордовите забележително икономични „произведени в чужбина” Мъркюри Маркиз и ЛТД Краун Виктория можеха да се продават в Америка, без да трябва първо да се балансират с по-малките (и далеч по-ниско доходни) икономични коли, направени в САЩ. Хитрата смяна на костюма на Форд не допринесе с нищо за икономия на енергия, но спести на компанията милиони долари.

Официални решения каква част от изделието следва да бъде произведена в Съединените щати, за да бъде смятано за „родно”, а не „чуждестранно” – и как се мерят подобни показатели – са отнели милиони часове работно време и къртовски труд на законотворци у нас и в чужбина. Трябва ли 50 процента от стойността му да бъдат изразходвани в дадена страна, за да бъде считано за „местен”, а не „чуждестранен” продукт. Шестдесет процента? Трябва ли разходите за маркетинг и реклама на продукта да бъдат включени в сметката? А лихвите по задължения към банки в същата държава? И тъй нататък. С всеки изминал ден, книгите със закони стават по-дебели, правилата: по-засукани, проверките и счетоводните книги: по-шателни и безполезни.

Решения от подобно естество изискваха също така деликатни дипломатически маневри. През 80-те, френските бюрократи ограничиха вноса на японски автомобили до 3 процента от френския пазар, но след това се сблъскаха с нелеката задача да обясняват на Маргарет Тачър защо колите [Нисан Блубърд](#), сглобени в Англия с 80 процента от частите дошли от Европа, трябва да попаднат в квотата (при което бюрократите се провалиха). Когато през 1989 г. Тайван опита да наложи забрана срещу вноса на японски коли над тойотите, сглобени в Съединените щати, дойде ред на администрацията на Буш да изрази дълбоко недоволство – и Тайван отстъпи. С учудващо прибързан, макар и не чак толкова успешен пирует, администрацията впоследствие опита да отмени становище на Европейската общност, че копирните машини Рико, сглобени в Калифорния са всъщност „японски”, поради което подлежат на специално облагане.

Възгледът, че продуктите имат национален произход е толкова дълбоко вкоренен, че правителствата и обществеността, която те представят, не съумяват да се адаптират към новата действителност. Ангажирани с рудиментарни операции, продължават да бистрят неправилния въпрос: Това „чуждестранен“ продукт ли е, или „местен“? Окончателното становище е неясно и колебливо, базирано на изчерпателни измервания, вещо отсяване, бюрократични и юридически формалности. За съжаление, с целия шум не постигат нищо повече от това да отместят акцента от далеч по-уместния въпрос: При всеки конкретен продукт, работниците от коя нация какъв опит са придобили, и каква работа са способни да изпълняват тепърва? Ще се върнем на този изключително важен въпрос и в по-нататъшните глави.


Крайт на националния закрилник

На другия ден ме попитаха за конкурентоспособността на Съединените щати и аз отговорих, че изобщо не мисля за нея. Ние в [Ен-Си-Ар](#) () мислим за себе си като за глобална конкурентна компания, чиято щаб-квартира случайно се намира в Съединените щати.

ГИЛБЪРТ УИЛИАМСЪН,
президент на Ен-Си-Ар Корпорейшън (1989)

Предполагаемото средство за подобряване конкурентоспособността на Съединените щати бе американската корпорация. В крайна сметка, основната американска корпорация бе тази, която мобилизира и поведе огромната армия американски работници към все по-висока производителност, разшири американската средна класа, и демонстрира на останалия свят отявлената икономическа мощ на нацията. „Чарли Мотора” Уилсън



() обобщи господстващото мнение през 1952 г., когато не видя никаква съществена разлика между доброто за Дженерал Мотърс и благого за Съединените щати.

Както американските продукти, обаче, „американската” корпорация е все по-малко свързана с Америка. Продължаваме да ги наричаме „американски” корпорации, защото повечето от акциите им са притежание на американски граждани, главните им стратегически посредници са американци, и световните им щаб-квартири са разположени тук. Въпреки това, те бързо стават части от глобалните мрежи, в които голяма част от добавената стойност произтича от други места по света – включително, което е важно, високостойностно идентифициране и решаване на проблеми. В същото време, все по-голяма част от стойността на това, което продават в глобален план корпоративните закрилници на другите нации, идва от Съединените щати. Всъщност, когато компании американска собственост отиват в чужбина и стопански субекти чужда собственост идват в Съединените щати, двата вида инициативни мрежи стават изключително сходни в това откъде извличат най-голяма част от стойността, вложена в техните

продукти и услуги. Националността на болшинството акционери на дружеството и на главните директори име все по-слабо отношение към това, къде предприятието инвестира и с кого в рамките на целия свят се договаря.

2


Пряко доказателство за настъпилата трансформация намираме в армиите чуждестранни работници, наети днес от така наречените американски корпорации. Към 1990 г., 40 процента от заетите в Ай-Би-Ем в глобален мащаб бяха чужденци, и този процент бързо растеше. Ай-Би-Ем – Япония можеше да се похвали с повече от 18 000 японски служители и годишни продажби от над 6 милиарда долара, което ги прави един от най-големите японски износители на компютри. Или нека вземем [Уърлпул](#) ([Whirlpool](#)). След като съкратиха американската си работна сила с 10 процента, премествайки голяма част от производството в Мексико, и купиха бизнеса с електроуреди на холандските [Филипс](#), Уърлпул имаха 43 000 наемни работници в четиридесет и пет страни – повечето от които: неамериканци. Или [Сийгейт Текнолджи](#) ([SEAGATE](#)), калифорнийско дружество, световен лидер в производството на запамятаващи устройства на твърд магнитен диск (харддискове). През 1990 г., компанията имаше 40 000 работници, 27 000 от които: в Югоизточна Азия.

Като цяло, над 20 процента от продукцията на дружества американска собственост беше произведена от чуждестранни работници извън Съединените щати, който процент растеше бързо. Отвъдокеанските капиталовложения на американски корпорации се ускори, считано от 80-те години нататък, нараствайки с 24 процента само за 1988 г. През 1989 г. те бяха с 13 процента над рекордното равнище от 1988г., а през 1990г. отскочиха с още 16 процента (дори когато капиталовите разходи в Америка се покачваха с анемичните 6,7 процента). Решени да извоюват силно пазарно присъствие в Европа след европейското икономическо обединение, американските корпорации се заеха да инвестират в европейски компании, влагайки 5,2 милиарда долара само за последните шест месеца на 1989 г.¹ Дори основните комунални услуги на Америка се включиха в глобалната надпревара. Към 1990 г. [БелСаут](#) ([BELL SOUTH](#)), най-големият доставчик на основни телефонни услуги в Съединените щати, развиваха дейност в над двадесет страни – разработваха безжични² телефонни мрежи в Аржентина

¹ Данните са заимствани от U.S. Department of Commerce, Bureau of Economic Analysis, “Foreign Direct Investment by U.S. Companies”, various issues; вж. също Translink’s *European Deal Review* (February 1990)

² Става дума за “cellular telephone” – система безжични телефони, базирана на мрежовидно разположени ретранслатори (бел. ред.).

и Франция, кабелни системи във Франция, управленчески софтуер в Индия, проекти за аудиосистеми и системи за данни в Китай, и техническа помощ за цифрови мрежи в Гватемала. **Бел Атлантик (verizon)** пък похарчиха 1,5 милиарда долара, за да купят телефонната компания на Нова Зеландия – Телеком Корпорейшън.³

Картината не се ограничава само и единствено до традиционните ключови американски корпорации. Да вземем **Молекс Корпорейшън (molex)** с щаб-квартира в предградие на Чикаго, с годишни продажби на клеми, свързващи проводници в леки автомобили и компютърни платки, на стойност 572 милиона долара. Повечето клеми се правят в четиридесет и шест задокеански фабрики на Молекс – разпръснати в двадесет страни, - в които са заети над 6000 чуждестранни работници. **Локтайт Къмпани (loctite)**, с щаб-квартира в Нюингтън, Кънектикът, с годишни продажби на лепила и уплътнители за 457 милиона долара, през 1989 г. наемаше 3500 души, по-малко от една трета от които бяха американци.⁴ Суон Оптикъл Корпорейшън () от Лонг-Айленд Сити, Ню Йорк, семейна собственост, се рекламираше като един от едва шестте оцелели американски производители на рамки за очила. Фабриците на Суон, обаче, са в Хонконг, континентален Китай, и в Италия. Алън Гласмън, президентът на Суон, описва стратегията на компанията като „троен скок навсякъде, където можем да намерим конкурентоспособен пазар на труда”.⁵ Суон далеч не е единствен: през 80-те, най-печелившите малки и средни компании в Америка (според класация на Министерство на транспорта) увеличаваха задокеанските си инвестиции средно с 20 процента на година.⁶

Разбира се, част от тази дейност по света не е нищо друго, освен стандартизирано масово производство, изнесено зад граница с цел да бъдат посрещнати фронтално чуждите конкуренти с ниските им цени. И, както вече отбелязахме, печалбите от такава стратегия „ако не можеш да ги победиш, присъедини се към тях” вероятно са слаби поради отсъствието на каквито и да е бариери на входа. Всеки стопански субект по света може да последва същия курс към ниски надници. Към края на 80-те, например, корпорациите американска собственост наемаха пряко 11 процента от индустриалната работна сила на Северна Ирландия, произвеждайки масово всичко: от цигари, до компютърен софтуер, много от които продукти в крайна сметка отрупваха лавиците на магазините в Съединените щати.⁷ От другата страна на глобуса, 200 корпорации американска собственост,


³ Из интервюта със служители на Бел Саут и доклади на компанията

⁴ *On China Trade*, March 1990; вж. също *Businessweek*, April 13, 1987, p. 63


⁵ “Enter the Mini-Multinational”, *Northeast International Business*, March 1989, p. 13.

⁶ Коментирани са резултатите от проучване сред 100 печеливши малки и средни компании: “Winning in the World Market”, American Business Conference, November 1987.

⁷ *The New York Times*, April 18, 1988, p. A32

бяха наели над 100 000 сингапурци да произвеждат и сглобяват електронни компоненти за износ в Съединените щати. На практика, най-голям частен работодател в Сингапур бяха Дженеръл Електрик, на които се падаше и голяма част от растящия износ на нея държава. Междувременно, Тайван причисляваше Ей-Ти енд Ти, Ар-Си-Ей и [Тексас Инструменте](#)с () към най-големите си износители. С отварянето на Източна Европа, американските корпорации ненадейно получиха достъп до работници, склонни да предоставят умения срещу заплати, сравними с тези на филипинските работници но при съществена разлика, че от един сред най-големите и привлекателни пазари в света ги деляха само някакви си няколко милиона мили. През 1989 г., Джи-И хвърли 150 милиона долара за една унгарска фабрика за електрически лампи, в резултат на което стотици унгарци се видяха служители на компания, наела някога Роналд Рейгън. Капитализмът, за разлика от други идеологии, е безразличен към вяра и произход на тези които го практикуват, докато дават своя принос за положителен краен резултат.

3



Все по-голяма част от тази нова дейност в глобален план на корпорациите американска собственост, обаче, включва високостойностно идентифициране и решаване на проблеми извън Съединените щати.⁸ Именно в подобни усилия се състои по-голяма част от стойността, която глобалната мрежа добавя; уменията и творческите идеи не допускат лесно подражание. Италиански дизайнери помагат на Джи-Ем да направи аеродинамичната каросерия на нова спортна кола, германски проектанти разработват износоустойчив двигател; японски производствени инженери потвърждават, че тя може да бъде монтирана надеждно и при оправдани разходи. Изследователи в много страни помагат на корпорациите американска собственост в откриването на нови продукти, начини на приложение, и подобрения. По данни на [Национална научна фондация](#) ⁹ (), между 1986 и 1987 г., американските корпорации са увеличили разходите за зад-океански изследвания и развитие с 33 процента; за сравнение, растежът



⁸ Професор Майкъл Портър базира голяма част от своите аргументи за конкурентното предимство на нациите на допускане, че националността на корпорацията се определя от страната, „където се създават и поддържат основният продукт и технология за обработка“, и следователно, „където се намират най-продуктивните работни места“, и където се зараждат „най-перспективните умения“. *The Competitive Advantage of Nations* (New York: Free Press, 1990), p. 97. Предположението на Портър е меродавно, считано докъм 70-те години; по-нови изследвания обаче показват друго, както ще видим тук. Виж също John Cantwell, забел. 22, по-долу.


⁹ National Science Foundation

за същия период на аналогични инвестиции в Съединените щати, е бил 6 процента.¹⁰ Считано от 1987 г., Ийстмън Кодак, Даблю-Ар Грейс, Дюпон, Мерк, Проктър енд Гембъл и Ъпджон откриха нови изследователски центрове в Япония. В лабораторията на Дюпон в Йокохама, над 180 японски учени работят над развитие на технология за нови материали. Токийската изследователска лаборатория на Ай-Би-Ем, свряна зад отгънатия край на Императорския дворец в деловия център на [Токио](#), е приютила малка армия японски инженери, заети с усъвършенстване технологията за обработка на изображения. В лаборатория Канагава на Ай-Би-Ем в Ямато Сити, 1500 японски изследователи разработват модерен хардуер и софтуер.

Американските компании не ограничават пионерската изследователска дейност единствено с Япония. В края на 80-те, двама европейски изследователи от цюрихската лаборатория на Ай-Би-Ем оповестиха големи свои пробиви в свръхпроводимостта и микроскопията – като всеки бе удостоен с Нобелова награда. Един от главните нови продукти на Прок-

тър енд Гембъл през 80-те – [Ликуид Тайл](#) ( и ) – бе разработка на европейските изследователи на компанията. Към 1990 г. западногерманските изследователи на Хюлет-Пакард бяха постигнали големи успехи във влакнестата оптика; техни австралийски колеги – в софтуера за автоматизирано проектиране; сингапурските им събратя – при лазерните принтери.

Хонконгски изпитатели на [Моторола](#) () разработиха специализирани полупроводникови чипове. Учени на [Монсанто](#) () от Оксфордски университет сътвориха нови въглехидратни молекули. [Епъл Компю-](#)

[търс](#) () избраха Сингапур за седалище на своя център за проучвания и разработка на авангардни видеоекрани.¹¹

Американските компании търсеха високостойностни решения на проблеми дори в Източна Европа и Съветския съюз. Стратегическите посредници от щаб-квартирата на Дюпон в Уилмингтън, Делауер, спонсорираха вирусни изследвания в Института по органична химия и биология в Чехословакия. Представители на Монсанто платиха 500 000 долара на екип съветски биолози в Института Шемякин в Москва за правото да продават откритията им на Запад. „За нас това е начин да вложим в наши-

¹⁰ *Highlights*, National Science Foundation, Washington D.C., March 9, 1990, table 2. Дори предвид девалвацията на щатския долар, разходите за изследвания и развитие на американските корпорации растяха по-бързо в чужбина, отколкото в Съединените щати. National Science Foundation, *Science and Technology Update* (Washington, D.C.: U.S Government Printing Office, 1989).

¹¹ David Sanger, “Singapore’s Aim: High-Tech Future”. *The New York Times*, May 15, 1990, pp. D1, D8

те биотехнически изследвания приноса на някои от най-добрите умове на Земята”, сподели служител на Монсанта пред *Ню Йорк Таймс*.¹²

Новият тип американска корпорация не признава национални граници и не търпи географски ограничения. През 1989 г., през първите шест месеца от космополитния си живот, Момент Корпорейшън с щаб-квартира в Маунт Вю, Калифорния, събра почти 13 милиона долара от тайвански и американски инвеститори. Малка група американски инженери проектираха модерния компютър на Момент; всички негови компоненти щяха да се произвеждат в Япония, след което да се сглобяват в Тайван и Сингапур. Глобалното финансиране бе „един от малкото начини да сме сигурни в 40-те милиона долара, от които се нуждаехме”, оповести роденият в Иран стратегически посредник, формирал компанията. А глобалното производство беше оптималният начин „да използваме най-добрата технология, достъпна за компанията”.¹³







Разбира се, пряко наетите сътрудници в американските корпорации зад граница допринасят с пренебрежимо малка част към общия дял „чуждестранна” стойност, вложена в техните изделия. По-голяма част постъпва съобразно чуждестранни договори за снабдяване, лицензионни съглашения и съвместни предприятия, преобладаващ дял от посредничеството и високостойностното идентифициране и решаване на проблеми в които се извършват извън Съединените щати от хора, получаващи заплата от компании чужда собственост.¹⁴ През 80-те, Корнинг Глас напусна своята национална пирамидална организация и се присъедини към глобална мрежа за производство на оптичен кабел – с европейски партньор Сименс АГ и медицинско оборудване – с Циба-Гайги. Такива международни съюзи произведоха почти половината от продукцията на Корнинг за 1990 г.¹⁵ Ей-Ти енд Ти също се е превърнала в глобална мрежа: японката [НЕК](#)

¹² Един учен от най-висока класа в голяма американска корпорация би й струвал не по-малко от 250 000 долара, включително заплата, осигуровки, и режимни разходи. Талант на същото ниво на Изток може да бъде купен за една десета от тези средства. J. Holusha, “Business Taps the East Bloc’s Intellectual Reserves”, *The New York Times*, February 20, 1990, pp. A1, D5

¹³ Цит. по John Markoff, “Silicon Valley is Changing Programs”, *The New York Times*, January 14, 1990, p. D24


¹⁴ Следващите примери са всети от интервюта и отчети на компании. Няколко скорошни проучвания потвърдиха споменатата тенденция. Вж., напр., David J. Teece et al., “Joint Ventures and Collaborative Arrangements in the Telecommunications Equipment Industry”, в D. Mowery (ed.), *International Collaborative Ventures in U.S. Manufacturing* (Cambridge, Mass.: Ballinger, 1988); D. Morris и M. Hergert, “Trends in International Collaborative Agreements”, *Columbia Journal of World Business*, Summer 1987, pp. 15 – 21; и Ashoka, Mody, “Changing Firm Boundaries: An Analysis of Technology-Sharing Alliances”, The World Bank, Industry and Energy Department, Working Paper, Industry Series Paper № 3, February 1989, pp. 2 – 4.


¹⁵ Съгл. отчети на компанията.

(**NEC**) помага на Ей-Ти енд Ти при закупуване и пласмент на полупроводникови памети; холандската **Филипс** () – при изработване и пласмент на телекомуникационно оборудване и специализирани интегрални схеми; японската **Мицуи** () им помага с мрежи за добавена стойност. В същото време, Ай-Би-Ем разработва мрежи за добавена стойност с **Мицубиши** () , дискови устройства – със **Сименс** (**SIEMENS** *legency for life*), и заедно със Сименс и **Италтел** () : комутационно оборудване. Новите високостойностни мрежи стигат до Съветския съюз. През 1989 г., от дъщерното на Крайслер () дружество Гълфстрийм Аероспейс оповестиха, че планират изграждането на нов свръхзвуков реактивен самолет съвместно със свой партньор, съветското предприятие Сухой Аероспейс, които щяха да разработят прототип по проектите на Гълфстрийм и да осигурят машиностроителен капацитет; английската компания **Ролс-Ройс** () щеше да проектира двигател, с чието производство да се заеме съветското предприятие Люлка.

4



Управляващите директори на корпорациите американска собственост, по обясними причини, продължават да проклинат напастта, считана от тях за нечестна чуждестранна конкуренция. Това е поза в подкрепа на техния патриотизъм, целяща да убеди американската общественост, че рулевите на американската индустрия държат здраво националното кормило. Самодоволното красноречие по повод тежкото бреме, стоварило се върху американските корпорации, но подминало чуждестранните им конкуренти, може дори да доведе до приятелско потупване, придружено от данъчно облекчение или правителствена субсидия. Повечето от това, обаче, е за пред камерите. За пред външния свят и особено стигне ли се до връзки с обществеността, американският изпълнителен директор заел поза, наподобяваща „Мислителят” на Роден в святата корпоративна съвещателна зала, върти сделки с целия свят, и за него национални граници не

съществуват. **Ли Якока** () – неудържимият председател на Крайслер Корпорейшън – например, бе вдигнал много пушилка покрай вноса на японски автомобили. Г-н Якока, може би си спомняте, стори чудеса, но в 1979 г. убеди Конгреса да гарантира 1,2 милиарда долара нови заеми за Крайслер, така че компанията да избегне банкрута и да продължи производството на коли в Съединените щати. А в платени телевизионни обръщения, призоваваше американците да зарежат своя „комплекс за малоченност” пред японците. Към началото на 90-те, обаче, колите на Крайс-

лер съдържаха най-голям дял части, произведени в чужбина, в сравнение с който и да е от другите двама в Голямата тройка – включително най-сложни възли, като двигатели и скоростни кутии. В допълнение, Крайслер притежаваха 12 процента от [Мицубиши Моутърз](#) и, чрез Мицубиши, дял от южнокорейския [Хюндай Моутърз](#) ( [HYUNDAI](#)) – като и двете снабдяваха клиентите на Крайслер с модели Додж Колт, Крайслер Конкуест, Додж Виста, Ийгъл Съмит, и други автомобили с бодряшки имена. Дори тръгнаха слухове, че компанията се подготвяла, като срещне пак затруднения, да се слее по-лесно с Мицубиши или, може би, с Фиат.

Други „американски“ производители по подобен начин дезертираха от Америка. Към 1990 г., Форд притежаваше 25 процента от Мазда, като двете компании държаха дялове от южнокорейската Киа Моутърз; [Мазда](#)




и [Киа](#) () снабдяваха Форд с малки коли и части. Форд купуваше компоненти и от японската [Ямаха Моутърз Къмпани](#) ( [YAMAHA](#)) (телевизионните реклами на Форд, хвалещи „горещия мотор“ в модела Форд Таурус, пропускаха да споменат японското му родословие). Форд увеличиха капиталовите си разходи в Европа с 37 процента от началото на 80-те години, а снижиха разходите в Съединените щати със 17 процента. Пътюм, Форд купиха самия символ на британската високомерна елегантност –

[Джагуар](#)



([JAGUAR](#)). Форд планират да проектират, конструират и сглобяват малки коли в Европа за износ в целия свят. С цел да не останат поназад, Дженеръл Моутърз купиха над 40 процента от японската [Исузу](#) ([ISUZU](#)), откъдето им доставят над 300 000 малки коли годишно; купи-

ха половината от южнокорейската Деу Моутърз ( [DAEWOO](#)), които им доставят още около 80 000 коли; купиха и 50 процента от шведската [СААБ](#)



([SAAB](#)). Джи-Ем се обедини и с японския производител на работи [ФАНУК](#) ([FANUC](#)), Към началото на 90-те, Джи-Ем инвестираха с бясна скорост в европейски фабрики при положение, че в същото време затвори много от американските си заводи.¹⁶

Когато са наложи да дават обяснения във връзка с подобни взаимоотношения, ръководните кадри на дружества американска собственост обикновено твърдят, че са необходими с оглед корпорацията да опознае колкото може повече нови производствени методи и технологии от целия свят. Предположението, че жадуваното ноу-хау някак си от само себе си прониква в служителите на американските корпорации и след това, някой хубав ден, ще съумеят да го вложат, е наивна заблуда. Фактът, че чуждес-

¹⁶ През 1990 г., макар че произвеждаше леки коли наполовина колкото северноамериканското подразделение, на Джи-Ем-Европа се падаше цялата обща печалба на Джи-Ем от производство на автомобили. *Time*, February 19, 1990, p. 68.

транно ноу-хау намира място в продукти, продавани под търговската марка на американски компании обаче не е резонно основание да сметем, че ключовата роля при залагане на познания в изделието е изиграна от американци. По самото си естество, глобалните мрежи на познанието съумяват да заложат ефикасно ново познание и творчески идеи, без дори някой американец да осъзнае това.

5

Още по-драматичен момент е все по-бързото безпрепятствено навлизане на чуждестранни корпорации в Съединените щати. През 1977 г. чуждестранните инвестиции се равняваха на 2 процента от общата брутна стойност (по счетоводна оценка) на всички нефинансови корпорации в Съединените щати; към 1988 г. те бяха 9 процента и се очаква да достигнат 15 процент към 1995 г.¹⁷ В далечната 1977 г., на чуждестранни предприятия се падаше само около 5 процента от американското производство (като „производство” се класифицира формално в правителствената статистика) и 3 процента от американската заетост в материалната сфера; към 1990 г. чужденци притежаваха над 13 процента от американските производствени активи (включително половината от всички регистрирани в Америка компании за потребителска електроника) и наемаха над 8 процента от американските производствени работници – около 3 милиона американци.¹⁸ През 1990 г. само Мицубиши наемаше над 3000 американци за сглобяване на телевизори в Санта Ана, Калифорния, за тестване и монтаж на полупроводникови прибори в Дъръм, Северна Каролина, за производство на автомобилни части в [Синсинати](#), [Охайо](#), и за сглобяване на телевизори и мобилни телефони в Брейзълтън, [Джорджия](#). А когато Голямата тройка автомобилни компании напускаше Америка, японските автомобилпроизводители незабавно запълниха празнината. Само между 1987 и 1990 г., Голямата тройка уволни 9063 американски автомобилни работници, докато японците наеха 11 050.¹⁹ Не само монтажни работници; към 1992 г. производителите японска собственост планираха да пра-

¹⁷ Данните за чуждестранните акции са от “Foreign Direct Investment in the United States, Detail for Position and Balance of Payment Flows”, 1988 *Survey of Current Business*, U.S. Department of Commerce. August 1989; за нетната стойност на нефинансовите корпорации – от Federal Reserve Board, “Balance Sheets for the U.S. Economy 1949 - 1988”, April 1989


¹⁸ Активите и заетостта в чуждестранни производствени филиали са по оценка на Бюрото за икономически анализ, U.S. Department of Commerce, “Foreign Direct Investment in the United States: Operations of U.S. Affiliates of Foreign Companies”, различни издания; активите на американските производствени компании са от U.S. Bureau of the Census и Federal Trade Commission

¹⁹ Числовите данни са от Joseph White, “Chrysler to Shut St. Louis Plant, Third Since 1987”, *The Wall Street Journal*, February 21, 1990, p. 14”.

вят или закупуват в Съединените щати най-малко 75 процента от вложеното в японските си коли – по-голям дял, отколкото при производителите американска собственост.²⁰

Всъщност, много от компаниите американска собственост енергично изнасят от Съединените щати. През 1990 г., Сони изнасяха в Европа звукови и видеоленти от своя завод в Дотън, [Алабама](#) и експедираха звукозаписваща апаратура от завода в Лодърдейл, [Флорида](#). [Шарп](#) (**SHARP**) изнасяха 100 000 микровълнови фурни годишно от фабриката си в [Мемфис](#), [Тенеси](#); холандските [Филипс](#) Кънсюмър Електроникс Къмпани изнасяха 30 000 телевизора за Япония от завода в Грийвил, Тенеси; [Тошиба](#) (**TOSHIBA**) Америка изнасяха проекционни телевизори за Япония от завода в Уейн, Ню Джърси; Мацушита изнасяха електролъчеви тръби от Охайо, а [Хонда](#) (**HONDA**) планираха да изнасят 50 000 коли в Япония от Охайо. Като цяло, към 1990 г. над една четвърт от американския износ носеше етикети на компании чужда собственост; само на компании японска собственост се падаха 10 процента от съвкупния американски износ. (Която цифра всъщност не разкрива дали и доколко изнесените продукти съдържат труд, вложен извън границите на Съединените щати.)²¹

Важно е да се отбележи, че компании чужда собственост извършват все по-голяма част от своите високостойностни изследователски и проектантски дейности в Съединените щати. Фактически, през 80-те години корпорациите чужда собственост инвестираха повече средства за изследвания и развитие в Съединените щати на един свой американски работник, отколкото корпорациите американска собственост.²² Към 1990, над 500 американски учени и инженери работеха за Хонда Моутърз в Торънс, Калифорния; други 200 работеха в Охайо. В новия изследователски център на Мазда (за 23 милиона долара) в Ървин, Калифорния, стотици американски проектанتي и инженери се занимават с дългосрочни автомобил-

ни изследвания. [Нисан](#) () наема 400 американски инженери в своя инженерен център в [Плимът](#), [Мичиган](#); [Тойота](#) наема 140 в своя технически изследователски център в Ан Харбър. В изследователския център на Филипс с Сънивейл, Калифорния, американски компютърни инженери конструираха най-бързия компютърен чип в света.

²⁰ Robert Z. Lawrence, *Japanese-Affiliated Automakers in the United States: An Appraisal* (Washington, D.C.: Brookings Institution, 1989), pp. 41 -53

²¹ Съгл. изчисления на Бюрото за икономически анализи, "Foreign Direct Investment in the United States, Detail for Position and Balance of Payment Flows", *Survey of Current Business* (August, различни години, екстраполирано за 1990 г.)

²² От B. Graham и P. Krugman, *Foreign Direct Investment in the United States* (Washington D.C.: Institute for International Economics, 1990), pp. 58- 59, Table 3-3

При това, компаниите чужда собственост финансираха изследвания на американските университети и лаборатории. Според проучване на Централната счетоводна служба, 496 предприятия чужда собственост са финансирали американски академични изследвания през 1988 г., срещу което са получили ранен достъп до непубликувани открития и шанс да закупят патент от университетите.²³ Само в Масачузетски технологичен институт, 130 компании чуждестранна собственост, заедно със 161 американски, осигуряват над 4 милиона долара изследователски фондове всяка година.²⁴ Във водещите американски лаборатории, като Бател Мемориал Институт и Ес-Ар-Ай Интернешънъл²⁵, повечето изследвания бяха финансирани от чуждестранни предприятия, повечето от които – японска собственост.

По същото време корпорациите чуждестранна собственост, както и американските им сродници, що се отнася до масово, стандартизирано производство, все повече разчитаха на развиващите се икономики. Засилената и разрастваща се конкуренция от страна на Южна Корея и цяла Югоизточна Азия сви нормата на печала от стандартизираното производство в Япония, принуждавайки местните предприятия да подирят благодатна почва в по-нископлатени региони. Така например, към 1990 г. японските микровълнови фурни и цветни телевизори фактически произхождаха от фабрики в Тайланд, Малайзия и Континентален Китай. Повечето такива продукти впоследствие потегляха обратно към японските потребители (главно обяснение защо японският внос на промишлени стоки скочи рязко в края на 80-те)²⁶, но растяща част намери път обратно към

²³ U.S. General Accounting Office, *Foreign Sponsorship of U.S. University Research* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1989). Изследването на Джон Кантуел показва, че, общо взето, глобалните корпорации не концентрират своите изследвания и разработки в родните си страни. Виж J. Cantwell, *Technological Innovation and Multinational Corporations* (London: Blackwell, 1989)

²⁴ Американски учени и изобретатели продължават да правят голяма част от изобретенията в глобален план (американците бяха автори на над една трета от научните статии в света през 1987; японците – на 7 процента; западногерманци – на 6 процента). Компании чужда собственост охотно ги купуват; американските компании правят същото, като често ги пренасят в производствени предприятия зад граница, с цел да ги вложат в продукти за продажба в останалия свят. Таксите и възнагражденията за авторски права и патенти, които текат към Съединените щати, значително надвишават тези в обратна посока. (Виж National Science Foundation, *Science and Technology Update* Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, годишни издания); също John Alec, "Report on Foreign Purchases of U.S. Technology", U.S. House of Representatives, Task Force on Technology Policy, Committee on Science, Space and Technology, October 22, 1989


²⁵ Batelle Memorial Institute, SRI International (бел. пр.).


²⁶ Промислените стоки (съгласно дефиницията за материално производство) съставляваха 22 процента от общия внос на Япония през 1980 г.; към 1989 г., те вече обхващаха 61 процента от японския внос. Вж. Yoshi Tsurumi, "From Brinkmanship to Statesmanship", *World Policy Journal*, Winter 1989 – 90.

Съединените щати. Много автомобили на Мицубиши, част от които предавани в Съединените щати под търговската марка на Крайслер, всъщност бяха сглобени от работници в Тайланд.

6

Каква е разликата между „американска” корпорация, която изработва или купува зад граница много от това, което продава по света, и „чужда” – която произвежда и купува в Съединените щати болшинството свой асортимент? И как да различим всяка от тях на фона на съвместното им предприятие, което произвежда и продава на всевъзможни места? Умът се стреми да държи фигурите тактически подредени. През 1990 г., Нордърн Телеком от Канада продаваха на американските си клиенти телеко-

муникационни съоръжения, направени от японската [Ен-Ти-Ти](#) ( **NTT**) във фабрика на компанията в Северна Каролина. Ако в това не виждате нищо фрапантно, нека вземем друг пример: считано от 1991 г., японската Мазда ще произвежда Форд Проуб в заводите на Мазда във Флет Рок, Мичиган. Някои от тези коли ще се изнасят в Япония и ще се продават там с търговска марка на Форд. Проектиран от Мазда компактен автомобил ще се сглобява в завода на Форд в Луизвил, Кентъки, и после ще се продава от дилърските агенции на Мазда в Съединените щати. По същото време, Нисан конструираха нов лек камион в своя проектантски център в [Сан Диего](#), Калифорния. Камионите ще се сглобяват в завода на Форд в Охайо от панели, направени от Нисан във фабрика на компанията в Тенеси, и после продавани от Форд и Нисан в Съединените щати и Япония. Кои са Форд? Кои – Нисан? А кои са Мазда?

Тенденцията е глобална. Закрилниците на нацията повсеместно се трансформират в глобални мрежи без връзка с конкретна нация. Щом американските корпорации все повече произвеждат или купуват в чужбина, а чужди субекти все по-често произвеждат и купуват в Америка, двете разновидности глобални мрежи стават сходни – независимо от фактическата своя националност. Аналогична тенденция се наблюдава и при глобални мрежи в другите държави: само през 1990 г., [Даймлер-Бенц](#) (**DAIMLER**) – най-голямата индустриална група в Западна Германия – обяви, че разширява стопанските връзки с Мицубиши – една от най-крупните в Япония, – а шведската [Волво](#) (**VOLVO**) обяви планове за сливане с френската [Рено](#) ( **RENAULT**), с цел да образуват четвъртата по големина индустриална група в Европа.²⁷ Дори малък Сингапур създава собствени глобал-

²⁷ По него време Рено още беше официално „собственост” на френското правителство. След като постепенно се разтвори в глобалната мрежа, обаче, дори явните ѝ връзки с пра-

ни корпорации. Венг Кок Сю, президент на Сингапур Текнолоджиз, описва глобалната си стратегия с думи, пригодни да опишат всяка друга глобална мрежа: „Ние планираме да произвеждаме във всяка страна на света, където имаме някаква изгода: да правим неща в Тайланд, където разходите са най-ниски; в Германия, защото пазарът е най-голям; да прави изследвания и разработки в Бостън.”²⁸

Всякакви подобни вариации са различни юридически формулировки на неизменна по своята същност глобална мрежа. Обстоен анализ на всевъзможни варианти разкрива сходна схема: масово стандартизирано производство се осъществява главно в страни с ниски заплати (изключение правят неща, сглобявани в страни, където ще се продават крайните изделия – било защото е по-изгодно частите да се сглобяват там, било вследствие протекционистки бариери); високостойностните идентифициране и решаване на проблеми и посредничество в глобален план се изявяват навсякъде, където могат да бъдат почерпени полезни творчески идеи. Така високостойностната глобална инициатива прераства в международно сътрудничество на квалифицирани специалисти, чиито идеи се съчетават помежду си, и които се договарят с неквалифицираните работници по цял свят за всичко, което трябва да бъде стандартизирано и произвеждано в крупен мащаб.

В най-чиста и прогресивна форма, глобалното съдружие търгува високостойностни идеи непосредствено на свободния пазар. Нека вземем Маккинзи, реномираната консултантска фирма, която, считано към 1990 г., обхващаше 14 000 „откриватели” и „решатели” на проблеми, и посредници в рамките на цял свят, повечето от които – неамериканци. (Преди години, когато чуждестранни клиенти на Маккинзи търсеха тайните на американското икономическо чудо, фирмата им продаваше американски управленски знания и опит; днес, неслучайно, вместо тях, тя продава знанията и опита на Маккинзи.) Други глобални „идейни съдружия” са тези, които продават знания и опит в информационните технологии, като Артър Андерсен с над 46 000 заети в цял свят (от които само 18 000 са американци); глобални реклама и маркетинг, като групата [Даблю-Пи-Пи \(WPP\)](#) (включая някогашните американски Джей Уолтър Томсън и Огилви енд Мейдър) с 21 500 сътрудници в 50 страни; строително инженерство (Бектел с 29 000 заети в 33 страни); финансови услуги (Морган Станли с 6000 заети, разпръснати в 18 държави); правни услуги (Бейкър енд Маккензи с 3500 щатни служители и 1500 юристи в 50 града из целия

вители имат по-слабо отношение към деловите решения какво да се прави в глобално естество. Навсякъде предприятията държавна собственост са в „затъмнение”. Вж. Raymond Vernon, “The Eclipse of the State-Owned Enterprise: Causes and Consequences”, Center for Business and Government, John F. Kennedy School of Government, 1989.

²⁸ Sanger, op. cit

свят, от които по-малко от една трета са американци), и така нататък: модерни изследвания, връзки с обществеността; земеделско инженерство разработка на софтуер; архитектура и, не на последно място, инвестиционно дело (глобалните съдружия в която категория са станали с 5 процента по-големи и доходни, откакто сте започнали да четете този абзац).

Много от тези идейни сдружения имат съизмерим брой сътрудници и печелят толкова, колкото и по-традиционните корпорации, произвеждащи осезаеми стоки. Въсъщност, работата в тези сдружения е същата, като работата на „решателите“ и „откривателите“ на проблеми и посредниците в инициативните мрежи от вида, разгледан по-рано, само че техните творчески идеи се продават из целия свят на субекти, описани като „клиенти“, а не субконтрактори, притежатели на лицензи, франчайзи, партньорски сдружения или съвместни предприятия. Разликата е главно семантична. Глобалните идейни съдружия, специализиращи се в откриване и разрешаване на конкретни проблеми и посредничество, свързано с тях, стават важни пресечни точки на бързо разширяващите си глобални мрежи.

7

Идва ред да отбележим няколко страни на протичащата трансформация. Едната е, че свободните средства отиват при онзи, който съумява да прави нещата най-добре или (при равни други условия) най-евтино – без значение от конкретната му географска локация. „Националната конкурентоспособност“ зависи не толкова от натрупаните и вложени от гражданите на конкретна държава финансови средства, колкото от уменията и идеите, потенциално вложени от тях в световната икономика. Дори в случай, че американците натрупат достатъчно капитали, с които да финансират всяка желана инвестиция в Съединените щати, и така да отпадне нуждата да заемат чуждестранни парични средства, потоците глобален капитал към Съединените щати биха останали големи, а вероятно и ще нарастат, когато чужденци инвестират все повече свой капитал в рамките на глобални мрежи, разпрострени из Америка, и когато американците продължат да инвестират значителна част от своите спестявания в глобални мрежи, прострели нишки зад граница. Повече за това – по-нататък.

Конкретно заключение във връзка с горното е, че голяма част от устойчивия търговски дефицит на Америка през 80-те не се дължи на чуждестранни набези и инвазия на задгранични корпорации, неотклонно продаващи ни повече, отколкото ние на тях, а на предприятия американска собственост, произвеждащи изделия зад граница (или, по-точно, договарящи с чужденци доставка на определени стоки и услуги, които дружеството след това продава в Съединените щати). На тази космополитна практика се дължи, например, над една трета от пословичния търговски изли-

шък на Тайван спрямо Съединените щати през 80-те години и над 20 процента от търговския дисбаланс на САЩ с Мексико, Сингапур, Южна Корея, и даже Япония.²⁹ Всъщност, компаниите американска собственост произвеждат толкова много зад граница, а чуждите – толкова много в Америка, че през 1990 г. американският потребител, загрижен да подобри националния търговски баланс, би сторил по-добре, ако купи една Хонда, вместо Понтиак Лъо Ман.

Няма причина да обвиняваме висшите ръководители на американските корпорации за обърканото състояние на нещата. При все плеядата книги с бързи чудодейни рецепти за мениджъри от типа „направи си сам“, щаб-квартири свършиха похвална работа, поддържайки неизменен дела на своите компании в световния износ. След като се приспособиха към ограниченията, наложени през 70-те години, наблюдайки на висока стойност за сметка на едросерийното производство, общият дял американски продукти в световния износ през 80-те почти се изравни с (по някои оценки – дори надхвърли) дела им от 1966 г. – около 17 процента. Запази-ха дела си в износа, като пренесоха много от операциите извън Съединените щати – добавяйки стойност в други държави, и после изнасяйки оттам. През същия период износет на Съединените щати (за разлика от този на корпорациите американска собственост) устойчиво спадаше като дял от световния експорт.³⁰ С други думи, топ ръководителите на американските корпорации се бяха справили добре с това, за което им се плаща, дори и да не са облагодетелствали кой знае колко американския работник.

Очертаващата се картина рязко контрастира с традиционния образ на американската корпорация като закрилник на нацията. Докато повечето финансов капитал произхожда от Съединените щати, много от останалото – както високостойностно идентифициране и решаване на проблеми, така и последни издихания масово производство – се извършва преобладаващо зад граница. Част от печалбите, разбира се, се връщат обратно, но постъпленията заляняват и чезнат в сравнение с потока средства към „откривателите“ и „решатели“ на проблема, и посредници по цял свят. Твърдението, че силата на американската икономика е израз на рентабилността и производителността на американската корпорация, се превръща във вреден анахронизъм.

²⁹ Изчисленията са на Amir Mahini, “A New Look at Trade”, *The McKinsey Quarterly*, Winter 1990. Вж. също DeAnne Julius, *Global Companies and Public Policy* (London: RIIA Printer, 1990); M. Baker, “U.S. Merchandise Trade Associated with U.S. Multinational Companies”, *Survey of Current Business*, U.S. Department of Commerce, May 1986.

³⁰ Изследванията са от Robert E. Lipsey и Irving Kravis, “The Competitive and Comparative Advantage of U.S. Multinationals, 1957 - 1983”, Working Paper № 2051, National Bureau of Economic Research, November 1986

Националността на корпорацията губи зна- чение

Две еднакви коли слизат от един и същи монтажен конвейер в Америка. На едната се поставя японска табела, на другата – американска. И хората купуват тази с японска емблема! На това трябва да се сложи край.

ЛИ ЯКОКА, реклама на Крайслер (1990)

Търговците нямат родина. Мястото, където живеят, не ги привързва така силно както онова, от което извличат своите печалби.

ТОМАС ДЖЕФЕРСЪН, (1806)

Към 1990 г., много от основните корпорации на Америка бяха попаднали в чуждестранни ръце – Ар-Си-Ей, Си-Би-Ес Рекърдс, Американ Кен, Колъмбия Пикчърс, Дабълдей, Мак Трак, Алис-Чалмърс, Файърстоун, Гудиър, Джайънт Фууд, Гранд Юниън, Ей енд Пи, Блумингдейлз, Пилсбъри, Нешънъл Стийл. Списъкът изглежда с всеки ден расте. Колкото повече набъбва, толкова по-загрижени стават някои американци.

Притесненията са разбираеми. Добрият стар навикът да отъждествяваме успеха на американската икономика с този на американските корпорации, а прогреса на чуждите икономики с този на техните компании, всява у нас страх с равностетката, че придобиват все по-голям дял активи на нацията – без значение колко чуждестранни дялове са вече притежание на американци. (Всъщност, към 1991 г., общата стойност на капиталовложенията чужда собственост в Америка все още беше по-ниска от пазарната цена на активите американска собственост зад граница.¹) А наше-

¹ Доколкото всички такива активи се пресмятат по счетоводна (колко сме платили за тях), а не пазарна стойност (колко бихме взели, ако ги продадем днес), активи придобити преди години – каквито са значителна част от настоящите американски капиталовложения зад граница – същите вероятно биват подценявани спрямо неотдавна придобити ак-

то предположение, че националното богатство се определя на база активите, които гражданите на страната притежават и контролират, ни вдъхва тревога за бъдещето на нацията.

Такива страхове са относително нови за Съединените щати (поне през двадесети век), но не и за други страни. Канадците отдавна са загрижени във връзка с господството на корпорациите, притежавани и управлявани от чужденци – в частност, от граждани на Съединените щати. Западноевропейците бяха пак така обезпокоени от мощта на американските мултинационални корпорации. Сега обаче, когато японци, западногерманци и други сякаш „изкупуват“ Америка, и ние храним сходен смут.²

Подобни тревоги, обаче, са рожба на отживели схващания. Основават се на картина с национални корпорации и промишлени отрасли, която вече не отговаря на действителността. След като корпорациите от всички страни се превръщат в глобални мрежи, същинският въпрос – от гледна точка на националното богатство – *не е* гражданите на коя страна какво притежават, а членовете на коя нация какво са се научили да правят с оглед да добавят повече стойност в глобалната икономика, и оттам да увеличават собствената своя потенциална стойност. Вторият въпрос е *действителна* причина за безпокойство, към която ще се върнем по-нататък. Нека обаче първо успокоим тревогите във връзка с чуждата собственост.

2

Нека най-напред видим по чия сметка постъпват печалбите. Разбира се, важно е чии граждани са титулярите на потока доходи съобразно дяловете в една компания. При равни други условия, една доходна американска компания е по-добра за американците, отколкото доходна компания чужда собственост по очевидното съображение, че американци получават печалбите. Другите условия обаче рядко биват равни. Все по-често американски граждани също притежават дялове и акции в дружества, чиито преобладаващи акционери са чужди граждани, а поданици на други страни, на свой ред, притежават все повече и повече акции на компании с преобладаващо американско участие. Масовият американски инвеститор може да получи по-висок доход от притежание, да речем, на една трета от дяловете в две успешни японски предприятия, отколкото ако държи контролен пакет акции в едно недотам успешно американско дружество.

тиви. Текущата им пазарна стойност можем само да преценим, но повечето разчетни процедури оценяват стойността на активите зад граница американска собственост към 1990 г. по-високо от тази на активите чужда собственост в Съединените щати.

² Най-силно внимание привличат японците. Към 1990 г. обаче, британските активи с САЩ далеч надхвърляха японските. Само през първата половина на 1990 г., англичаните изкупили американски активи за 7,9 милиарда долара, французите – за 5,5 милиарда, японците – за само 3,8 милиарда. The New York Times, July 17, 1990, p. D2

Верни на здравата логика, през 1989 г. американците инвестираха около 10 процента от портфейлите си в чуждестранни ценни книжа и процентът расте стремително. През същата година, трансграничните покупки на акции от американци, британци, японци и западногерманци надскочиха с 20 процента 1988 г.³ Правителствата не забраняваха такива инвестиции; напротив, започнаха да ги поощряват. Японци и британци отстраняваха повечето бариери пред свободното движение на капитали през границите си в началото на 80-те; Франция и Италия – през 1986 г. Някои правителства все още забраняват на чужденци да купуват контролен пакет дялове на компании, регистрирани на тяхна територия, но чужденците въпреки това могат да участват през обръкваща верига съвместни фондове.⁴ По същото време, денонощни мрежи за електронна търговия, свързващи Ню Йорк, Лондон, Токио и [Бон](#), преобразуваха самото значение на понятието „национална“ фондова борса. И до днес уолстрийтски брокери като Морган Стенли, ([Morgan Stanley](#)), Мерил Линч ([MERRILL LYNCH](#) A BANK OF AMERICA COMPANY) и Голдман Сакс ([Goldman Sachs](#)) са членове на Токийска фондова борса. ([JPX](#) JAPAN EXCHANGE GROUP). А само след няколко години глобална взаимна сметна палата за международна размяна на акционерен капитал ще облекчи изцяло задграничните акционерни инвестиции. Безвъзвратно отмина времето, когато американски президент можеше да предотврати финансовата паника като просто изчака с обявяване на неприятните новини пред нацията, докато изтече работното време на Нюйоркската фондова борса. Днешните новини, за добро или лошо, моментално обикалят света и упражняват ефект в реално време над световните финансови пазари.

Задгранични инвестиции се правят тихо, без фанфари. Средният американски вложител, поверявайки своите спестявания на неизвестен взаимен, застрахователен или пенсионен фонд няма и понятие, че притежава малки дялове в компании с чуждестранни имена, регистрирани на екзотични места. Хората, които управляват фондовете и яростно се надпреварват да покажат, че са по-добри от други управители на фондове, обаче,

³ Към 1989 г. трансграничното инвестиране се изкачи до 1,6 трилиона долара, или около 14,5 процента от световния оборот на акционерен капитал. Една на всеки седем транзакции включваше чуждестранен инвеститор, и над 7 процента от съвкупната стойност на световния акционерен пазар се държеше от чуждестранни инвеститори. Вж. "Cross Border Investments", Salomon Brothers ([Salomon Brothers](#)), July 1990

⁴ Към началото на 90-те години, американските инвеститори можеха да влагат зад граница чрез глобалните общи фондове (инвестиращи навсякъде по света), международните фондове (депозиращи средства само извън Съединените щати), регионалните фондове (насочени към Европа и Азия), фондове за отделни страни (специализиращи върху акциите на компании с щаб-квартири в отделни страни) и депозитни разписки (представляващи права върху чуждестранни дялове, запазени за американски капиталовложители и финансови институции)

все по-щателно претърсват глобуса, дирейки перспективни доходни инвестиции за своите клиенти. Между 1985 и 1990 г., възходящият фондов пазар на САЩ отбеляза 147 процентов скок, но все още изоставаеше зад други четиринадесет международни фондови пазари на база обща възвръщаемост в американски долари.⁵ Вследствие, нетните американски покупки на чуждестранни акционерни дялове нараснаха от 4,2 милиарда долара през 1985 г., на 13,7 милиарда долара през 1989 г.⁶ Проучване сред управители на пенсионни фондове през 1989 г. показва, че болшинството планираха да инвестират четвърт от портфейлите си в чуждестранни ценни книжа през 90-те.⁷

Като цяло, общият доход на американските инвеститори от акционерни инвестиции вече не зависи от успеха на предприятията, чиито основни инвеститори по стечение на обстоятелствата са американци. Определящи са по-скоро други два фактора: най-напред, очевидно, общият размер на средствата, инвестирани от американците (без значение къде са регистрирани компаниите, в които влагат капитали); второ, от вниманието и мъдростта, с които биват избрани въпросните глобални инвестиционни портфейли.

3

Напълно встрани от въпроса кой прибира печалбата, имаше загриженост във връзка с това кой управлява корпорацията. Дори ако чуждестранните директори наемат американци на добре платена работа, можем ли да сме сигурни, че ще продължат да го правят? Биха могли внезапно да изтеглят капиталовложенията си от Съединените щати и да ни оставят с пръст в уста – така горе-долу звучи доводът, изтъкван често.

Подобно основание обаче произтича от нелепо предположение. Счита се, че корпорациите американска собственост – противно на чуждестранните организации – биха подчинили интересите на своите акционери на каузи, добри за Съединените щати. Възгледът предполага, че една корпорация американска собственост е по-склонна от дружество, притежание на чужденци, да се въздържа от преместване на свои активи зад граница дори в ущърб на своите печалби. Такова становище звучи сантиментално, но е израз на рудиментарно мислене от средата на XX-ти век, когато основните американски корпорации (изправени пред постоянна заплаха както от стачни действия, така и от държавна намеса) бяха поели негласен

⁵ Един долар, инвестиран през 1985 г. на австралийския фондов пазар, до 1990 г. би върнал 6,97 долара; в Белгия – 5,51 долара; в Испания – 5,11, а в Япония – 4,66 долара.

Morgan Stanley Capital International Study, January 1990

⁶ Securities Industry Association

⁷ L. Birinyi, Jr., *International Equity Analysis* (New York: Salomon Brothers, 1989)

ангажимент да балансират нуждите на американското общество с дискретно изтъкнати (главно като израз на стремеж към всеобщо добруване) изисквания на акционерите.

През последното десетилетие на XX-ти век, обаче, глобалната конкуренция измести негласните закони на американския капитализъм. Корпорациите от САЩ вече не можеха да разчитат на задкулисни споразумения с други американски производители в същия отрасъл за защита на цените и приличен марж. Нито пък акционерите бяха склонни, както досега, да оставят директорите да управляват както пожелаят. Купищата дребни акционери бяха изместени от професионален инвестиционен мениджър, следящ трендовете при цените на книгата на фондовата борса, и целящ съобразно тях да трансферира средства от една корпорация в друга в реално време. „Корпоративният държавник” бе извървял пътя на [Едсел](#)



(провала на модела Форд ; бел. моя). Американският капитализъм вече бе организиран неотклонно следвайки печалбите, а не около патриотизма. Когато рентабилността изисква производството да бъде преместено от една американска фабрика в чуждестранна, американският директор не изпитва никакви скрупули.

Всъщност, управляващите директори на американските корпорации са между най-гръмогласните в света, когато обявяват на всеослушание, че тяхно задължение е да постигнат максимална възвръщаемост за акционерите, а не да преследват социални химери. „Съединените щати нямат априорно право над нашите ресурси”, отбеляза един от висшите ръководители на Колгейт-Палмолив през 1989. „Няма заложено условие тази страна по сделката да се ползва с приоритет”.⁸ Американските корпоративни директори действително са загрижени за силата на американската икономика, но само дотолкова, доколкото американският пазар генерира техния корпоративен доход – в което отношение те не се различават от директорите на чуждестранни предприятия, продаващи стоките си на американския пазар. Топ ръководител на Ай-Би-Ем сподели: „Ай-Би-Ем трябва да се грижи за конкурентоспособността и благосъстояние то на всяка страна или район, представляващи голям източник на доходи за Ай-Би-Ем”.⁹

От това не следва да разбираме, че у висшите ръководители на американски корпорации отсъства патриотизъм. Преобразуването на техните компании в глобални инициативи мрежи навярно дори ги безпокои. „Докато една компания може да държи най-добрите си кадри в страната, тя

⁸ Цитатът е заимстван от L. Uchitelle, “U.S. Business Loosen Link to Mother Country”, *The New York Times*, May 28, 1989, p. A1

⁹ Цитатът е заимстван от L. Uchitelle, “Global Strategies vs. National Ties”, *The New York Times*, March 26, 1990, p. D2

ще се стреми към това,” твърдеше вицепрезидентът по международна стратегия на Моторола с явна убеденост.¹⁰ Това, че Моторола търси в чужбина полупроводникови елементи, портативни сигнализатори и много от модерните електронни системи, които компанията влага в продуктите, продавани в Съединените щати и по цял свят, вероятно тревожи този достоен джентълмен. Но ако топ директорите на Моторола или което и да е друго американско предприятие жертват печалбите в името на националния интерес като произвеждат или купуват в Америка неща, които могат да направят или доставят по-добре и по-изгодно другаде, ръководителите биха били застрашени мястото им да заемат финансови предприемачи лишени от патриотични скрупули, които да осигурят на акционерите по-висока възвръщаемост на техните инвестиции. Подобни социално отговорни директори биха били укорими и за нарушаване доверието на своите акционери.

В новата глобална икономика не става ясно също дали и как на висшите ръководители на американски корпорации могат да бъдат налагани някакви социални отговорности. Законите уреждащи начина, по който корпорации могат да действат на територията на Съединените щати касаят *всички* стопански субекти опериращи в рамките на страната, независимо от националната принадлежност на техните акционери. Американската система не разполага със социални средства да уведоми директорите на корпорации американска собственост (разграничавайки ги от дружествата чужда собственост) относно наличието на обществени цели, камо ли да ги принуди да следват тези цели. Всъщност, ако корпорациите американска собственост бъдат подложени на извънредни утежнения и задължения, това би ги поставило в явно неблагоприятно положение спрямо компаниите чуждестранна собственост на територията на Съединените щати, свободни да максимизират своите печалби както намерят за добре – обстоятелство, което висшите директори на американски корпорации често охотно изтъкват пред Конгреса и правителствени агенции.¹¹

4

Бързата глобализация на корпорациите американска собственост не пречи водещите американски корпорации да парадират с показно поведение на добри граждани и да прокламират дълбока трайна ангажираност с обществените интереси на Съединените щати. Обиграните директори са

¹⁰ Ibid.

¹¹ Призоваваме заинтригувания читател да прегледа периодичните дебати по Закона за корупционните деяния в чужбина (Federal Corrupt Practices Act), забраняващ на американски корпорации да предлагат подкуп на чуждестранни чиновници, или дебати по разпоредбите, забраняващи на американски корпорации износ на определени технологии с военно приложение за Съветския съюз и негови съюзници

наясно с ефекта от умело разгласени пожертвования за местни болници и училища, средства отделени за откриване на лекарства срещу пагубни болести, и спонсориране на предавания по англоезичните държавни телевизионни канали. Всичко това подобрява обществения имидж на корпорацията и стимулира хората да купуват нейни продукти. (Това, че лобистите на корпорацията във Вашингтон и из щатските столици по същото време настояват за данъчни облекчения в много по-голям размер – с което заплашват финансирането на държавни училища, болници, медицински изследвания, държавната телевизия и мн.др., - остава на заден план. Небивалата щедрост на корпорациите е актуална тема. Лобирането за огромни данъчни облекчения е къде-къде по-прозаично начинание.)

По понятни причини, предприятията чужда собственост с дейност в Америка, желаят не по-малко да си изградят добър обществен имидж в Съединените щати. Всъщност, имат далеч по-съществени основания предвид широко разпространеното схващане, че поради своята национална идентичност, те са добри американски граждани. В последните години японски компании наемаха десетки американски специалисти по връзки с обществеността за съвети кои местни благотворителни учреждения и доколко да подкрепят.¹² Природните богатства на американска земя предлагат чудесна възможност за нагледна илюстрация на щедрост. През 1989 г., след урагана Хюго и земетресението в [залива на Сан Франсиско](#), няколко японски компании публикуваха реклами на двойни страници в американските вестници, обявявайки тържествено своите пожертвования за потърпевшите. При сегашния темп на даренията, според „Доклад за корпоративната филантропия”, до 1994 г. се очаква японските корпорации да предоставят годишно към 1 милиард долара на американски благотворителни организации, което ще съставлява приблизително 8 процента от всички дарения на корпорации в Съединените щати.¹³

Американските корпорации, работещи зад граница, изпитват сходно принуждение да постъпват като съвестни граждани на страните-домакин. Каквито и да са същинските мотиви на американските ѝ директори, компанията не може да си позволи да прокарва отявено проамерикански интереси; ако допусне зараждане на подобно усещане, тя неоправдано би провокирала конфликти с чуждестранни работници, потребители и правителства. Представители на топ мениджмънта в Америка коментираха въпроса открито. „Ай-Би-Ем са длъжни да бъдат образцов граждани навсякъде, където компанията развива дейност”, сподели Джек Куелър,

¹² В момента, в който пиша тези редове, японското правителство дори разреши на корпорациите японска собственост да приспадат средствата за благотворителност на територията на Съединените щати от облагаемия свой доход в Япония

¹³ Вж. Craig Smith, редактор на “Corporate Philanthropy Report”, цит. в *The Chronicle of Higher Education*, November 8, 1989, p. A-34

президент на Ай-Би-Ем.¹⁴ Робърт Х. Галвин, управител на Моторола, бе още по-прямо: „Ако на Моторола са наложи да затвори някои от фабриките си, тя няма да посегне на заводите в Югоизточна Азия, преди да затвори тези в Америка” ... „Ние се нуждаем от далекоизточните си потребители,” каза Галвин в порив на космополитизъм, „и не можем да си позволим да изгубим малайзийците. Длъжни сме да третираме равноправно всички наши наемни работници по целия свят.”¹⁵

Космополитната корпорация, в желание да избегне обвинение в национално фаворизиране и стремейки се към благоприятен и стабилен имидж навсякъде, където взема участие в стопанския живот, също наема и издига граждани от множество държави на ръководни постове. Необратима е тенденцията към създаване на многонационални и многоезични екипи от стратегически брокери в ядрото на глобалните мрежи – събрани от Европа, Северна Америка, Далечния Изток, и други големи пазари. В Ай-Би-Ем се гордеят с единадесетте различни националности, представени в редиците висши служители, и три – в директорския ешелон. Сони уверено ги следва. Корпорации, които с неохота разглеждат кандидатурите на чужди граждани за ръководни постове, срещат трудности при набиране на най-добри таланти от цял свят за инициативните си мрежи по очевидната причина, че истински талантлив хора не биха се включили в организация, лишаваша ги от възможности за кариерен ръст¹⁶.

Не по-малко напразни са тревогите, че компаниите чужда собственост в произволен момент биха могли да поставят Съединените щати в положение шах, изтегляйки внезапно своята стопанска дейност от Америка. Типичен довод предполага, че чуждестранните предприятия могат да се оттеглят от съображения за рентабилност или вследствие външни политически фактори. И в двата случая обаче тухлите и хоросанът, както и оборудването, остават в Съединените щати. Остава и натрупаният опит, заимстван от американски служители на чуждестранното предприятие. При подобни условия, капитал от други източници би се стекъл на момента с оглед да финансира подобен привлекателен актив. Всяка американска (или друга чуждестранна) компания би се устремила да придобие свободните мощности. Най-важно е това, че американската работна сила би била свежа и подготвена да продължи с прилагане на своите умения и дарования.

¹⁴ Телефонно интервю, 6 март 1988 г.

¹⁵ Uchitelle, “U.S. Business Loosen Link to Mother Country”

¹⁶ Към 1990 г., повечето японски корпорации все още далеч изостават от Сони в предоставяните възможности за кариерен ръст. Директорите и висшите служители са до един японци. Тази им затвореност е препятствие за японците в глобалната търговия, което с времето ще става все по-съществено.

В крайна сметка, американското правителство запазва юрисдикция над активите на територията на Съединените щати. За разлика от задграничните производствени мощности, стопанисвани от компании американска собственост, но подлежащи на чуждестранен контрол и, понякога, недобронамерени действия, активите чуждестранна собственост в Съединените щати са подsigурени срещу неочаквани превратности в политиката на чужди правителства. През Втората световна война, филиалът на Форд в Германия прилежно произвеждаше камиони за нацистите.¹⁷ Активите в Съединените щати несъмнено се намират под американски политически контрол, в случай на нужда; мощностите навън неминуемо биха били подвластни на чужди прищевки.

5

Защо тогава, всъщност, чужденците идват в Америка? Ако притежаването и контролът стават все по-размити, защо въпреки това продължават да купуват американски активи? Защото считат, че могат да използват американските активи – включително американските работници – по-добре, отколкото американските предприятия.

Истината всъщност е, че в края на 80-те доларът падна спрямо чуждите валути, с което превърна американските активи в евтина покупка. Това, обаче, не обяснява наплива от чуждестранни инвеститори. Евтиният долар намали очакваните печалби от американски активи – слагайки край на всякакви прогнози за изгодна сделка. Факт е, че чуждестранните капиталовложения в Съединените щати растяха устойчиво през 70-те и 80-те години, независимо дали доларът беше висок или нисък, дали Америка бе кредитор или длъжник. Водещи чуждестранни инвеститори през повечето време в рамките на 70-те и 80-те бяха англичани и холандци, а не японците и западногерманците, чиито търговски салда бяха огледално отражение на американския търговски дефицит. Дори през 1990 г. общите британски инвестиции в Съединените щати все още надвишаваха двукратно японските.

Чужди компании идват в Америка също така не защото се боят, че Съединените щати ще затворят своите пазари за техен износ. Повечето чуждестранни инвестиции в Щатите не касаят защитени или свързани с евентуални предстоящи бъдещи протекции стоки. Дори в подобни случаи, инвестициите очевидно са водени от икономически, а не от политически съображения. Когато например през 1988 г. продажбите на Нисан в Съединените щати рязко спаднаха, компанията можеше да свие производството в своите американски заводи и изцяло за покрие американския

¹⁷ R. Vernon, "Multinational Enterprise and National Security", Adelphi Papers, 74 (London: Institute for Strategic Studies, 1985).

пазар от квотата си за внос на коли, договорена в Япония. Решиха обаче да не го правят. Всъщност, сториха точно обратното – орязаха вноса от Япония с над 50 000 коли, снижавайки американското производство само със 7000. Дори когато можеха безпрепятствено да снабдяват американския пазар от Япония, Нисан предпочетоха да правят автомобилите в Съединените щати.¹⁸

Независимо от цената на долара или вероятността от американски протекционистки бариери, чужд стопански субект ще дойде в САЩ само ако вижда печалба в това – т.е. ако разполага с предимство пред организациите американска собственост, опериращи в Америка, което да компенсира с подобаваща премия допълнителните разходи на предприятието за работа далеч от дома. Главната причина чужденците да влагат пари и стратегически брокерски умения в Съединените щати е същата, поради която американци инвестират пари и стратегическо брокерско ноу-хау зад граница, а по-конкретно: защото очакват да използват активите и работната сила на *другата* нация по-добре от инвеститорите и управленските кадри в нея страна – правейки активите и работната сила по-производителни отпреди.¹⁹

Що се отнася до американските активи и работници, свидетелствата сочат, че множество чужденци са отсъдили правилно. Растящото влияние на японските автомобилпроизводители в Съединените щати, например, се дължи главно на факта, че те съумяха, използвайки американския работник, да произведат висококачествени коли за по-кратко време от автомобилните компании американска собственост. Макар че *Кънсюмър Репорт* от 1990 г. поставя повечето японски коли по-високо по качество от американските, изданието не намира разлика между качеството на японски коли, направени в Съединените щати и качеството на японски коли, произведени в Япония.²⁰ Нещо повече, японските автомобилни фабрики в Съединените щати са почти толкова производителни, колкото и в Япония, и далеч по-продуктивни от фабриките американска собственост. Джон Кравчик от Международна програма за превозни средства на МТИ е установил, че американци, работещи в заводи японска собственост, могат да монтират една кола за около 19,5 часа – пренебрежимо малко повече от средните 19,1 часа при японските работници, но далеч по-малко от сред-

¹⁸ Robert Z. Lawrence, *Japanese-Affiliated Automakers in the United States* (Washington D.C.: Brookings Institution, 1989)

¹⁹ Налице е още едно стратегическо преимущество да оперираш в задния двор на конкурента, дори при малка загуба; по този начин пречиш на другия да вдига своите цени на вътрешния си пазар, и така да субсидира нереално ниски цени в чужбина. Ако обаче чуждестранният ни конкурент вече среща жестока андпревара на собствения пазар, отсъства явна причина да прибегваме към подобна иначе доста скъпа стратегия.

²⁰ Consumer Report, May, 1990

ните 26,4 часа за американските работници във фабриките американска собственост.²¹ След като през 1984 г. Тойота пое управлението на фабриката на Дженеръл Моутърз във Фримънт, Калифорния, производителността излетя с 50 процента над тази при мениджмънта на Джи-Ем. При управлението на Джи-Ем, самоотгълчките бяха цели 25 процента; при Тойота спаднаха на 3, до 4 процента.²² Подобно преобразяване се случи, когато японската Бриджстоун изкупи от Файърстоун боледуващите американски фабрики за гуми.²³ Забележително е, че и в двата случая работната сила остава неизменна; единствена съществена разлика бе замената на американски управление и капитал с японски.

Американските работници спечелиха доста от цялата процедура, дори и компаниите американска собственост да не са останали облагодетелствани. Чуждите дружества плащат на американски служители повече от американски компании в същия отрасъл.²⁴ Японците, също така, изразходваха 1000 долара повече за обучение на всеки американски работник, отколкото харчеха американски работодатели в същия отрасъл.²⁵ Ако американските работници имаха възможност да избират по-надеждния екип стратегически посредници и инвеститори, от които да зависи бъдещото им добруване, - американските директори и финансисти от Уолстрийт от една страна, или японските директори и токийските банкери от друга, - не биха сглупили, ако изберат последните.

Чужденците, чиито способности в стратегическото брокерство надвишават американските могат, разбира се, да печелят нелошо в Съединените щати и по други начини, освен като купуват американски компании

²¹ John F. Krafcik, "The Triumph of the Lean Production System", *Sloan Management Review* 41, Vol. 30, № 1 (Fall 1988)

²² H. Shimada и J. P. MacDuffie, "Industrial Relationships and 'Humanware': Japanese Investments in Automobile Manufacturing in the United States", обобщаващ доклад на International Motor Vehicle Program, Massachusetts Institute of Technology, 1987, p. 91.

²³ Между 1989 и 1992 г., Бриджстоун планираше да инвестира над 1 милиард долара в своите фабрики в САЩ, с цел да развие следващо поколение радиални гуми за леки коли. „Големината на инвестицията почти двукратно надхвърля средствата, които Файърстоун би могла да инвестира като независима компания”, сподели Джон Дж. Невин, председател на управителния съвет на Файърстоун, пред *Ню Йорк Таймс*. Вж. John P. Hicks, "Foreign Owners are Shaking up the Corporation", *The New York Times*, May 28, 1989, p. D9

²⁴ През 1986 г. (последната година, за която има достъпни референтни данни), средният зает американец в производствено предприятие чужда собственост изкарваше 32 887 долара, докато среден зает американец в американско производство печелеше 28 945 долара. Вж. Bureau of Economic Analysis, *Foreign Direct Investment in the U.S.: Operations of U.S. Affiliates* (Washington D.C.: Department of Commerce, 1988) за данни относно чуждите компании; за компании на САЩ – U.S. Bureau of Census, *Annual Survey of Manufacturing Statistics for Industry Groups and Industries*, 1986 (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1987).



²⁵ Lawrence, op. cit.

и разкриват собствени фабрики в Америка. Могат, примерно, да продават директно свои управленски идеи. В предстоящите години можем да очакваме повече корпорации американска собственост да наемат японски компании да управляват техните американски фабрики и лаборатории, срещу което японските партньори ще получават дял от печалбата. (Именно такова бе съглашението между Дженеръл Моутърз и Тойота за управление на Фримънтския завод на Джи-Ем.) Конкретно предимство на подобно съглашение е, че може да намали притесненията на множество американци, хранещи рудиментарни схващания за икономиката. Опасенията, че чужденците „изкупуват“ американската икономика са вече отживелица; смята се че те, по-скоро, помагат на американците да станат по-производителни. Финансовият механизъм, разбира се, е неизменен: независимо дали притежават завода пряко, или го управляват срещу дял от печалбата пропорционален на стойността, добавена от тях в рамките на процеса, японците печелят приблизително еднакво.

6

Преходът от голям обем към висока стойност е съпътстван от казуса с дилема чуждестранна собственост – контрол, и следва ли тя да бъде повод за всеобщи притеснения. Както вече видяхме, каквато и степен на правомощия да са били заложени в правата на собственост и контрол над предприятието за масово производство, тя съществено се развива във високостойностното предприятие. Такава организация изхожда от творчески идеи; с най-съществени доходи и влияние са квалифицираните специалисти в мрежата (включително ключови притежатели на патенти и субконтрактори), а не акционери и директори на официални авторитетни постове. Висшите ръководители, разбира се, може да имат важна роля в организацията на цялата мрежа, но болшинството определящи решения възникват на децентрализирани възли ниско долу. Ключовите „идентификатори“ и „решатели“ на проблеми са американци, - жители на Съединените щати, - но няма голямо значение на коя държава са граждани официалните владетели или президенти на предприятието. По същата причина, ако въпросните ключови субекти не са американци, малко би помогнал на нацията фактът, че формалните собственици и висшите ръководители на предприятието са американци. Членовете на мрежата с най-ценни умения и идеи получават най-големи възнаграждения под най-различна форма – заплати, бонуси, лицензионни такси, партньорски дялове.


С цел да изясним нещата, ще разгледаме закупуването на Си-Би-Ес

Рекърдс () и Колъмбия Пикчърс () от [Сони](#) (**SONY**) съответно през 1988 и 1989 г. – събитие, възприето като двоен изстрел срещу културата на американската нация. Всъщност, какво точно купи


Сони? Почти нищо повече от права да препродава стари записи и филми, плюс собственост върху недвижими имоти и оборудване. Бъдещите приходи на Си-Би-Ес Рекърдс и Колъмбия Пикчърс – потенциалната им стойност в световната икономика – зависят много повече от таланта и идеите на американските изпълнители, звукотехници, режисьори, продуценти, актьори и актриси, кинематографисти, дизайнери, композитори, сценаристи, рекламни агенти и пазарни специалисти, и стотици други творци.

Талантливите американци, досега работили за Си-Би-Ес Рекърдс и Колъмбия Пикчърс, не загубиха изведнъж своите умения и идеи при закупуване на компаниите от Сони, нито пък дарованията им внезапно се




стопах и изчезнаха. Продажбата не постави Брюс Спрингстийн () – вокална звезда на Си-Би-Ес, някога изпял от все сърце „Роден в Америка“²⁶ – във владение и под контрола на японците. Спрингстийн е също толкова самостоятелен и поне така ценен след продажбата, колкото и преди нея. Единствена промяна в живота му бе, че повечето финансов капитал и стратегическо посредничество, свързвали го със световния пазар, сега идваха от Япония. В резултат, Спрингстийн замени Лорънс Тиш




(): финансовия предприемач, купил Си-Би-Ес няколко години по-



рано) с Акио Морита ( : президент на Сони). Ако Морита и другите японски стратегически предприемачи посредничат по-добре от Тиш и компания при представяне и финансово възмездяване на Спрингстийн; световната аудитория на звездата ще бъде по-голяма и по-въодушевена отпреди, а възнаграждението му – по-добро. Всъщност, към 1990 Си-Би-Ен Рекърдс беше във възход – защото японските стратегически брокери похарчиха много повече за публична реклама, видеоклипове за Ем-Ти-Ви



() и прочие неотменни сцени като за пред камера, отколкото стиснатите им предшественици. Бихме могли дори да зададем въпроса по следния начин: Сони ли купи Спрингстийн, или Спрингстийн купи дял от Сони?

Когато на следващата година Сони изплати 3,4 милиарда долара на американските акционери на Колъмбия Пикчърс за привилегията да измъкне западналата студия от стопански провал, компанията придоби, разбира се, правата за препродажба на *Магьосникът от Оз* и множество други стари холивудски хитове. Ключовите достойнства на Колъмбия Пикчърс бяха в нейните връзки в множество талантливи творци – като Питър

²⁶ “Born in the USA” (бел. пр)

Гюбър и Джон Питърс които, след като заснеха *Батман* и *Рейнман*, бяха смятани за най-свежия кинаджийски тим в [Холивуд](#). Гюбър и Питърс обаче не бяха нито лесни, нито евтини. Отношенията на двамата продуценти с Колъмбия явно бяха обтегнати, поради което те смениха кораба и



подписаха договори с конкурентната студия Уорнър Брадърс (Warner Bros.). Така че, за да привлече отново хитовия дует, Сони трябваше първо да платят на Уорнър Брадърс за прекратяване на договора, после да сключи умопомрачителна сделка с Гюбър и Питърс – купувайки филмовата им компания за 55 милиона долара и съгласявайки се да дава на тях и техните партньори допълнителни 2,75 милиона долара всяка от следващите пет години, плюс дял от печалбите на студията, плюс дял от еднократната 50-милионна награда, плюс дял при всяко нарастване в оценъчната стойност на Колъмбия Пикчърс. Наблюдавайки Сони и прескъпите ѝ американски таланти, стигаме отново до въпроса: Кой точно, кого купи? „Човешкият капитал“ на Колъмбия Пикчърс – най-ценният ѝ актив – продължава да бъде здраво „под контрола“ на американци.

7

Изкупуват ли чужденците американските дълготрайни активи? Трябва ли да се тревожим? Логиката е сходна. Когато чужди финансови средства и стратегическо посредничество допълват американско идентифициране и решаване на проблеми, изходът може да бъде по-благоприятен за американците отпреди. Да вземем три американски високотехнологични компании, закупени от чужденци през 1989 г.: След похарчени 200 милиона долара и дванадесетгодишни опити да стане глобален лидер във фотоелектрическата техника, Арко Солар (дъщерно дружество на Атлантик Ричфийлд, голяма американска нефтена компания) бе продадена на западногерманската Сименс; Атлантик Ричфийлд не искаха да инвестират повече в Арко Солар без гарантирани подобаващи бъдещи печалби. Интернешънъл Фюъл Селс Корпорейшън от Саут Уиндзор, Кънектикът – глобален лидер в разработване на горивните елементи – бе продадена на японските Тошиба и Токио Електрик, след като компанията-майка, Юнайтед Текнолджиз, отказа да хвърля повече пари в дружеството. А





Матириълс Рисърч (Matsushita) от Оринджбърг, Ню Йорк, - производител на полупроводникови прибори, - бяха продадени на Сони, вследствие това, че най-добрата оферта на Уолстрийт беше под счетоводната стойност на дружеството. Явно е, че отсъстват всякакви основания да обвиняваме западногерманци или японци за подобни покупки, след като американските собственици се натискат да продават. Трябва ли подобни трансфери да ни тревожат? Доколкото те са явен пример за късогледството на американс-

ки финансиста и стратегически брокери, редно е да бъдем наясно кой печели и кой губи в крайна сметка.

На пръв поглед, чужденци изкупуват водещите технологии на Америка, обричайки нацията на мизерия. Това обаче не е вярно. Америка не губи въпросните технологии. При внимателно вглеждане в Арко Солар, Интернешънъл Фюъл Селс и Матириълс Рисърч, какво ви прави впечатление? Групи американски „откриватели” и „решатели” на проблеми – учени, изобретатели, техници, пазарни специалисти – трупаци ценни знания относно това как се произвеждат съответно високоефективна слънчева енергия, горивни елементи, полупроводникови уреди. „Придобивайки” ги, чуждите стопански субекти не ги лишават от натрупания съвкупен опит. Подобен акт би обезценил направената инвестиция. Нито пък чуждите работодатели слагат хомот на тези американци и ги откарват в Западна Германия и Япония, или конфискуват записките им, а *тях* изпращат в къщи. Такива „откриватели” и „решатели” на проблеми не възнамеряват да напускат Съединените щати и потенциалната стойност на техния опит продължава да бъде в главите им, а е в техните записки. И действително, тези хора остават тук в Съединените щати, и продължават да усъвършенстват своите изобретения тук и сега.

Единственото нещо, претърпяло промяна, е че повечето пари, нужни им за да плащат за своите лаборатории, за оборудване, производство и изпитания на техните изобретения, техните заплати, сега идват от Западна Германия и Япония, вместо от Съединените щати. И – което е още по-важно, - идват с по-малко и по-умерени претенции за незабавни печалби. След като Сони купиха Матириълс Рисърч, например, американският президент на компанията най-сетне се почувства свободен да предприема дългосрочни изследвания. „Вече не се притеснявам единствено за тримесечните печалби”, сподели той с голямо облекчение. „Мога да мисля за проекти в рамките на две години и повече. Чудесно се живее по този начин”.²⁷

Естествено, западногермански и японски инвеститори получават дял от всички печалби на стоките по цял свят, а не акционери от Атлантик Ричфийлд () или Юнайтед Текноложиз () или разни фондове за рисков капитал. Тепърва в центъра на тези мрежи ще застанат няколко германски и японски стратегически посредници, на мястото на американски от щаб-квартирите на Атлантик Ричфийлд или Юнайтед Те-

²⁷ Цитирано в *The Wall Street Journal*, August 16, 1989, p. B4. Същото облекчение бе изказано от президента на Джинентек, най-голямата биотехнологична компания в Америка, когато бяха продадени на швейцарската Рош Холдингс Лтд. в началото на 1990 г. „Искам да направим толкова много неща. Тримесечният натиск от фондовия пазар, макар обективно обусловен и разбираем, неизбежно затормозява интелектуалните усилия тук, на тези 30 акра”. Цит. в *The Wall Street Journal*, February 5, 1990, p. A3.

конолоджиз, и ще привлекат служители от цял свят за производство, пласмент и продажба на последващи изобретения.

Да гледаме на подобна транзакция като на загуба на американска техника обаче означава за сетен път да се поддадем на рудиментарни схващания. Главната стойност на такива технологии се крие в уменията и идеите, нужни за тяхно генериране и отработване. Тези умения и идеи са все още американски; американци продължават да развиват технологии и се радват на прилично възнаграждение. Това, че част от печалбите отиват при инвеститори и стратегически брокери извън Съединените щати, не следва да тревожи силно американците. Паралелно, от другата страна на същата улица работят американски инвеститори и деловито претърсвайки останалия свят, издирвайки удачни инвестиционни перспективи и възможности за съглашения с хора от всички краища на света за откриване и разрешаване на нови проблеми, и за преминаване към масово стандартизирано производство.

Какво тогава означава „да загубим“ американска технология? Не това, което масово се предполага. Американските лаборатории непрестанно разпространяват нови изобретения в цял свят под форма на чертежи, компютърен код, спецификации и инструкции. Новостите достигат до проектанتي в Рим, производители в [Куала Лумпур](#), монтажници в Хонконг и пазари в Лондон толкова бързо, колкото до Сейнт Луис²⁸. Същото е в сила независимо кой – японци, западногерманци, или американци - „притежават“ стопанското дружество: стратегическите посредници, работещи с Арко Солар, Интернешънъл Фюъл Селс и Матириълс Рисърч, ще изпратят изобретенията си на всеки в света, който може да ги произведе и продаде по-евтино и по-добре. Новата информация моментално става част от световните мрежи.

Ценното, оставащо впоследствие, са уменията и идеите, необходими изобретенията *да не спират* да се случват. Това са същинските технологични ценности на една нация. Губят се само ако биват недостатъчно отглеждани и развивани. Ако в разглежданите три примера не се бяха намесили чужденци, - осигурявайки финансиране и посредничество – натрупаният опит би могъл да се превърне в горчив спомен.

8

Споменавайки, че националната принадлежност на корпорациите губи значение, в никакъв случай не твърдим, че в глобалната икономика, към която сме се устремили, национални интереси вече не съществуват или че са маловажни. Разликата е съществена. Японци, южнокорейци,

²⁸ Сейнт Луис – столицата на щата Мисури (бел. пр.)

тайванци, западногерманци и холандци, наред с много други, отчетливо осъзнават националните си икономически интереси, макар и да продължават да инвестират зад граница. По този начин, всяка държава се стреми да повиши благосъстоянието и сигурността на своите граждани. Паралелно с това, всяка опитва да повиши потенциалната стойност на това, което гражданите ѝ могат да вложат в глобалните инициативни мрежи.

На такава амбиция не следва да се гледа като на заплаха за благото и сигурността на американците. Напротив, подобни усилия увеличават общото световно богатство. Американците би следвало да преследват същата достойна цел. Корпорацията обаче е вече средство, непригодно за нейното постигане. Държавите не съумяват съществено да увеличат средствата на своите граждани със субсидиране, протекции, или други способности за подпомагане печалбата на „своите“ корпорации; връзката между рентабилност на корпорациите и жизнен стандарт на нацията продължава да отслабва. В следващата глава ще опитаме да осветлим разликата.

Рискове на рудиментарното мислене

На другия ден ме попитаха за конкурентоспособността на Съединените щати и аз отговорих, че изобщо не мисля за нея. Ние в Ен-Си-Ар (NCR) мислим за себе си като за глобална конкурентна компания, чиято щаб-квартира случайно се намира в Съединените щати.

АНДРЮ ЪНДЪРШАФТ, в *Майор Барбара*
от Дж. Б. Шоу (1905)

Две неща си струва да бъдат повторени. Първо, жизненият стандарт на хората в една държава все повече зависи от това с какво допринасят за световното стопанство – от стойността на техните умения и идеи. Благосъстоянието им все по-малко зависи от това какво притежават – от печалбите на компаниите, в които държат най-много акции. Второ, уменията, свързани с идентифициране и решаване на проблеми и със стратегическо брокерство, се одобряват с натрупания опит. Хората се обучават в процеса на работа. Взети заедно, двете неща разкриват проста истина. Дадена чуждестранна фирма (или, по-скоро, група чужди инвеститори и стратегически посредници), която се договаря с американци за откриване или решаване на сложни проблеми, помага на американците много повече, отколкото фирма американска собственост, договаряща се с чужденци за същото.

Колкото и проста да изглежда, истината се изплъзва на политиците и американската общественост. Никъде не изпъква по по-очебиен начин силата на рудиментарното мислене, отколкото сред вашингтонските чиновници, решени да ограничат чуждестранната собственост над американски активи и да спрат правителствената щедрост към корпорации, везещи американското знаме. Ето конкретна илюстрация на тази тенденция: През 1986 г., Фуджицу (**FUJITSU**), голяма японска компания за електроника, обяви че ще купува [Феърчайлд Семикъндактьър Корпорейшън](#) (**FAIRCHILD SEMICONDUCTORS**) – реномирано високотехнологично предприятие в Силикън Вали. Феърчайлд се нуждаеха от средства в брой, за да издържат на натиска, и така неговите директори се обърнаха към Фуджицу. Обявената продажба,

обаче, бе посрещната с негодувание във Вашингтон. Бързите електронни схеми върху миниатюрни силициеви чипове, управляващи всякакви оръжейни системи бяха рожба на проектантите и инженери във Феърчайлд. От една трета, до една втора от продукцията на Феърчайлд закупуваха американски военни контрактори. Поради това чиновниците от Пентагона се бояха, че предстоящата продажба ще предостави критична военна технология в ръцете на японците. Чиновниците в Министерство на търговията пък се тревожеха, че сделката ще даде на Фуджицу контрол върху сродни микропроцесорни технологии, влагани в много американски продукти: от автомобили, до телекомуникационно оборудване във време когато бе считано, че американската конкурентоспособност е под чуждестранна угроза. Чиновниците от Рейгъновата администрация бяха разтревожени дотам, че – въпреки вратовръзките в стил Адам Смит и красноречието за свободен пазар – предложиха на Фуджицу да си помислят дали не би било по-мъдро да преразгледат намеренията за покупка. Фуджицу, от своя страна, се показаша достатъчно учтиви да оттеглят предложението.

Да оставим настрана вратовръзката, но това бе грешка. Фуджицу не само можеше да бъдат решаващ източник на капитал за Феърчайлд; японските им инженери бяха по-напред от тези на Феърчайлд с опита си в производството на изключително сложни полупроводникови памети. Производството на усъвършенствани памети бе умение, което американските инженери на Феърчайлд тепърва предстоеше да развиват. Сделката с нищо нямаше да навреди на опита, натрупан от инженерите на Феърчайлд до момента; напротив, щеше да го доразвие. Националността на собствениците не би следвало да има значение. За ирония, Феърчайлд дори не беше „американска“ компания по него време. Бе купена през 1979 г. от [Шлумбергер](#) (*Schlumberger*), френско дружество за обслужване на нефтени находища.

2

Зад цялото кършене на ръце във Вашингтон стои страхът да не би Америка да изпадне в зависимост от японски компании – производители на микроелектронни компоненти, враждани в ядрото на военни оръжейни системи, а така също и в коли, телевизори, и всякакви по-сложни машинки, които човек би могъл да си представи. Една след друга, през 80-те години, стотици комисии и групи отправяха зловещи предупреждения за нарастващата японска мощ в микроелектрониката. Характерен бе докладът на Съвета за национална сигурност от април 1987 г., който алармираше за растяща зависимост на американските военни от японски компании, и изричаше злокобни предсказания за американската икономика въобще. „Към края на века, микроелектрониката вероятно ще има огромно пряко влияние върху работата на промишлени отрасли, които обуславят

може би една четвърт от БНП, и които оказват мощно въздействие върху военните възможности, съвкупната производителност, и стандарта на живот. Тук влизат автомобили, промишлена автоматизация, компютърни системи, отбранителни и космическа индустрия, телекомуникации и множество потребителски стоки... Ако Съединените щати загубят своето конкурентно предимство в тези отрасли, тяхната производителност, стандарт на живот, и икономически ръст ще пострадат необратимо”. Непосредствена опасност, според доклада на СНС бе, че японските високотехнологични предприятия можеха да скрият своите модерни чипове и свързани с тях технологии от американските дружества, които са станали зависими от тях, и по този начин да „ликвидират способността на Съединените щати да ги конкурира в почти всички производствени области.”¹

Забележете нееднозначната логика. Когато Съветът за национална сигурност (СНС) предупреждава за нарастващата мощ „на Япония” и че „Съединените щати” губят конкурентните си предимства, предполагаме, че се имат предвид японските и американски корпорации. Спомнете си обаче, че компании американска собственост изследват, проектират и произвеждат някои от най-съвременните свои висши технологии в Япония, докато стопански субекти японска собственост извършват все повече от сложните си операции в Съединените щати. Следователно, разликите между двата вида компании по отношение на това къде в глобален мащаб се намира работната им сила и каква точно работа върши, са все по-незначителни. Америка явно би била по-„сигурна”, в смисъл на достъп до критичните технологии в случай на война, ако накара американците да научат изпълнението на сложни операции и процедури на американска почва (дори и ако стопанският субект, за който работят, се случи японска собственост), отколкото ако кара чужди граждани да правят сложни неща на чужда почва (дори ако дружеството, за което работят, е американска собственост). Ако Щатите държат да са уверени, в името на националната сигурност, че разполагат а дадена критична технология на американска земя, логична стъпка би било да поощрят глобалните инициативи мрежи да я проектират и развият в Съединените щати – а не да гонят чуждите предприемачи и инвеститори от Америка.

Трябва ли обаче Съединените щати да се боят от възможността една фирма чужда собственост в Америка да скрие критична технология, ако родното ѝ правителство нареди да го стори? Европейските правителства осъзнаха тази възможност драматично през 1982 г., когато в отговор на

¹ National Security Council, *Draft Report on Military Dependency on Foreign Technologies*, April 1987, pp. 5 – 6. Вж. също *Defense Semiconductor Dependency*, Report of the Defense Science Board Task Force, Office of the Under Secretary of Defense for Acquisition, February 1987, p. 1. „Налице е пряка опасност за технологичното превъзходство, считано за необходимо в отбранителната система на САЩ”.



въведеното [военно положение в Полша](#) (), администрацията на Рейгън забрани на европейските филиали на компании американска собственост да изпълняват договорите за строеж на газопровод от Съветския съюз за Европа. Рискът бе реален, но бе намален значително от факта, че никоя глобална корпорация не би рискувала да си навлече репутация на несигурен партньор. Американските филиали, изпълнили командата на Вашингтон през 1982 г., видяха как след това кривата на продажбите им в Европа рязко тръгна надолу, когато европейците се обърнаха към други доставчици, на които можеха да разчитат в трудни времена. Беше опетнено реномето на американски филиали без никаква пряка връзка с инцидента; вероятността Вашингтон да опита да им наложи волята си ги направи още по-ненадеждни в очите на европейските клиенти. В резултат, корпорациите американска собственост понесоха съществени загуби, за които Рейгъновата администрация носеше голяма част от отговорността. Такива последствия имат мощен възпиращ ефект срещу действията на правителства, които инак биха опитвали да упражняват контрол над глобалните операции на предприятия, регистрирани на тяхна територия. С превръщането на глобалните корпорации във все по-децентрализирана мрежа, възможностите правителствата да упражняват подобен контрол, устойчиво намаляват. Дъщерно дружество, което продава или разпространява продукцията на компанията-майка, е явно зависимо от своята штаб-квартира, поради което е чувствително към външен контрол; независима фирма, оперираща в рамките на инициативна мрежа и договаряща се със стратегическите посредници в центъра, е далеч по-малко уязвима.²

Въпреки всичко това, докладът на СНС и няколко други, последвали след него, накараха Конгреса през 1988 г. да даде явен ход на дотогавашната неофициална съпротива срещу чуждестранната собственост. Законът за търговията с автобуси³, влязъл в сила нея година, позволи на правителството на Съединените щати да попречи на чуждестранни инвеститори да купят контролния пакет акции на една американска компания. Високопоставеният Комитет по чуждестранни инвестиции на Съединените щати, в който влизаха шефовете на осем федерални агенции под председателство на финансовия министър, в конкретния случай реши, че планираната продажба заплашва да „подрони националната сигурност“.

² За разбираема дискусия относно залога на нацията при поддържане на контрола върху материалната база на отбранителния комплекс, вж. Theodore H. Moran, “The Globalization of America’s Defense Industries: What’s the Threat? How Can It be Managed?,” School of Foreign Service, Georgetown University, October 1989

³ The Omnibus Trade Act – бел. пр.

На пръв поглед, подобно изискване звучи напълно разумно. Защо *да не могат* високопоставени чиновници да ревизират сделки, заплашващи националната сигурност? След по-детайлен поглед, нещата се подреждат. Какво означава „национална сигурност“? Конгресът не спомена. Принципно, всяка държава жертва зрънце сигурност, ставайки зависима от чужденци за каквото и да е. Албания, отказала да търгува със Запада, избягва парите, технологиите и всичко, което останалият свят може да ѝ предложи, е сигурна по свой куриозен начин. Гражданите ѝ обаче ползват волски каруци и живеят в колиби. Пълната сигурност е равностойна на [автархия](#) (предполага самодостатъчност). Автархията обаче лишава гражданите на държавата от всички предимства на глобалния стокообмен. Не можем да имаме двете заедно.

На какви доказателства тогава би следвало да основава комитетът своите решения? На това колко чужденците са готови да вложат в едно нерентабилно американско предприятие, което навярно американските финансисти подминават? Или на това как отчаяно американците очакват тази чужда помощ? Или може би на прогноза колко по-богати ще станат чужденците в случай на успех? Ако самите несигурност и сложна процедура не разубедят чужденците да инвестират в Америка, може да ги обезкуражат таксите, нужни с цел адвокатите във Вашингтон да ги преведат през цялото това изпитание.⁴


Други страни също са издигнали свои бариери пред чуждестранните инвестиции – основани, разбира се, на подобни зле разбрани понятия за национална сигурност и значение на корпоративната „собственост“ в глобалната икономика. Много от тези бариери, обаче, вече падат. В началото на 90-те, корено различни страни, като Мексико и Китай, дълго време ограничавали преки чужди инвестиции, активно ги ухажваха. Дори традиционната японска резервираност пред чужди инвеститори започна да отстъпва, макар и бавно. Това, че други страни сами си пречат, умишлено отблъсквайки чуждите инвеститори, не е убедителен аргумент да следваме техния пример.

⁴ Според един правителствен чиновник в комитета, „ние можем да станем последната защита срещу изкупуването [на американските активи – бел. пр.]“, *The Wall Street Journal*, March 8, 1989, p. A16.

3

Подобно объркване проваля опитите на правителството да поведе Америка към „технологииите на бъдещето“, от типа на модерни полупроводници и телевизия с висока резолюция. Спомнете си, че в следвоенния период, Пентагонът се бе захванал да помага на американските корпорации да развиват технологии, като: реактивни двигатели, корпуси на самолети, транзистори, интегрални схеми, нови материали, лазери и оптични влакна. Мълчаливата, макар и доста щедра, индустриална политика, се засили при администрацията на Рейгън, когато въоръжаването на Америка значително се ускори. Дори когато студената война започна да се затопля, финансирането на високи технологии от Пентагона остана техен главен източник на капитал. Пентагонът и 600-те национални лаборатории, партниращи с него и Министерство на енергетиката, са най-близкото до добре познатото Министерство на международната търговия и промишлеността в Япония американско формирание.⁵

Системата работеше достатъчно добре, когато американските корпорации представляваха американската икономика. През 50-те и 60-те, и дори през 70-те, имахме основания да приравняваме технологичния напредък на американските предприятия с американската икономическа мощ. Към 80-те, обаче, паритетът бе нарушен, в резултат на което субсидиите, предоставяни на американските корпорации с цел да развиват нови технологии, вече имат все по-слабо отношение към уменията, които американците усвояват


Нека вземем чиповете колкото човешки нокът, в които се помещават все по-сложни електронни схеми. Към края на 80-те, японски предприятия произвеждаха по-голяма част от чиповете-памети в света, което безкрайно тревожеше американските чиновници.⁶ Решени да повишат възможностите на Америка за производство на интегрални схеми, те преценяха да предоставят 100 милиона долара годишно на Сематек ()

⁵ По времето, в което пиша тези редове, администрацията на Буш показва по-малък интерес – почти враждебност – към няколко от най-откритите опити на Пентагона да закупи определени високи технологии на бъдещето, от типа на телевизия с висока разделителна способност. Подкрепата на подобни опити, обаче, остава силна в Конгреса. Дори ако администрацията съкрати или отмени някои от опитите, Пентагонът (и сродната нему агенция – Министерство на енергетиката) ще продължат да субсидират голяма част от американските високотехнологични изследвания и разработки

⁶ „Ако позволим тази жизненоважна индустрия да умре, нацията ще пожертва милиони работни места и цял отрасъл в електрониката, плюс технологичното лидерство в много свързани отрасли, като телекомуникации и компютри, и технологичното си превъзходство, предопределящо националната ни сигурност“. *A Strategic Industry at Risk*, National Advisory Committee on Semiconductors, November 1989.

консорциум от американски компании за полупроводникови прибори, които щяха да добавят и свой ресурс, с цел да проектират най-модерно оборудване за производство на следващо поколение чипове. Членове на Сематек бяха Тексас Инструментс, Моторола, Ай-Би-Ем, Ей-Ти енд Ти, и осем други компании. Никакви чуждестранни участници, обаче, не бяха допуснати. „Ние трябва да възвърнем нашата технологична преднина”, заяви чиновник от администрацията. Според президента на една от компаниите в Сематек, „Това е последният ни шанс. Ако загубим способност да правим такова оборудване в Америка, няма да ни остава нищо друго, освен да си налягаме парцалите”.⁷

При оценка на националната политика, обаче, незабавно се сблъскваме с въпроса, зададен от Тонто в отговор на възклицанието на Самотния скитник „Ние сме обкръжени!”, а именно: „Какво имаш предвид под *ние*, кето sabe?”⁸ Когато американското правителство и корпоративните чиновници употребяват местоимението „ние”, те обичайно визират американските корпорации. И все пак, както видяхме, американските корпорации само по допирателната имат нещо общо с „ние”, американците.

Дори по времето на Сематек, членовете му си плетяха глобалните мрежи. Тексас Инструментс (или по-скоро, стратегическите брокери в световната щаб-квартира на ТИ) бяха решили да построят нов завод за производство на полупроводници за 250 милиона долара в Тайван, който към 1991 г. щеше да произвежда четиримегабитови памети и други интегрални схеми. (Заводът на ТИ в Кавхю, Япония, вече нареди компанията между най-големите производители на полупроводникови чипове в Япония.) Паралелно, ТИ се бяха съюзили в Хитачи за проектиране и производство на „суперчипове”, които щяха да събират 16 милиона бита данни. Стратегическите посредници в световната щаб-квартира на Моторола през това време бяха решили да потърсят помощта на изследователи и проектантите от Тошиба, за да произвеждат следващо поколение чипове. Другите американски производители на чипове коваха сходни глобални полупроводникови мрежи: Ай-Ти енд Ти с японската НЕК и [Мицубиши Електрик](#) (); Интел – с японската Ен-Ем-Би Семикъндактър Към-пани и група [Мацушита](#); Ай-Би-Ем – със западногерманската Сименс.

С други думи, при все благородните патриотични намерения на Сематек, консорциумът фактически не беше нещо повече от сдружение между няколко възникващи глобални мрежи, които тепърва щяха косвено и едва-едва да обуславят бъдещи умения на американски граждани. Дори Се-


⁷ Цитат от интервю

⁸ Тонто (индианец) и Самотният скитник (Lonely Ranger - каубой) – герои от популярен американски радио- и ТВ-сериал през 50-те и 60-те години. Кето sabe? – кой знае? (развален испански). В случая са били обкръжени от съплеменници на Тонто – бел. пр.

матек да отбележи явен триумф, сравнително малко американци ще правят чипове в Съединените щати.

За зла ирония, именно когато бе сформиран Сематек, най-голяма фабрика за производство на модерни чипове в Съединените щати строеше една японска компания, която не бе допусната в консорциума. През юни 1989г. японската [НЕК \(NEC\)](#) обяви, че ще построи фабрика за 400 милиона долара в Роузвайл, Калифорния за производство на четиримегабитови чипове и други модерни компоненти, каквито не се произвеждаха никъде другаде.


Или, нека вземем телевизията с висока разделителна способност (ТВРС). От 1970 г., стотици японски инженери опитваха да усъвършенстват методите за излъчване и приемане на много по-ясни телевизионни образи, отколкото тогавашните технологии позволяваха; по него време проблемът все още дори не стоеше пред американските им колеги. Започвайки от 1988 г. обаче, няколко членове на Конгреса и висши чиновници решиха, че Америка трябва да се устреми недвусмислено към ТВРС. Така, Пентагонът се захвана да прехвърля приблизително 30 милиона долара годишно на американски компании, които искаха да развиват нови технологии. Японската Сони, холандската Филипс и френската Томсън ([THOMSON](#) la technologie amie) вкупом се натискаха да участват в проекта, но администрацията на Буш не пожела да ги покани. Робърт Мосбакър, министър на търговията подчерта, че субсидиите са само за американски компании. „Жизнено важно за нас е да сме на предния фронт на тази нововъзникваща технология”, отбеляза той.⁹

Тук, обаче, отново възниква въпросът: Кого имаше предвид Мосбакър с местоимението „нас”. Дори да беше успешна американска версия на телевизията с висока разделителна способност, няма основания да приемем, че болшинството нови телевизори ще бъдат проектирани и ще се произвеждат в Съединените щати. Към 1989 г., [Зенит Електроник Корпорейшън](#) ([zenith](#) ) бе единствен останал производител на телевизори – американска собственост. В компанията работеха около 2500 американци, но много от телевизорите ѝ се сглобяваха в Мексико.

Американските работници на Зенит, обаче, не бяха единствените американци, заети с проектиране и производство на телевизори в Съединените щати през нея година. Всъщност, над 15 000 американци правеха именно това. Единствена разлика между тях и заетите в Зенит бе, че първите работеха за японските Сони и Мацушита, холандската Филипс и френската Томсън. Някои от тези американци впоследствие се занимаваха с изследвания и разработване на телевизията с висока резолюция. Фи-

⁹ Пресконференция, 18 декември 1988 г. Акцентът в курсив е мой. Администрацията на Буш впоследствие изрази по-сдържан ентузиазъм за проекта. Вж. забел. 5 по-горе.

липс, например, построиха в Съединените щати завод за 100 милиона долара за производство на ТВРС-компоненти и се обединиха с американс-

ката [Ен-Би-Си](#)  (NBC) и френската Томсън за разработване на ТВРС-система в Съединените щати. Мацушита също създадоха изследователски институт за ТВРС в САЩ; Сони разработваше прототип на ТВРС в Сан Хосе, Калифорния. В същото време, хиляди други американци се занимаваха с проектиране на модерни компютърни чипове за японската и европейската ТВРС; продаваха своите умения и идеи пряко на европейци и японци.

Същината на въпроса е в това, че много американци трупаха ценен опит с технологиите за ТВРС, който закономерно би могъл да прерасне в основа на ТВРС-промишлеността, независимо от конкретните ѝ изменения в Америка след няколко години. И действително, формиращите се техни умения и идеи представляват ТВРС-индустрията на Америка. Парадоксът обаче е в това, че понеже не работеха за корпорации американска собственост, някои от тези американци не можеше да вземат участие в програмата на американското правителство.

4

Творците на правителствената политика очевидно гледат на технологиите като на вещи, които гражданите на една държава „притежават“, подобно на златни мини, машини, и други материални активи. Вероятно, подкрепя на „нашите“ технологии им се вижда равностепенна на увеличаване активите на предприятия американска собственост, независимо къде проектират, произвеждат и продават своя авангардна продукция, или с кого по широкия свят договарят предоставяне на сродни услуги. Авторите на политика отказват да проумеят, че същински технологични активи на нацията са способностите на гражданите да решават сложните проблеми на нейното бъдеще, на свой ред предопределено от техните умения за разрешаване на вчерашни и днешни щекотливи въпроси. Поради това нашествието на НЕК в Роузвел за четиримегабитови полупроводникови памети има по-голям благотворен ефект за нацията от което и да е начинание на Тексас Инструменте, Моторола или Ей-Ти енд Ти, предприето на чужда територия. Те започват дейност в друга държава. Инвестицията на НЕК ще изгради повече технологичен опит у американски инженери, техници и производствени работници, отколкото завод на Ей-Ти енд Ти в Испания би допринесъл за техническата подготовка на който и да е американец, косвено зает в същия проект. Аналогично е положението и при заводите на Филипс за ТВРС-компоненти в Америка, или с изследователския институт за ТВРС на Мацушита.

Пари, заводи, информация и оборудване са свободен ресурс, подобно на корпоративните емблеми. Мозъците, обаче, са много по-трудно преносими от една страна в друга. Държавните политици би следвало не толкова да съдействат на компании американска собственост да получават щедри печалби от нови технологии, колкото да полагат грижи *американците* да стават технологично по-напреднали. Напълно резонно би било Сони, Филипс, Томсън, НЕК или която и да е друга глобална компания да бъде поощрявана да обучава американците в проектиране и производство на модерни полупроводникови прибори, телевизия в висока разделителна способност, сложни части за реактивни самолети, и други екзотични изделия на утрешния ден. Поканете ги – ние имаме нужда от обучение. По същите съображения, направете държавните субсидии за технологично развитие достъпни за всяка корпорация, независимо от националността на нейните собственици – дотолкова, доколкото те са съгласни да правят изследвания и разработки, и да произвеждат на територията на Съединените щати, наемайки американски учени, инженери и технически персонал. За да стане зависимостта още по-явна, обемът предоставена помощ следва да се определя от броя американски служители, заети в изследвания, развитие и инженеринг.

5

Неизменното настояване чужденците да отворят своите пазари за американски компании е израз на същото объркване. От време на време търговски представител на САЩ заплашва с ответни мерки някоя и друга чужда държава, недопуснала „американски“ продукт. На пръв поглед, заплахата е уместна. Как така; откъде-накъде няма да ни допускат? Тук отново обаче е нужна внимателна проверка кой е ощетенят „ние“. Американските търговски чиновници гледат на работата си като на защита интересите на компании, случайно и мимоходом понесли американското знаме – без значение къде осъществяват същинското си производство. И отново, далеч по-малко са основанията да полагаме усилия за отваряне на чуждите пазари пред компании американска собственост (често: трупаци повечето стойност зад океана), отколкото да отварянето тези пазари пред компаниите, наемащи американци – дори ако тези компании случайно се окажат чужда собственост.

Нека вземем следния пример: В началото на 1989 г. Карла Хилс, търговски представител на САЩ от Администрацията на Буш, обвини Япония, че не допуска Моторола на апетитния токийски пазар на безжични телефони и портативни сигнализатори. В отговор, Япония отслаби своите ограничения. Странно, обаче, първи от твърдия тон на г-жа Хилс спечелиха инженери и производствени работници в Куала Лумпур, Малайзия, където Моторола проектираше и правеше много от своите портативни

сигнализатори и откъдето черпеше някои от компонентите на безжичните си телефони. Други благодетелствани бяха акционерите на Моторола, както в Съединените щати, така и в чужбина. Въпросните субекти заслужаваха вниманието на г-жа Хилс; неволната ѝ грижа за тяхното благосъстояние бе похвална. Далеч по-добре би било обаче г-жа Хилс да използва, доколкото може, своето влияние с цел да накара японците да смъкнат бариерите за стоки и услуги, действително произвеждани в Съединените щати, т.е. чиято изработка подпомага американците да трупат производствен опит.


Дори по времето, когато г-жа Хилс отправяше своите нападки, хиляди американци правеха апаратура и безжични телефони за износ в Съединените щати. Част от проектираните и изработвани от тях детайли се вграждаха в телефони, продавани на токийския пазар. Компаниите, за които тези американци работеха, обаче, не занимаваха г-жа Хилс, защото носеха японски имена и получаваха болшинството свои средства (и някои стратегически брокерски услуги) от Япония – при все че през тях за Япония се изнасяше повече американски труд, отколкото това биха сторили от Моторола, ако отпаднаха всякакви¹⁰ търговски бариери.

По-важно от преодоляване на чуждестранните бариери пред износа на американските компании е да не се позволява на други правителства да приемат протекционистки закони срещу наемането на американци. Подобни закони принуждават глобалните корпорации (без значение дали американски или чужда собственост) да увеличават количеството труд, вложен в такива страни за сметка на, да кажем, този в Съединените щати. Протекционистките закони влияят слабо на американски компании, вече опериращи в чужбина, но лишават американски граждани от възможност да се включат наравно с други на местния трудов пазар – позиции, предоставящи ценни умения, знания и опит. Европейска директива¹¹ към компаниите, излъчващи за Европа, да ограничат неевропейските ТВ програми, например, не би засегнала силно глобалните американски компании за масова информация, болшинството от които вече са се позиционирали устойчиво на европейския пазар, наемайки европейци да изпълняват разнородни творчески функции. (През 1990 г., Уолт Дисни строяха студио

¹⁰ Друг важен приоритет за търговския представител бе оказване на натиск Япония да позволи на най-големите вериги магазини на дребно, като Тойз-Ар-Аз (Toys-R-Us) да открият търговски обекти там. Почти цялата номенклатура на Тойз-Ар-Аз, обаче, се състоеше от изделия, проектирани и произведени в Югоизточна Азия и Латинска Америка. Единствени американци, които отварянето на японския пазар за Тойз-Ар-Аз би облагодетелствало, щяха да са членовете на относително малка група стратегически посредници в американската шаб-квартира, плюс американските граждани измежду инвеститорите на компанията.

¹¹ По правило, авторът употребява думата „европейски“ в смисъл, свързан с Европейската общност

край Лондон, а Ем-Ти-Ви подхващаше съвместно европейско начинание с


Робърт Максуел () . Подобно изискване обаче сигурно би засегнало американския принос в телевизионните програми, които въпросните глобални американски (както и японски, и европейски) компании за масова информация продават в Европа, ограничавайки възможностите пред американски граждани да добавят стойност в световния пазар на развлечения.

Липсата на достъп на корпорации американска собственост до чужди пазари е очевиден проблем. Ограничението е решаващо за американците обаче дотолкова, доколкото и американски, и чужди компании са принудени да произвеждат в рамките на чужд пазар изделия, които иначе биха правили в Съединените щати. Когато американските търговски представители градират в приоритетен ред потребностите да използват ограничените се възможности за политическо въздействие с цел смъкване на чуждестранни търговски бариери биха постъпили благоразумно, ако обръщат по-малко внимание на националността на корпорациите, и повече – на операциите, действително извършвани от американци. Здравата логика гласи, че търговска бариера пред копирни машини Ricoh, направени в Съединените щати, би могла да се окаже по-зловредна за националните интереси от вето върху устройства Kodak, произведени в Корея и Япония.¹²

6

Считано към последното десетилетие на двадесети век, предполагаемата зависимост между рентабилност на корпорациите американска собственост и американска конкурентоспособност накара правителствените чиновници с САЩ да приемат куп замечателни предложения. Едното гласеше, че Америка ще стане по-конкурентоспособна, ако глобалните американски корпорации от един отрасъл съумееха да се кооперират с цел да произвеждат общия асортимент съвместно. Така, през 1990 г., Конгресът и администрацията подкрепиха разхлабване на антитръстовия закон така, че да разрешава съглашения за съвместно производство. Според правителствения Съвет за икономическа политика, подобна промяна би била „силен израз на правителствена подкрепа на американската ефек-





¹² Протекционистките закони са различни от държавно-частни сделки, каквито коментирахме по-рано и чрез които едно правителство финансира развитието на дадени технологии с изрично условие собствените му граждани да участват в производството. Докато правителството е напълно в правото си да изисква подобно *quid pro quo* (услуга за услуга) от корпорациите, възползващи се от определени държавни субсидии, не е налице резонно основание за обвързване на достъпа до пазара с производство на място. Подобно ограничение е за сметка не само на местните потребители, но и на всички зад граница, които вследствие не могат да продават своите умения.

тивност и конкурентоспособност”.¹³ Предполагаема логическа връзка между гигантски сдружения от американски предприятия и национална ефективност и конкурентоспособност не бе изказана явно. Дори многословните управляващи директори на двете доминиращи империи за масово осведомяване в страната не съумяха да посочат конкретен мотив, докато пледираха пред Конгреса, че сливането на Тайм Инкорпорейтид (**TimeInc**) и Уорнър Комюникейшънс ( WARNER COMMUNICATIONS INC.; вж. [тук](#)) ще бъде благоприятно за Америка. „Нашият съюз ще направи Америка по-способна да противостои на чуждестранните компании за масова информация”, заяви председателят на Тайм Инк. (**TimeInc**) пред конгресмените, които кимаха в тържествено съгласие.¹⁴ С какво подобно сливане би помогнало особено на Съединените щати в сравнение с това, което нацията спечели от [Нюз](#)



[Корпорейшън](#) на [Рупърт Мърдок](#): (*News Corp.*: в която влязоха

[Туентиът Сенчъри Фокс](#), () [Фокс Бродкастинг](#) (**FOX**), Ти-Ви Гайд () и Харпър енд Роу/ [HarperCollins Publishers](#); вж. [тук](#)/), или от информационната империя на западногерманеца [Бертелсман](#) (**BERTELSMANN**: включ-

ваща [Ар-Си-Ей Рекърдс](#) // и Бантам /, [Дабълдей](#) // и [Дел](#) //), или от френската Ашет (*Уманс Дей* и Енциклопедията на Гролиър), или от Сони (Си-Би-Ес Рекърдс и Колъмбиа Пикчърс), остана загадка. Във всички тези глобални информационни компании работеха американски писатели, редактори, режисьори, музиканти и кинематографисти, съвместно с техни чуждестранни партньори.

По същото време иначе разумни хора изразиха своя гняв, че фирми чужда собственост имат наглостта да наемат чистокръвни американци – включително бивши правителствени чиновници на САЩ – да провеждат лобинг във Вашингтон от тяхно име. За особено зловредни бяха обявено опитите на японските корпорации. „Американците първо трябва да решат кое е в техен национален интерес. Но целта на японската кампания за влияние е да направят обсъждането [на това] невъзможно”, жалваше се един коментатор от *Ню Рипъблик*.¹⁵ Неизказаното допускане зад изявеното възмущение гласеше, че американските корпорации са единствен участник във вашингтонските дебати, на който може да се вярва – защото, на-

¹³ Цитат, заимстван от *The Wall Street Journal*, January 22, 1990, p. A4

¹⁴ U.S. House of Representatives, Committee of the Judiciary, *Hearing before the Subcommittee on Economics and Commercial Law*, March 14, 1989

¹⁵ John Judis, “Yen for Power”, *The New Republic*, January 22, 1990. Виж също Pat Choate, *Agents of Influence* (New York: Knopf, 1990)

вярно, техните легиони от лобисти и бивши правителствени чиновници представят „нашите“ (на американците) интереси.

Разбира се, американските фирми прилагат досущ същата лобистка тактика в чужбина. Вицепрезидентът за азиатско-тихоокеански регион на кливландската компания Ти-Ар-Даблю (**TRW**) отбеляза с гордост, че фирмата „поддържа широка мрежа [японски] политици, политически анализатори, политически репортери и други свързани с правителството служители, [чрез които фирмата би могла да] участва в прокарването на законодателни инициатива и политики в интерес на Ти-Ар-Даблю”.¹⁶ В превод от корпоративния бюрократичен жаргон същото означава, че Ти-Ар-Даблю влияе на японското правителство. Други фирми американска собственост са се внедрили още по-дълбоко в японското правителство. През 1990 г., президентът на Ай-Би-Ем - Япония заседаваше в Съвета по структурата на японската индустрия, съветващ японското Министерство на международната търговия и индустрия по въпроси на следваната индустриална политика.

За ирония, именно защото вашингтонските политически дебати толкова често бяха доминирани от американските корпорации, правителствените чиновници на САЩ предприеха съмнителни практики, като: забраняване на чуждестранната собственост, ограничаване на субсидиите за изследвания и развитие на фирми американска собственост, принуждаване на чужди държави да отворят границите си за продукцията на американски предприятия (а не за американци) и позволяване на американски фирми да се групират в грамадни глобални обединения. Възможна предохранителна мярка срещу подобни зловредни събития бе да се прави точно обратното на препоръчаното от тях. Вместо да заглушаваме посланията на чуждестранните корпорации, да провеждаме още по-оживени публични дебати за техните възгледи. Още по-добро, и не по-малко справедливо и ефикасно решение би било следното: Да забраним на бивши правителствени чиновници на САЩ да лобират в предишните си агенции от името на който и да е клиент, независимо от предполагаемата му националност.

¹⁶ “How TRW Plays the Game”, *Japan Economic Journal*, May 19, 1990, p. 6.

7

Досегашните критики не целят да успокоят застъпниците на ортодоксалната теория *laissez-faire*¹⁷, които се борят за ненамеса и никакви опити на правителството да играе конструктивна роля за подобряване икономическото благосъстояние на гражданите. Въпросът по-скоро е в това, че усилията за повишаване рентабилността на корпорациите американска собственост са погрешно средство за постигане на поставената цел. Привикнали с една по-стара икономика, в която националната принадлежност на корпорацията бе важен фактор, политиците са по-загрижени чия е собствеността, а не чия национална работна сила какви умения придобива. За да подредим правилно нашите приоритети, трябва да променим начин си на мислене. Проблемът не е в това, че американските корпорации не са достатъчно рентабилни; всъщност, много американци не добавят достатъчно стойност по веригата на глобалната икономика, което би им позволило да поддържат или подобряват жизнения си стандарт. Именно към тази критична тема ще подходим на следващите страници.

¹⁷ *Laissez-faire* (фр.) – принцип за неограничена свобода на предприемачеството, ненамеса на държавата в икономиката (бел. пр.).

Част трета

**Възход на символния анали-
тик**

Трите професии на бъдещето

Обичайната дискусия за бъдещето на американската икономика се върти около теми, като: конкурентоспособността на Дженеръл Моутърз, на американската автомобилна промишленост, или, по-общо: за американското промишлено производство, или, още по-широко: за американската икономика. Както вече отбелязахме, обаче, подобни категории стават безсмислени. Всички до една изхождат от предположение, че все още съществува американска икономика, в която работните места в дадено предприятие, отрасъл или сектор някак си са свързани с границите на конкретна държава, така че американските работници имат обща съдба, както и общи врагове: бойните полета на глобалния пазар са арена на безмилостна надпревара между американски корпорации и работници в ожесточена схватка срещу чуждестранните.

Реалностите днес са по-различни. В зараждащата се международна икономика, малко американски компании и американски промишлени отрасли се надпреварват непосредствено с чуждестранни компании и отрасли – ако под *американски* разбираме мястото, където се извършва работата и се добавя стойност. Все по-често наблюдаваме глобална мрежа, вероятно регистрирана и черпеща финансов капитал главно от Съединените щати, но с изследователски, проектни и производствени подразделения разпръснати из Япония, Европа и Северна Америка, допълнителни производствени мощности в Югоизточна Азия и Латинска Америка, и центрове за маркетинг и продажба на едро на всеки континент, заемодатели и инвеститори в Тайланд и Япония, в Западна Германия и Съединените щати. Разгледаната вселенска компания се конкурира със сходни всемирни формирания, регистрирани в други държави. Фронтите линии нямат нищо общо с междудържавни граници.

Ако една „американска“ компания, като Дженеръл Моутърз реализира добри печални, това е добра новина за нейните стратегически брокери в Детройт и американските ѝ инвеститори. Вестите са окуражаващи и за другите ръководители на Джи-Ем по цял свят, както и за глобалните служители, субконтрактори и инвеститори на Джи-Ем. Същото обаче не е задължително добра новина и за множество редови работници на монтажния конвейер в Детройт, които напоследък започнаха да оредяват там и в Америка като цяло. Новината не е непременно добра и за много обикновени работници на монтажни конвейери в Детройт, защото не изглежда

да са останали много от тях в Детройт или на други места в Америка. Нито пък новината е непременно добра за малцината американци, все още работещи на монтажни линии в Съединените щати, които все по-често получават фишовете си от корпорации, базирани в Токио и Бон.

Същността на въпроса е в това, че американците стават част от един международен пазар на труда, обединяващ Азия, Африка, Латинска Америка, Западна Европа и, все по-често, Източна Европа и Съветския съюз. Конкурентоспособността на американците на този глобален пазар ще зависи не от богатствата на която и да е американска корпорация или от американската промишленост, а от функциите, изпълнявани от американците – стойността, която добавят – в глобалната икономика. Другите нации също преминават през подобни превратности, някои – по-бавно от Съединените щати, но всички взимат участие в преходна тенденция с неизменен характер. Рушат се бариери пред презграничните потоци знания, финансови средства и веществени продукти; групи хора във всяка държава стават част от глобалните мрежи. След няколко години практически не ще можем да различим една икономика от друга, освен според обменния курс на нейната валута – която разлика вероятно също ще изчезне.

По тази причина, американците все по-пряко срещат глобална конкуренция, вън и независимо от посредничество от страна на националните институции. След като бракувахме рудиментарните представи за конкурентоспособност на американската корпорация, американската индустрия и американската икономика и ги представихме с понятията та за конкурентоспособност на американската работна сила, става очевидно, че успехите и провалите няма да бъдат споделени еднакво и равномерно от всички граждани на Америка.

Някои американци, чийто принос с глобалната икономика се цени по-високо на световните пазари ще просперират докато други, чиито усилия се считат за далеч по-малко ценни и благоприятни, не ще успеят. Американските директори на Джи-Ем може да станат по-конкурентоспособни, дори ако американските производствени работници на компанията не съумеят, защото функциите, изпълнявани от първата група се ценят по-високо на световния пазар от рутинните усилия на производствения персонал. Ето защо, когато говорим за „конкурентоспособност“ на американците въобще, коментираме само това колко е склонен светът да похарчи *средно* за услугите на американци. Някои американци биха получавали изключително високи възнаграждения, а други – съвсем ниски. Американците вече не се издигат и спускат по вълните на световния океан заедно в голям национален кораб. Все по-често се озоваваме в отделни едноместни лодки или такива с по-малко пасажери.

2

За да видим по-добре какво се случва с американските работни места и осъзнаем защо икономическите съдби на американците започват да се разминават, трябва първо да анализираме работата, която различни хора вършат съгласно категориите, отразяващи действителните им конкурентни позиции в глобалната икономика.

Официалните данни за американските работни места са класифицирани в категории, които не ще ни бъдат от полза. Преброителното бюро на САЩ (Census Bureau) започна да следи работните места в Америка през 1820 г. и доразви систематичната им категоризация през 1870 г. Считано от 1943 г., Бюрото въведе метод за разделяне категориите на различни нива „социално-икономически статус“, съобразно (апропо) и престижа и дохода, свързани с всяка работа. С цел да извърши подходящо групиране, Бюрото най-напред обособи всички служители в Америка на бизнес-ешелон и работническа класа – същите две широки категории, които Р. и Х. Линд бяха въвели в студията си за Мидълтаун, - а после раздели всяка в подкатегории.¹ През 1950 г., Бюрото добави категорията „обслужващи работници“ и нарече резултатната схема „Главни групи заетост“ в Америка; схемата е в сила до ден днешен. Всички последващи изследвания се придържаха към същия набор категории. Така, дори в 1990 г., в очите на Преброителното бюро, човек попадеше или в „управленска и професионална специалност“, в роля на „техническа, търговска и административна поддръжка“, или бе „зает в обслужването“ като „оператор, производственник или работник“, или бе ангажиран с „транспортиране и преместване на материали“.

Наборът класификации имаше смисъл, когато във фокуса на икономиката стоеше масовото стандартизирано производство, при което почти всяка операция протичаше вътре или в непосредствена близост край някоя измежду основните американски корпорации, и когато статусът и доходът зависеха от конкретна позиция в класическата корпоративна йерархия. Подобни категории обаче имат слабо отношение към конкурентните позиции на американците по света, когато днешните базови американски корпорации се превръщат във фино преплетени глобални мрежи. Някой, чиято работа попада в подкатегория „техническа“ или „търговска“, може всъщност да бъде сред най-добре платените и влиятелни членове на така-

¹ Вж. Alba M. Edwards, *U.S. Census of Population, 1940: Comparative Occupation Statistics, 1870-1940* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1943).

ва мрежа. За да разберем действителните конкурентни позиции на американците в глобалната икономика, ще трябва да въведем нови категории.²

Открояват се три главни категории дейности, съответстващи на трите разновидности конкурентни позиции, в някоя измежду които попада всеки един американец. Сходни категории присъстват при всяка нация. За целите на нашия анализ, ще ги наречем *рутинни производствени услуги*, *персонални услуги*, и *символно-аналитични услуги*.

Рутинните производствени услуги включват всякакви видове повтарящи се задачи, изпълнявани от старите пехотинци на американския капитализъм в предприятието за масово производство. Правят се отново и отново – конкретна стъпка в производството на крайни продукти, обект на световната търговия. Макар че често биват приравнявани с традиционната работа на сините якички, към тях спадат и рутинни контролни функции на мениджърите на ниско и средно ниво – бригадири, началник-смени, началници на отдели и участъци, - които включват повтарящ се контрол над работата на подчинените и съблюдаване на стандартни работни процедури.

Рутинни производствени услуги присъстват на много места в модерната икономика извън старите тежки промишлени отрасли (на които, като на възрастни граждани, се дава по-деликатното не така категорично название „зрели“). Срещат се дори сред блясъка и лустрото на високите технологии. Малко задачи са така по-досадни и монотонни, например, от монтажа на компютърни печатни платки или рутинно компютърно програмиране.

Действително, при все предсказанията на пророците на „информационния век“, бодро предричали изобилие от високоплатена работа дори за хора с най-основни умения, отрезвяващата равностетка показва, че много дейности по обработка на информация попадат в тази категория. Пехотинци на информационната икономика са пълчищата оператори, настанени в „задни стаи“ пред компютърни терминали, свързани със световни информационни банки. Рутинно въвеждат данни в компютъра и ги извличат наново – записи за плащания и покупки с кредитни карти, кредитни отчети, невалидни чекове, досиета на клиенти, кореспонденция с клиенти, ведомости за заплати, болнични листове, досиета на пациенти, медицински разходи, съдебни решения, абонаментни списъци, данни за личен със-

² Понеже повечето информация за американската работна сила следва да бъде извлечена въз основа остарели категории, единствен начин да определим кой в коя от новите категории попада, е да разчленим правителствените данни на първични подкатегории, в каквито те са били набирани, а после да пренаредим подкатегиите според това към коя нова функционална група ни се струва, че конкретен обект принадлежи. За подобна технология, вж. Steven A. Sass, "The U.S. Professional Sectors: 1950 to 1988", *New England Economic Review*, January-February 1990, pp. 37 – 55.

тав, библиотечни каталози и т.н. „Информационната революция” може да е направила някои от нас по-продуктивни, но тя произвежда грамадни купища сурови данни, които предстои да бъдат обработвани по почти същия монотонен начин, по който работниците на монтажните линии, а преди тях текстилните работници, обработваха купища сурови материали.

Рутинните производители като правило работят в компания на много други хора, които вършат същите неща, обикновено в големи затворени помещения. В работата си се ръководят от стандартни процедури и писани правила, като дори техните отговорници биват на свой ред контролирани от хора, следящи рутинно – често с помощта на компютри – какво, колко, и как точно извършват на свой ред и те. Заплатите им се базират или на вложено време, или на количество извършена работа.

Рутинните служители обикновено трябва да могат да четат и да извършват прости изчисления. Главни техни добродетели са интегритет, лоялност и способност да възприемат указания. За това обичайно е достатъчно стандартно американско образование, основано на традиционните ценности в американското училище.

Към 1990 г., рутинната производствена работа обхващаше около една четвърт от работните места на американци, и делът им устойчиво намаляваше. С обработка на метали се занимаваха главно бели мъже; с тъкани, печатни платки и информация – главно чернокожи или испаноезични³ американци, и жени; техни отговорници бяха главно бели мъже.⁴

Персонални услуги, вторият вид работа, която вършат американците, също обхваща прости и повтарящи се задачи. И както рутинните производствени услуги, заплащането на персоналните обслужващи е функция на отработени часове или количество извършена работа; биват надзирани отблизо (както и тези, които ги контролират) и към тях няма предявени по-специални образователни изисквания (най-много: диплома за средно образование или равностойна, и малко професионално обучение).

Съществена разлика между персоналните обслужващи и рутинните производственици е, че *тези* услуги се извършват лице в лице, поради което, принципно, не могат да бъдат продавани на произволна локация. (Персоналните обслужващи, разбира се, може да работят за глобални корпорации. Два примера: През 1988 г., британският Блу Ароу Пи-Ел-Си придоби Менпауър Инк., която осигурява попечителски услуги в целите

³ Hispanics – пуерториканци, имигранти и потомци на латиноамериканци в САЩ, говорещи испански (бел. пр.)

⁴ По-обстойна дискусия на рутинните работи в дадена високотехнологична индустрия, вж. в D. O'Connor, "Women Workers in the Changing International Division of Labor in Microelectronics", в книгата на L. Benerici и C. Simpson (редактори), *Women, Households, and the Economy* (New Brunswick, N. J.: Rutgers University Press, 1987).

Съединени щати. В същото време, датската Ай-Ес-Ес – Еи-Ес (ISS-AS) вече наемаше над 16 000 американци за почистване на служебни сгради в повечето големи американски градове). Персоналните обслужващи са в пряк контакт с крайните потребители на техните услуги; непосредствен техен обект са крайните им клиенти, а не потоци метал, топове плат или структури с данни. Персоналните обслужващи работят сами или на малки екипи. Между тях попадат работещи в търговия на дребно, сервитьори, хотелски работници, портиери, касиери, болнични помощници и санитари, домашни помощници, детегледачи, чистачи по домовете, лични болногледачи, таксиметрови шофьори, секретарки, фризьори, автомеханици, жилищни брокери, стюардеси, физиотерапевти и – сред най-бързо растящите – пазачи и охрана.

Персоналните обслужващи трябва да бъдат точни, лоялни и изпълнителни, подобно на рутинните производственици. За много персонални обслужващи, обаче, е в сила едно допълнително изискване: те трябва да имат приятни маниери. Трябва да подхождат с усмивка и да вдъхват доверие и добронамереност, дори и когато са потиснати. Следва да бъдат учтиви и услужливи дори и към най-непоносимия клиент. На всичко отгоре, трябва да карат отсрещните да се чувстват щастливи и свободни. Не е за чудене защо, по традиция, повечето персонални обслужващи са жени. Културният стереотип за жените като гледачки – в ролята на майки – е разкрил за тях безчет работни места в персоналното обслужване.⁵

Към 1990 г., на персоналните услуги се падаха към 30 процента от работните места сред американците, и броят им растеше бързо. Например, Бевърли Ентърпрайзиз, верига за домашни гледачи, работеща в целите Съединени щати, наемаше почти същия брой американци, колкото цялата Крайслер Корпорейшън (съответно: 115 174 и 116 250) – макар че повечето американци бяха чували къде-къде повече за втората, включително мнението на председателя на управителния съвет на Крайслер. В Съединените щати през 80-те години бяха разкрити доста над 3 милиона *нови* работни места за персонални обслужващи в заведения за бързо хранене, барове и ресторанти. Това бе повече от *целия* брой рутинни производствени места, които все още съществуваха в Америка към края на десетилетието в автомобилната, стоманодобивната и текстилната индустрия, взети заедно.⁶

Символно-аналитични услуги, третата категория работа, включва всички дейности по идентифициране и решаване на проблеми и стратегическо посредничество, които представихме в предходните глави. Както

⁵ За повече по въпроса, вж. Arlie Russell Hochschild, *The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling* (Berkeley: University of California Press, 1983).

⁶ U.S. Department of Commerce, Bureau of Labor Statistics, пазни издания

рутинните производствени услуги (на за разлика от персоналните услуги), символно-аналитичните услуги могат да бъдат продавани по цял свят, което предполага конкуренция с чуждестранни доставчици дори на американския пазар. Те обаче не влизат в световната търговия под формата на стандартизирани предмети. Вместо това те са във вид на манипулации със символи – данни, думи, звукови и визуални представи.

В тази категория анализ влиза идентифицирането и решаване на проблеми и стратегическо брокерство от страна на много хора, наричащи себе си научни сътрудници, конструктори, програмисти, строителни инженери, биотехнологи, аудио инженери, специалисти по връзки с обществеността, инвестиционни банкери, адвокати, специалисти по развитие на недвижими имоти, и дори специалисти по управленско счетоводство. Такава е до голяма степен работата на консултанти по управление, финансови, данъчни, енергийни и архитектурни консултанти, специалисти по управленска информация, и организационно развитие, стратегически плановици, корпоративни плановици и системни аналитици. Символно-аналитични са услугите и на рекламни специалисти и пазарни стратегии, режисьори, архитекти, кинематографи, филмови редактори, художници, издатели, писатели и редактори, журналисти, музиканти, телевизионни и филмови продуценти, и дори университетски професори.

Символните аналитици откриват и решават проблеми и посредничат, манипулирайки символи. Свеждат действителността до абстрактни образи, които могат да бъдат пренареждани, с тях може да се жонглира и експериментира, да се изпращат на други специалисти, и накрая, евентуално, да бъдат преобразувани обратно в действителни обекти. Манипулации се правят с аналитични инструменти, изострени от опита. В роля на инструменти могат да бъдат използвани математически алгоритми, правни аргументи, финансови трикове, научни принципи, психологически идеи от-носно това как да убеждаваме или забавляваме, системи за индукция и дедукция, както и всякакъв комплекс методи за решаване на концептуални енигми.

Някои от тези актове разкриват как по-ефективно да разпределим ресурси или реинвестираме финансови активи, или как умело да спестим време и енергия. Редица манипулации довеждат до нови изобретения – чудеса на техниката, новаторски юридически тълкувания, нови рекламни концепции за убеждаване на хората, че скорошни изобретения са вече жизнено необходими. Трети тип въздействия – със звуци, думи, образи – целят да заинтригуват отсрещните или ги навеждат към по-дълбоки размишления за живота или ситуацията, в която текущо е поставен. Възможни са и актове, целящи користоно присвояване парите на хора, твърде бавни или наивни, неспособни да предприемат ответни манипулации с пре-дохранителна цел.

Както и рутинните производственици, символните аналитици рядко влизат в пряк досег с крайния потребител на своя продукт. Другите страни на техния професионален живот, обаче, са коренно различни от онези, съпровождащи ежедневието на рутинните работници. Вместо под контрола на шефове и отговорници, символните аналитици обичайно работят в партньорски отношения със свои сътрудници. При все, че доходите им често варират, те не са пряко свързани с изразходвано време или количество положен труд и веществен резултат. Възнаграждението им зависи по-скоро от качеството, находчивостта, експертизата и, на моменти, бързината, с които те идентифицират нови проблеми, решават ги, или посредничат при отстраняване на нововъзникнали тесни места. Кариерите им не са праволинейни и не следват предварително установена йерархия; пътищата към все по-висши равнища на отговорност и доходи рядко биват тривиални и добре утъпкани. Всъщност, не е изключено символни аналитици да поемат огромни отговорности и разполагат с огромни средства на доста млада възраст. Съответно, без значение колко високопоставени са към момента, може да загубят власт и доходи в случай, че самодоволни от натрупания до момента опит, загубят способност да подхождат новаторски и с творчество.

Символните аналитици често работят сами или в малки колективи, евентуално свързани с по-големи организации, включително световни мрежи. Колективната работа често е изключително важна. При положение, че нито евентуални проблеми, нито техните решения могат да бъдат определени предварително, честите неформални лични срещи подпомагат пълноценното използване на идеи и открития, както и бързото им преминаване през „киселинен тест“⁷.⁸

Когато не водят дискусия с колеги от екипа, символните аналитици седят пред компютърен терминал – обследват словесни и цифрови казуси, разместват ги, променят ги, вкарват нови понятия и тълкувания, изказват и проверяват хипотези, съставят или замислят стратегии. Заети са дълги часове със срещи и телефонни разговори; още повече време прекарват в реактивни самолети и хотели – консултират, презентират, дават разяснения, сключват сделки. Периодически пускат доклади, планове, проекти, чертежи, записки, скици, тълкувания, сценарии или прожекции, които –

⁷ С английското понятие *acid test*, в случая се визира *критична оценка* (бел. моя)

⁸ Физическата среда, в която работят символните аналитици коренно се различава от обстановката, в която се трудят рутинните производственици или персоналните обслужващи. Символните аналитици обичайно се трудят в тихи, обзаведени с вкус места. Меко осветление, килими от стена до стена, предпочитани бежови и керемидени нюанси. Такава е обичайната среда, дискретно скрита във високи здания от бетон и стъкло или удължени, ниски постмодерни постройки, разположени сред хълмисти склонове, заобиколени от просторни, добре поддържани ливади.


на свой ред – предизвикват лавина от последващи срещи за доизясняване на първоначалното предложение, с цел намиране на консенсус или начин за пускане в ход, назначаване на изпълнител и съставяне на бюджет. Крайното производство обичайно е най-лесен етап. Преобладаваща част от времето и разходите (както и от същинската стойност) отива за концептуализиране на проблема, намиране на решение, и негова крайна реализация.

Болшинството символни аналитици са завършили четиригодишни колежи и университети; много от тях притежават научни степени. Огромно мнозинство са бели мъже, но дялът на белите жени расте; сред тях фигурира и немалък, устойчиво растящ брой чернокожи и испаноезични. Като цяло, на символните аналитици понастоящем се падат не повече от 20 процента от работните места в Америка. Частта американски работници, спадащи към тази категория, нарасна осезаемо от 50-те години насам (по сметки на автора, в средата на века, не повече от 8 процента от американските работници можеха да бъдат класифицирани като символни аналитици), но през 80-те темпото съществено спадна – при все обстоятелството, че определени символно-аналитични занятия (от типа на право и инвестиционно банкиране) напоследък никнат като гъби след дъжд. (На този въпрос ще се върнем по-късно.)⁹

3

Изброените три функционални категории касаят над три от всеки четири работни места в Америка. Сред останалите са фермери, миньори и други субекти, заети с добив на природни ресурси, които заедно обхващат под 5 процента от американската работна сила. Останалите са главно държавни служители (включително учители в държавни училища), заети в държавно регулирани отрасли (като комунални работници) и служители на държавна издръжка (инженери, обслужващи отбранителни оръжейни системи, и лекари, работещи по програми Медикейд и Медикеър¹⁰), повечето от които са защитени от глобална конкуренция.

Определени традиционни категории работа – управленски, секретарски, пласмент и др. – се препокриват с две и повече от споменатите функционални категории. Нека имаме предвид, че традиционната класифика-

⁹ Дефиницията на [Сас](#) () за „професионален работник“ значително се препokrива с тази на автора за символен аналитик (макар че, като ще видим, не всеки символен аналитик е професионалист; паралелно, не всеки професионалист е символен аналитик). Сас констатира, че към 1988 г., професионалните работници обхващат 20 процента от американската работна сила. Вж. Sass, op. cit.

¹⁰ Medicaid и Medicare – държавни програми за здравеопазване в САЩ (бел. пр.).

ция е рожба на епоха, в която повечето видове работа бяха стандартизирани подобно на продуктите, които създаваха. Такива категории са вече ненужни при опит за определяне какво всъщност изпълнява даден човек в своята работа и каква ориентировъчна отплата би следвало да получава в замяна. Само някои от служителките, класифицирани като „секретарки“, например, извършват строго рутинна производствена работа като въвеждане на компютър и извличане на справки с данни. Други „секретарки“ предоставят персонално обслужване, като организиране на срещи, приготвяне и поднасяне на кафе. Трета група „секретарки“ изпълняват символно-аналитични дейности, непосредствено свързани с това, които правят шефовете им. Класифицирането на всички като просто „секретарки“ размива изцяло различните им функции в стопанския живот. Аналогично, занаятие „продажби“ може да касае всяка от разгледаните три функционални групи: някои продавачи просто попълват поръчки и заявки; други отделят много време за персонално обслужване, като поддръжка на машини; трети са изобретателни „откриватели“ на проблеми, досущ като високоплатените консултанти по мениджмънт. „Компютърните програмисти“ (едно от последните допълнения към стандартния списък упражнявани работи) са също толкова разнородни: те могат да извършват рутинно компютърно програмиране, персонално да отстраняват грешки при отделни клиенти, или да имплементират сложни функционални указания в софтуер.

Формалното окачествяване на конкретна категория работа като „професионална“ или „управленска“ също има малко общо с действително изпълняваната от нейния изпълнител функция в рамките на глобалната икономика. Не всички професионалисти са символни аналитици. Множество адвокати прекарват целия си професионален живот в работа, която болшинството хора биха счели за непоносимо монотонна – рутинно оформяне на едни и същи завещания, договори и разводи, отново и отново, придружено единствено от смяна имената на титуляри. Счетоводители машинално провеждат досадни ревизии. Ръководители не правят нищо повече от това да отбележат кои са се явили на работа сутринта, да следят никой да не напуска отреденото работно място, и вечер да заключват канцеларията. (Слушал съм легенди за университетски професори, изнасяли едни и същи лекции тридесет години, дълго след като мозъците им са вече атрофирали, но лично аз не вярвам на подобни приказки.) Никой такъв професионалист не е символен аналитик.¹¹

¹¹ В останалата част на книгата, когато обсъждам символни аналитици, понякога – с цел конкретика – ще се позовавам на адвокати, управленски консултанти, програмисти и представители на други професии, но читателят следва да приеме, че конкретната ситуация не е нищо по-различно от формален опит да представим единствено символно-аналитичната работа, извършвана от съответни професионалисти.

Нито пък всички символни аналитици са професионалисти. В традиционната икономика на масовото производство, „професионалист“ бе човек, овладял конкретна област на знанието. Знанието бе нещо априорно установено – готово за усвояване, - увековечено в прашни томове или кодифицирано в стриктни правила и формули. Когато новак прилежно наизубреше материята и преминеше изпит, потвърждаващ неговото усърдие, автоматично му се присъждаше статус на напреднал – обичайно при добавяща церемония наред с маскарад с делови костюми. На новоизлюпения професионалист се присъждаше право да сложи няколко допълнителни букви пред името си, да закачи дипломата на стената в своята кантора, да членува в професионална асоциация и да посещава ежегодно нейно освободено от данъци мероприятие в Палм Спрингс, както и да преследва клиенти с едва-едва прикрита алчност.

В новата икономика, - преливаща от неясни проблеми, неизвестни решения и неизпитани още средства за определяне на еднозначно съответствие проблем-решение, обаче, - добро владееене на стари области от познанието далеч не гарантира получаването на приличен доход. Още повече: подобно условие няма. Символният аналитик е в състояние да достъпи нужната му информация с натискане на един клавиш. Факти, закони, формули и правила са налични в реално време. Далеч по-важна е способността знанието *да се използва* творчески и ефективно. Притежанието на професионално свидетелство не е гаранция за присъствие на такава способност. Възможно е дори професионалното образование с акцент върху механично трупане на знания за сметка на оригинални идеи да ликвидира творчески подход тепърва.

4

А как символните аналитици описват стореното от тях? Трудно. Статусът, влиянието и доходът на един символен аналитик нямат пряка връзка с официалния му ранг или титла, поради което работата му често изглежда тайнствена за хора извън инициативната мрежа, незапознати с действителната му функция в нейните рамки. И доколкото символният анализ включва процеси на мислене и комуникация, а не процеси, познати от материалното производство, същността на работата често е трудна за стандартно обяснение. Отговаряйки на въпроса: „Какво прави днес, мамо (или тате)?“, не е особено педагогично или поучително да отвърнем, че сме прекарвали три часа на телефона, четири часа по срещи, а през останалото време сме запали екрана на компютъра в опит да разрешим заплетена загадка.

Някои символни аналитици са се скрили зад сериозни титли без някакъв особен смисъл, но звучащи така, като че ли действително придават

авторитет в конкретна област. Досегашните йерархии се рушат, но на тяхно място възникват езикови идиоми, увековечаващи доказалия се с времето постулат: „титлата е статус”.

Следва примерен образец. Вземете един термин от втората колона, добавете го към някой от третата, и после закачете двата заедно към кой да е от първата колона. Ще получите работно място, което твърде вероятно (но не и непременно) е заето от символен аналитик:

Инженер	(по)	Комуникационен	Мениджмънт
Директор	(по)	Системно	Планиране
Проектант	(по)	Финансово	Технология(и)
Координатор	(по)	Творческо	Развитие
Консултант	(по)	Проектно	Стратегия
Мениджър	(по)	Бизнес	Политика
Съветник	(по)	Ресурсно	Приложения
Плановик	(по)	Продуктивни	Изследвания

Въпреки „плоската” организация на високостойностното предприятие, налице са тънки разлики в ранговете на символните аналитици. Реалния статус, общо-взето, е обратно-пропорционален на дължината на името на дадена позиция. Два термина означават някаква степен на авторитет. (Терминът от втората или третата колонка се изпуска, като остава по-проста и елегантна комбинация, от вида: „Инженер на проекта” или „Творчески директор”.) На най-централните символни аналитици, издигнали се отвъд обикновена техническа компетентност и упражняващи съществено влияние сред себеваните в мрежата, се полага височайша чест – титла, съдържаща звание от първата колона, предшествано от височайша титла Старши, Ръководен, Главен или Отговорен. Човек става „Главен продуцент” или „Отговорен проектант” не поради времето, прекарано във вярна служба или безгрешно следване на правила, а вследствие особени умения в откриване, правилно структуриране, и решаване на нововъзникнали проблеми.

Преди години, амбициозните и компетентни млади хора изкачваха стъпалата на кариерата с удобна предсказуемост. Ако влезеха в основна корпорация, започваха като, да речем, втори помощник на вицепрезидента по маркетинг. След около пет години израстваха до първи помощник вицепрезидент по маркетинг, а оттам – напред и нагоре. Ако бяха започнали в юридическа фирма, консултантска група или инвестиционна банка, щяха да стартират като младши сътрудник, след пет до осем години

сяха да се издигнат до сътрудник, после до старши сътрудник, ръководен сътрудник, и накрая – на небето.

Никое от тези предсказуеми стъпала не изискваше оригинално мислене. Всъщност, твърде творческо или критично въображение можеше дори да бъде опасно за хода на кариерата, особено ако извеждаше на бял свят въпроси, като: „Не работим ли по погрешна задача?“, или „Защо правим това“, или най-опасния от всички: „Защо съществува нашата организация?“ Най-безопасна пътека в кариерата бе сигурната, а най-сигурната бе достатъчно добре утъпкана от нашите предшественици, така че нямаше как да сбъркаме.

Естествено, винаги има тихи и спокойни организационни вирове, където напредъкът в кариерата е последователен и предсказуем. Все по-малко амбициозни млади хора-късметлии обаче скачат в тях, или въобще се впускат да следват утъпкани кариерни пътеки. Просто не желаят. В зараждащата се глобална икономика и най-реномирана организация бива подложена на конкуренция в световен мащаб, ако използва лесно повтаряеми методи и процедури. Единственото действително конкурентно предимство се заключава в умение да се откриват, структурират и решават нови проблеми.

Отстъпление за символния анализ и пазарните стимули

Редно е да отправим още една, последна, забележка относно символния анализ, макар че читателят, търсещ повече съспенс, би могъл спокойно да премине към следващата глава. Тук правим кратка пауза, за да разгледаме обществените ползи от символния анализ, и как съществените идеи на символните аналитици могат да бъдат впрегнати в полза на общественото добруване.

Откриването и решаването на проблеми, и посредничеството, често създават значително богатство за отделни субекти, без съответните услуги да имат неизменен обществен принос. Понякога, разбира се, са налице еднопосочни интереси на отделни членове и нужди на обществото като цяло: диагностика и откриване на нови лекарства за смъртоносни болести; знакови музикални произведения, изпълнявани и разпродавани сред милиони признателни слушатели; по-евтини, бързи, безопасни и удобни автомобили. В други случаи, обаче, символните аналитици просто увеличават нечие богатство, ощетявайки други хора; или крайният ефект е намаляване на общото благосъстояние. Символен аналитик, открил нов, неизползван досега начин за приложение на естествени горива или неразградима биологическа пластмаса, например, при все богато възнаграден, може би спомага за лишаване на бъдните поколения от чиста околна среда, на каквато са се радвали техните предци.

Дори в традиционната икономика на масовото производство, нововъведенията, естествено, понякога имаха последици за хора, непряко свързани с тях. Периодически ефектът бе благоприятен: локомотивите разнасяха зърно на хиляди мили към хора, които иначе не разполагаха с толкова евтини източници на транспорт. Някои странични ефекти обаче далеч не бяха благоприятни: локомотивите причиняваха пожари в прерията. Когато високостойностното предприятие измести масовото производство, се проявяват все повече и по-съществени възможности за нововъведения, подобряващи ежедневието на хората, но не по-малка е вероятността от поява на новости, снижаващи общото качество на живот. В съвременния свиващ се свят с ускорено променяща се икономика, подобни полезни и вредни странични ефекти се интензифицират застрашително. Една нова

ваксина защитава милиони деца; авария на атомна електроцентрала може да отрови средата за живот на не по-малко хора.

Какво бихме могли да сторим с цел символните аналитици да прилагат творческата си енергия в правилна посока? Митичната надпревара между свободен пазар и държавна намеса ни принуждава или да пренебрегваме заплашителните странични ефекти от икономическата дейност, или да разчитаме на безброй правителствени директиви в подкрепа на благоприятния ефект и ограничаване на зловредните последствия от дейността на аналитиците. Всяка от тези алтернативи – изцяло пазарни принципи или упование в правителствени директиви – вещае злоупотреби и неефективност. Правилен подход е да организираме пазара по начини, мотивиращи символните аналитици да търсят средства в полза на човечеството, нанасящи най-слаби вреди.

2

Идеята за „свободен пазар“ извън предпоставящите го закони и политически решения, е чиста проба научна фантастика. Пазарът не е творение на Господ в някой от първите шест дни (поне не непосредствено), нито следва Божията воля. Той е следствие от човешка дейност, променлива обща сума от набор съждения относно индивидуални права и отговорности. Кое е мое? Кое е твоё? Кое е наше? И как да дефинираме и да се справим с действия, нарушаващи наложени ограничения – кражба, насилие, измама, изнудване или нехайство? С какво можем да търгуваме, и с какво не е редно? (Опиати? Секс? Избиратели? Деца?) Как да наложим контрол и какви наказания следва да се налагат при нарушение? Формулирайки и трупайки отговори на тези въпроси, една нация създава свой вариант на пазара.

Набраните отговори не са следствие единствено от логика или анализ. Различни нации, по различно време, са им отговаряли по различен начин. Решенията произтичат от ценностите, които обществото изповядва, от тежестта, която то придава на добродетелите солидарност, просперитет, традиции, вяра в Бог, и т.н. В съвременните държави, правителството е основен инструмент, с чиято помощ обществото формулира, обсъжда и налага норми, регулиращи пазара. Съдии и законотворци, наред с правителствени чиновници и администратори, до безкрай префасонират и нагаждат правилата на играта – често мълчаливо, обичайно непреднамерено, и винаги под бдителното око, понякога и направлявани от крепка ръка на интереси с явен залог в резултатите от отделни решения. Доколкото риториката представя проблема като съдбоносен избор между правителството и пазара, те скрива присъствието на редица привидно недотам ре-

шаващи алтернативни начини за съставяне на закони за собствеността и размяната.

„Дерегулация” – понятието, отбелязало своята кулминация в края на 70-те и през 80-те години, бе широко използвано като израз на решителен завой към свободен пазар, ненакърнен от държавна намеса. Деререгулацията всъщност трябваше да представлява единствено промяна в естеството на държавна намеса – от пряко разпореждане със стопански активи, към създаване и поддържане на нови пазари. Към 1990 г., авиотранспортът в Съединените щати бе дерегулиран така, че Съветът по гражданска авиация¹ вече не даваше заключения по въздушните такси и маршрути. Превозвачите вече можеха да се конкурират с цени и услуги – за радост на пътниците и символните аналитици, наети от авиолиниите с цел да се възползват от новите възможности за създаване на пионерски продукт.

Новата реформа, обаче, не спести на правителството отговорността за авиационния пътнически бизнес; тя само преразпредели отговорностите. Правителството вече бе натоварено да организира нов пазар, чието развитие предполагаше всевъзможни решения: при какви условия следва да се забрани сливане и изкупуване на авиокомпаниите в евентуален ущърб на конкуренцията? Как трябва да се разпределят коридорите за кацане в летищата между конкурентните авиокомпаниите? При какви условия авиопревозвачите могат да получават достъп до компютърната система за резервации на свои конкуренти? Как най-добре да се процедира с все по-пренаселеното въздушно пространство?

Идеологическият акцент единствено над *дерегулиране* на авиолиниите, обаче – върху митичния противовес държавен контрол/свободен пазар – принуди политиките да недоглеждат отговорностите по създаване и оперативен контрол на този нов пазар. В резултат, пътническите авиопревози се концентрираха в ръцете на относително малък брой крупни превозвачи, и конкуренцията по летищата замря. Цените на превозите скочиха. Освен това, с увеличаване броя пътници и полети от и към транспортните съоръжения, рисковете от злополуки нараснаха. Наложиха се правителството да инвестира в нови системи за контрол на въздушното пространство, да разшири проверките за сигурност, и да реорганизира стимулите в отрасъла, с което да гарантира нужната степен внимание. Всичко това подтикна някои да заговорят за нужда от „регулиране” на авиолиниите. Подобен вариант, обаче, би бил неуместен в конкретния случай. Символни аналитици и новият дерегулиран авиационен отрасъл се възползваха от всяка възможност, до която можеха да се доберат, за да печелят повече. Усилията им могат да подобрят общественото благосъстояние, но само в условия на правилно организиран пазар.

¹ Civil Aeronautics Board (бел. пр.)

Контролът на въздушното замърсяване е друг нагледен пример. След приемане на Закона за чистия въздух² през 1970 г., правителството на САЩ емитира планина от постановления, в които се указваха максимално допустимите концентрации замърсители на въздуха навсякъде в Съединените щати, и какво количество въздушнопреносими замърсители може да изпуска всяко от десетките хиляди промишлени съоръжения. Бяха събрани и анализирани огромен обем данни, но дори и в резултат от това, правителството съумя да издаде само монотонни недъгави регламенти за цели отрасли и райони. Еднообразните правила вероятно биха били пригодни за масово стандартизирано производство; те обаче не отчитаха специфичните норми и отклонения, към които се стремяха високостойностните предприятия. Нито пък даваха на символните аналитици някакъв стимул да търсят нови начини за по-рентабилно намаляване на замърсителите.

Апологетите на свободния пазар (а така също немалко асоциации и големи компании) прокламираха в хор, че понеже разходите по внедряване на Закона за чистия въздух далеч надхвърляли непосредствените ползи, ограниченията следва да се занижат. Защитниците на околната среда (и, ако се доверим на проучванията, преобладаваща част от американската общественост) не бяха съгласни. Спорът се завъртя около цената на чистия въздух, съотнесена спрямо загубите от прилагане на мерките. Поставен по такъв начин, спорът измести изключително важна насока за търсене: Как би могло правителството да организира по-добре пазара, с цел да поощри високостойностно производство и да стимулира аналитици да измерят начини за осигуряване на възможно най-чист въздух на приемлива социална цена? Такъв начин за формулиране на спора би благоприятствал изнамиране на система гъвкави критерии за замърсяване. Подобни разрешения – съобразно максимално допустимо замърсяване за даден район – биха могли да бъдат купувани и продавани от замърсителите, позволявайки по този начин на всеки да реши кое му е по-изгодно предвид собствените му специфични условия: да спре замърсяването или да плаща за разрешение. Подобна система би запазила чистия въздух, превърляйки болшинството разходи за опазване на околната среда върху предприятията, които най-евтино контролират замърсяването. Би стимулирала и символните аналитици да развиват по-ефективни и ефикасни методи за пречистване.³

Абдикацията на държавата от отговорността да формира пазари често има скъпи последици. В началото на 80-те години, поддръжниците на

² Clean Air Act (бел. пр.)

³ През 1990 г., Конгресът и администрацията на Буш започнаха такъв опит, макар че когато пиша тези редове, опозицията срещу него бе достатъчно силна да постави бъдещето на целия проект под съмнение.

свободния пазар решиха, че най-удачен начин да бъдат подпомогнати националните спестовно-кредитни банки в конкуренцията с други кредитни институции, бе да им се разреши да инвестират спестяванията на своите вложители по свое усмотрение. Устремени към *дерегулация*, обаче, политиките разглеждаха пазара едностранчиво. След като държавата също бе обезпечила вложителите срещу загуби, символните аналитици, оглавяващи спестовната и кредитна дейност, можеха само да спечелят и нищо не губеха от развихрилата се спекула. Очакваният резултат се изрази в разход за американските данъкоплатци, който в него момент, съдейки по всичко, надхвърли 300 милиарда долара.

Същинският избор отново не се състоеше в избор между свободен пазар и централизиран контрол. Политиките, фактически, бяха изправени пред казуса как най-добре да защитят вложителите, в същото време разрешавайки на спестовно-кредитните банки да печелят. Погледната по този начин, ситуацията допускаше да се прибегне до редица разумни варианти. Един от тях би бил да се предостави на банките по-голяма свобода да инвестират вложените средства, като едновременно се снижи държавната гаранция върху влоговете, при което от банките се изиска да информират надлежно вложителите за рисковете, на които сега биха били изложени техните пари.

3

Никъде митичната мощ на свободния пазар не е по-отчетливо осезаема и по-отявлено защитавана, отколкото на Уол Стрийт и в неизброимите финансови и юридически свързани с него институции. Тук символните аналитици бяха най-слабо ограничавани. Таксите за брокерство бяха дерегулирани в средата на 70-те години; много от ключовите американски корпорации можеха да замаскират тревожен упадък зад параван от финансови манипулации. Паралелно с това, бързото и безпрепятствено движени на парични средства разкри нови, небивали, възможности за последващи финансови и правни нововъведения. Комисията по ценни книжа и борсови операции⁴ и други законодатели не можеха да насмогнат на наложеното темпо.

Адвокати, инвестиционни банкери, арбитражни и фючърсни търговци⁵, редно е да отбележим, играят потенциално ценна роля в една зряла икономика, предоставяйки гаранция че активите биват вложени по най-полезен и продуктивен начин. В него смисъл, те се явяват диспечери на въздушното движение на модерния капитализъм – насочват маршрута на парите, обикалящи света, и им помагат да кацат меко и безопасно там,

⁴ Securities and Exchange Commission – бел. пр.

⁵ Futures trade – фючърсна търговия (борсова търговия по срочни сделки) – бел. пр.

където са най-необходими. Ако, обаче, огромната енергия на такива символни аналитици не бъде правилно канализирана към тази им социално значима функция, те могат да причинят множество злини. Отсъствието на ограничения предполага неограничена възможност за краткосрочни спекулативни машинации, наричани от математическата теория „игри с нулева сума“ – където печалбата за един е загуба за друг. Подобно на проектантите на сложни военни оръжейни системи, получаващи царски суми за опити да надхитрят създателите на други сложни военни оръжейни системи, символните аналитици, продаващи финансови и правни услуги, могат да натрупат несметни богатства чрез бързо маневриране и взаимно надлъгване.

Не отсъстват варианти за привеждане в ред на целия този хаос. Познати са много начини за организиране на финансовите пазари така, че печалбите от подобни игри да бъдат сведени до минимум, запазвайки премията за финансово посредничество. Данъците за нарастване на капитала, например, могат да бъдат съществено увеличени за краткосрочни портфейли ценни книжа, и намалени при дългосрочни вложения, като по този начин бъдат възнаградени търпеливи добросъвестни инвеститори. Може да бъде наложен и малък трансферен данък върху продажбата на всеки пакет акции, с която спекулативните схеми да станат по-малко доходни. Трети вариант: Ликвидираме лихвените облекчения на заеми с цел закупуване на ценни книжа; транзакциите, носещи реални печалби, би следва да са достатъчно атрактивни, за да продължат да съществуват и без таква допълнително данъчно подслаждане. Адвокатите също би следвало да бъдат ограничени откъм спекулативни екстри, като се поставят лимити на условните възнаграждения⁶, каквито те биха могли да получават от водене на дело по такива видове финансови транзакции. Не бе предприета никаква от изредените стъпка, нито някаква друга въобще. Предсказуемият резултат бе огромни частни печалби, съпътствани от израждане на правните и финансови институции.

Отчетливи са ударът и ответната реакция с користна цел. Всеки ловък правен аргумент среща още по-ловък отсрещен довод, всеки гениален финансов ход – още по-гениален, ответът при всеки опит за набиране на последна пазарна информация са средства за още по-бързо нейно придобиване. Ескалацията няма край: съдебните изложения са още по-обемисти; количеството досиета, показания и разпити – все пореспектиращо. Финансовите уловки стават все по-сложни, компютрите и софтуерът в търговските канцеларии – по-мощни и скъпи. Клиентите, междувременно, се чувстват длъжни да харчат все повече, за да усетят почва под краката, или поне да се предпазят от скъпо поражение. От со-

⁶ Възнаграждения съобразно изхода на делото (бел. пр.).

циална гледна точка, подобни разходи са прахосани ценни средства. Бихме били по-успешно общество, ако преустановим надпреварата и обявим примирие, пренасочвайки поне временно ценните таланти на символните аналитици от местене на обществени блага от нечий джоб в друг, към повишаване всеобщото добруване на нацията.

Пазарни участници, подпомагащи протичането на новия тип транзакции в съвременната икономика, се ръководят от принцип, диаметрално противоположен на класическия закон за търсенето и предлагането: колкото повече предлагат, толкова повече се търсят техните услуги. Подобно на балистична ракета, носеща водородна бомба, първичната експлозия поражда колосален взрив; самата им достъпност предполага те да бъдат използвани и принуждава всички останали пазарни участници да ги купуват и прилагат. Не е случайна приказката за гладувания без клиенти самотен адвокат в малък град в Кентъки. Стратегията му – да докара още един адвокат в града – е крайна сметка прави и двамата богати.

Има още една причина, поради която предлагането на такива символно-аналитични услуги само генерира съответно търсене. Адвокатите, инвестиционните банкери, и финансовите съветници са между избрана група доставчици на услуги (съвместно в автомеханиците и лекарите), които уведомяват клиентите от какво имат нужда, а после, след като решението е взето, задоволяват нуждата. Подобно съчетание обуславя очевидни възможности за користо предоставяне на услуги свръх това, което неподозиращ клиент иначе би счел за необходимо. И понеже на адвокатите е прието да се плаща съобразно обема на делото, а на финансистите – според финансовото изражение на транзакцията, немалко са стимулите за надценяване на извършената работа. Каноните на професионалната етика, разбира се, пресичат по-масови форми на измама. В навечерието на люта битка, обаче, разпалени юридически и финансови съветници нерядко недвусмислено наставляват своите клиенти да се въздържат от прекомерна срамежливост.

Във време, когато американският бизнес става част от глобалната икономика, още повече се засилват възможностите за провеждане на правни и финансови манипулации. С всяко покачване или спад на лихвени проценти и валутни курсове, огромни маси пари преминават държавните граници в търсене на по-висока доходност, повличай нагоре или сгромолясвайки цените на акции и облигации със смайваща скорост. Подобно непостоянство е мечта за спекуланта. Хиляди символни аналитици с очи, вперени в компютърния екран, се мъчат да се надхитрят един друг, долавяйки с част от секундата по-рано покачване или спад на финансовите пазари и в резултат трансферирайки насам-натам свои (или на техен клиент) пари, преди болшинството от останалите да са сторили същото. Въззове от адвокати седят в бойна готовност да помогнат за рефинанси-

пане, реструктуриране и реорганизация на финансови субекти, оказали се прекалено бавни, да оспорят претенциите на друг, оказал се по-бърз, или да оспорят разпределението на паднали от небето печалби или ненадейни загуби.⁷

4

Правният и финансов символен анализ се превърна в съществен източник на доходи за растящ брой американци, и в национално развлечение за много други. През 1971 г., приблизително 343 000 американци предлагаха правни услуги; към 1989 г. броят им скочи на малко над милион (трикратно). За същия период, населението на Америка порасна само с 20 процента. Както може да се очаква, при това множество адвокати, залягащи над работата си, броят дела също скочи по-бързо от количеството население, а броят заплахи за завеждане на дело хвъркна до небесата, при което извънсъдебните споразумения станаха почти толкова чести, колкото разводите. Към 1990 г., американските юридически къщи печелеха 73 милиарда долара, при което доходите им нарастваха с над 10 процента годишно⁸, нареждайки правото сред най-населените и доходоносни отрасли в държавата. Подобен ръст се наблюдава и сред инвестиционните банкери, финансовите съветници, арбитрите, и брокерите – макар че сривовете на фондовата борса от 1987 и 1989 г. снижиха незначително този тренд. Между 1979 и 1987г., заетостта на Уолстрийт се удвои от 182 000, на 364 000. Дори след срива на борсата – отпъдил хиляди дребни инвеститори и накарал фондовите посредници да съкратят своя състав, - за Уолстрийт все още работеха повече американци, отколкото в производството на стомана.

Движението на финансови активи, разбира се, върви в крак с броя адвокати и банкери, които го обслужват. През цялата 1960 г., всичко 776 милиона акционерни дяла бяха продадени на Ню-Йоркската фондова борса – около 12 процента от дяловете в обръщение – като всеки от тях е бил държан средно осем години. Към 1987 г., на гребена на бума, 900 милиона дяла се предаваха от ръка на ръка всяка *седмица* и в резултат 97 процента от дяловете в обръщение бяха продадени в рамките на година. В числата не бяха включени новите спекулативни финансови инструменти, като -опции⁹ и фючърси¹⁰, които сменяха своя притежател пет пъти по-

⁷ За по-задълбочен анализ на допълнителните разходи по финансови транзакции, вж. L. и W. Summers, "When Financial Markets Work too Well: A Cautious Case for a Securities Transactions Tax", National Bureau of Economics Research, February 28, 1989

⁸ Годишни проучвания на юридическите фирми и нивото на заплащане в тях се публикуват в The American Lawyer.

⁹ Index option – преимуществено право на сделка

¹⁰ Futures – вж. забел. 5 (бел. пр.)

бързо от акциите и бяха държани средно за по няколко часа или дни. Съвсем незначителна част от тези транзакции представляваше нов капитал. Почти всички акции и книжа просто рециркулираха – все по-бързо и по-бързо.

Не е странно, че паралелно растяха и заплатите. През 1990 г., най-големите юридически фирми в Ню Йорк, Вашингтон, Атланта, Чикаго и [Сан Франсиско](#), платиха на всеки от партньорите си между 300 000 и 1 милион долара. По-малките фирми в по-малки градове предлагаха по-малки, макар и прилични, шест цифрени суми. Партньорите в най-големите къщи за ценни книжа, междувременно, трябваше да се задоволят с годишни премии, скандално скромни в сравнение с дните на разцвет преди 1987 г., но все пак от приличния порядък на половин милион долара. През 1987 г. комисионните и другите разходи за търговска дейност достигнаха 25 милиарда долар – над една шеста от всички доходи на корпорациите за нея година.¹¹ Дори зад строгите манастирски стени на академични учреждения, където професори никога не падаха толкова ниско да коментират своето възнаграждение, веждите се повдигаха в почуда при разкритието, че колегите, преподаващи финанси, получават заплати, четири пъти по-големи от редови ренесансови учени - лауреати на почетна пенсия.

Дори финансовият пазар да претърпи по-сериозен катаклизъм, няма особени причини за тревога сред неговите участници. Към 90-те години, адвокати, финансисти и борсови играчи имаха готовност да спечелят още по-големи суми, изправяйки вредите, нанесени от самите тях през 80-те. Малко дейности са по-доходни от помощта за други, когато те са в затруднено положение - особено предвид печалбите, очакващи благодетеля при последващо оживление на пазара. Когато не бяха прекалено ангажирани с „финансово реструктуриране“, „разработка“ и прочие операции с евфемистични имена за подпомагане на фирми да се разминат с банкрута, обитателите на Уолстрийт тържествено трупаха фондове за „де-левъридж изкупуване“¹², замислени да компенсират стореното по време на бума – този път да намалят дълговото бреме и да увеличат броя акционерни дялове. Очакваше се облигациите на банкрутирали компании да могат да се купят за малка част от номинала, като за другите кредитори се пуснат нови дялове. Реструктурираните наново дружества можеше после да бъдат продадени със значителна печалба. През 1990 г., [Ар-Джей-Ар Набиско](#)



) задели от бюджета си 250 милиона долара за предстоящи такси на инвестиционни банки, финансови съветници и адвокати, които щяха да

¹¹ Securities Industry Association, 1989

¹² “Deleveraged” buyout – обратно на leveraged buyout, вж. заб. 13 към глава 6 – бел.пр.

помогнат на компанията да рефинансира гигантския си дълг. През това време, най-процъфтяваща сфера на корпоративната юридическа практика бяха фалитите. Управляващият съдружник на фирмата, която съветваше Дрексел Бърнъм Ламберт в големите му процеси по фалитите през 1990 г., представи въпроса с практически термини: „От гледна точка на инвестиционните банкери [и адвокати], които осъществиха сделките ... те вече нямат такава работа. Така че вече са от другата страна на склона и реструктурират дълг, който не може да бъде изплатен. Това е начин да използват талантите на персонала.”¹³

Социалната цена на подобна разточителност се разпростира далеч отвъд таксите, заплащани пряко за такива услуги. Най-напред: загуба на таланти: символно-аналитични умения за адвокати и финансисти биват отклонени от друга, може би по-смислена цел, на която иначе биха се посветили. Второ, недоверието, което тези дейности сеят сред хора, чието сътрудничество е определящо за високостойността на производството. Разбира се, недоверието не може лесно да бъде измерено; налице са обаче неявни сигнали за неговото равнище. Високодоходните и високорискови „кухи” облигации, финансирани прословутото 25-милиардно левъридж-изкупуване на Ар-Джей-Ар Набиско през есента на 1988 г., например, намалиха стойността на облигациите, държани от обикновените кредитори на Ар-Джей-Ар Набиско, като направиха цялата компания по-уязвима от фалит. Понеже обикновените притежатели на облигации не бяха договаряли конкретния допълнителен риск, те загубиха приблизително 1 милиард долара. Тази загуба не бе особена грижа за символните аналитици, оформили сделката; това, което сториха, бе безусловно печелившо в рамките на кратък период, и напълно законно (никой закон не забраняваше подобен ход, защото никой не беше предполагал, че може да се случи). Но – и в това е въпросът – всички *бъдещи* кредитори на американски корпорации тепърва ще си отварят очите на четири. Корпоративните облигации ще включват автоматично осигурителна полица, предпазваща купувача от подобен трик. От бъдещата стойност на тази осигуровка – и на адвокатите и финансистите, които са я измислили, както и на мениджърите и персонала, които я прилагат – ще отпадне първо това, което Ар-Джей-Ар Набиско спечелиха от манипулиране на редовите свои притежатели на облигации.¹⁴

¹³ Цит. съобр. Robert J. McCartney, “Wall St. Restructuring Lemons into Lemonade”, *Washington Post Weekly Edition*, March 26 – April 1, 1990, p.20

¹⁴ По този повод, адвокатите, представляващи притежателите на облигации от Ар-Джей-Ар замислят още една нова правна формула, за да поддържат обвиненията срещу акционери, продали своите дялове в транзакцията. Формулата, наречена „измамно прехвърляне”, никога не е била изпитвана подобавашо в съда за този вид транзакции и, вероятно

Всеки вярващ, че американската икономика, или американското общество все пак, като цяло, е спечелило от нарастващия брой адвокати и финансисти, заобиколили ни отвсякъде, трябва да е или адвокат, или финансист. Останалите от нас имат основания да се съмняват. Хилядите нови адвокати не ни донесоха повече справедливост; легионите финансисти не ни дадоха по-производителна икономика. Западноевропейците и източноазиатците, чиято производителност растеше отчетливо по-бързо от американската в последните десетилетия, избегнаха воденето на дела и финансови манипулации без някакъв забележим спад в стандарта на живот.

Към началото на 90-те години американците, занимавали се с анализ и манипулиране на правни и финансови символи, деловито разшириха сферата на своите услуги зад граница. Японци, западногерманци и англичани (дълго време предлагали на света собствените си, доста консервативни, финансови консултации) бяха особено нетърпеливи да опознаят тези услуги и да научат модерните символно-аналитични методи, залегнали зад тях. Може би не бяха успели да забележат масовото отдръпване от подобен род услуги в Америка. Или са вече жертва на пъкления заговор, забъркан от политиците във Вашингтон с цел да подобрят относителната конкурентоспособност на американците чрез запущване вените на европейската и азиатска търговия със същата правно-финансова атеросклероза, обременила Съединените щати. По-вероятно е да са станали жертва на изкупление подобно на това, прилагано от търговците на оръжие по цял свят. Ако други са готови да платят за такова скъпо въоръжение и го правят, то трябва да си заслужава цената. А защитата в един толкова военизиран свят изисква и ние да правим същото, които всички правят.

Американските доходи

Дойде ред да направим обобщение. Моето твърдение дотук е, че икономическото благосъстояние на американците (или в тази връзка, на всяка друга група хора от една социална общност) вече не зависи от печалбите на притежаваните от конкретната група корпорации, нито от мощта на техните индустриални отрасли, а от стойността, която те добавят към глобалната икономика чрез своите умения и творчески идеи. Все повече именно работата, която вършат американците, а не успехът на абстрактни общности като корпорации, отрасли, или национална икономика, определят техния стандарт на живот.

В хода на изложението изказахме предположение, че американските работни места (професии) могат да бъдат групирани в три общи категории, с цел оценка на това, което добавят към глобалната икономика. Това са рутинни производствени услуги, персонално обслужване, и символно-аналитични услуги. Заетите във всяка категория имат ясно обособена конкурентна позиция в глобалната икономика. В крайна сметка отбелязахме, че икономическите съдби на американците започват да се разминават. Някои се чувстват като у дома си в глобалната икономика, други – далеч не толкова добре. Сега ще обсъдим на какво се дължи това разминаване.

2

Данните за разпределението на американските доходи не са лишени от разминавания. Както всички данни, те могат да бъдат интерпретирани в известен смисъл тенденциозно, съобразно теглата, които приписваме на куп други изменения, протичащи паралелно, съгласно годините, избрани за измерване, както и според начина, по който сме провели измерванията. Почти всеки ще се съгласи, обаче, че тенденцията, поне от средата на 70-те години, е към растящо неравенство.¹

Взимайки под внимание броя членове в семейство, географско местоположение и други разлики, най-добра оценка – цитирана по-горе – е, че между 1977 и 1990 г., средният доход на най-бедната една пета от амери-

¹ Измежду първите изследователи, представили тенденцията, бяха Bennett Harrison и Barry Bluestone. За обобщение на техния анализ, вж. книгата им *The Great U-Turn* (New York: Basic Books, 1988).

канците спадна с около 5 процента, докато най-богатата една пета стана с около 9 процента по-заможна. През тези години, средните доходи на най-бедната една пета от американските *семејства* спаднаха с около 7 процента, докато средният доход на най-богатата една пета американски семејства нарасна с около 15 процента. Това остави най-бедната една пета от американците през 1990 г. с 3,7 процента от общия национален доход – спада под 5,5-те процента отпреди двадесет години – най-малката част, която те бяха получавали от 1954 г. И това остави на най-богатата една пета малко повече от половината национален доход – най-голямата част, достигана някога от горните 20 процента. Най-горните 5 процента разполагаха с 26 процента от общия национален доход – друг своеобразен рекорд.²

Представете си симетрична вълна, най-висока в средата и постепенно спадаща надолу и навън към двата си края, докато се слее с хоризонта. През 50-те и 60-те години, разпределението на доходите в Съединените щати наподобяваше именно подобна вълна. Повечето американци попадаха в средата на вълната, радвайки се на средни доходи. По-малко американци попадаха встрани – или много бедни, или крайно богати. Счита се, че средата на 70-те години, обаче, гребенът на вълната тръгна към победния край, като тенденцията рязко се засили през 80-те. Средата започна да спада, понеже намалѐ делът американци със средни доходи, а краят – представящ най-богатите американци – почна да се удължава, защото богатите ставаха много, много по-богати.

Тенденцията не бива да бѐде надценявана. Някои изследователи, избирайки различни години и използвайки различни измерители, намират, че разминаването е малко по-слабо изразено. Но, общо взето, тенденцията се запазва. Налице е сериозно основание да считаме, че това не е временно отклонение, и че пропастта, ако нещата продължават в същия дух, ще продължи да се разширява.

² Екстраполациите за 1990 г. са основани на Текущо проучване на населението, провеждано от Бюрото за преброяване на САЩ всеки месец; годишният сондаж на данѐчните постѐпления е съгл. Статистика на доходите и Проучване на потребителските разходи, провеждано всяко тримесечие от Бюрото за статистика на труда. Вж. Congressional Budget Office, “The Changing Distribution of Federal Taxes, 1977 - 1990”, U.S. House of Representatives, Ways and Means Committee, February 1987; също “Tax Progressivity and Income Distribution”, U.S. House of Representatives, Ways and Means Committee, March 26, 1990.

3

Налице са множество обяснения на тенденцията към неравенство в доходите. Някои обвиняват данъчната система. През 80-те, отчисленията за социални осигуровки на база работна заплата, щатските и местни данъци върху оборота и т.нар. потребителски такси, като такава за ползване на магистрали и вода, вкупом нараснаха. Тези видове данъци невъзвратимо изземват по-голяма относителна част от доходите на бедните, отколкото на богатите.³ Данък социални осигуровки върху фонд работна заплата, трябва да напомним, играе роля, противоположна на данък общ доход. Вместо да изключва ниските доходи, той изключва високите. Данък следва да бъде платен още върху първия спечелен долар, но до определен таван (51 000 долара, сметено към януари 1990). Над тавана годишни вноски не са дължими. (Майкъл Майкъл, прочутият банкер, известен както с измислянето на „кухата облигация“, така и със спечелването на 550 милиона долара през 1987 г., изпълни своите задължения към Социално осигуряване⁴ към 12.42 ч. по обяд на 1 януари). Социално осигуряване изключва и инвестиционни доходи, като лихви и нарастване на капитала. Между 1978 и 1990 г., облагането със социални осигуровки върху дохода нарасна с 30 процента. Докато то растеше, делът федералните постъпления от со-

³ През 1979 г. за щатски и местни данъци върху оборота отиваха 6,1 процента от доходите на най-бедната една пета от американците и 7,8 процента от доходите на най-богатата една пета. Към 1990 г., товарът се премести: най-бедната една пета плащаше 7,1 процента от своя доход под формата на щатски и местни данъци върху оборота, а най-богатата една пета – само 2,5 процента. Данните са екстраполирани за 1990 г. съгл. модел за състоянието на щатските и местни данъци върху оборота между 1979 и 1984 г. *Urbane Institute, Washington, D.C., 1986.*

Трябва да споменем лотариите, спонсирани от правителството, чрез които гладните за данъци щати извличат все по-голяма част от своите постъпления. И тук разпределението е обезпокоително. Няколко изследвания показаха, че продажбите на лотарийни билети са най-големи в районите с нисък доход. Продажбите на човек от населението във вътрешните квартали на Детройт, например, са три пъти по-големи от продажбите в покрайнините на града. Продажбите на лотарията спадат в райони с по-високо образователно равнище. Забележете, че постъпленията, събрани по този начин, рядко се връщат обратно към бедните райони под каквато и да е форма. Лотарийните покупки на жители на Детройт донесоха 104 милиона долара на Мичиганския фонд за училищна помощ през 1988 г., докато детройтските държавни училища получиха обратно само 80 милиона училищни помощи, събрани от лотарии. Около 24 милиона долара от лотарийните продажби в Детройт бяха дадени на по-богати училищни райони. Цифрите са от Charles Clotfelter и Philip Cook, *Selling Hope: State Lotteries in America* (Cambridge: Harvard University Press, 1989).

⁴ Social Security (освен термин) е едновременно и име на финансовата организация, занимаваща се със социалните осигуровки в САЩ (бел. пр.)

циални осигуровки също неумолимо се покачи от 21 процента в началото на десетилетието, на 27 процента в неговия край.⁵

Междувременно, богатите американци – подпомогнати от най-изпечените символно-аналитични специалисти по данъци, които могат да бъдат купени с пари – изнамираха все по-изтънчени начини да предпазят своите доходи. Възползването от пролуки в данъчното законодателство, както и броят на самите пролуки, устойчиво растяха през 70-те. В 1981 г., Роналд Рейгън подпомогна техните усилия, намалявайки данък общ доход и понижавайки данъка върху нарастване на капитала. (Допълнителните закони от 1986 г., снижили максималния данък общ доход от 50 на 33 процента в замяна на затваряне на пролуките и повишаване на данъка върху нарастване на капитала, бяха малка крачка обратно към прогресивно данъчно облагане, но далеч не достатъчна да компенсира онази от 1981 г. Бюджетният компромис през 1990 г. бе още една малка стъпка.)

Краен резултат: През 1980 г., долната една пета данъкоплатци плащаха средно 8,4 процента от своите доходи за федерални данъци; към 1990 г. плащаха 9,7 процента – увеличение с една шеста. Средното данъчно бреме за горната една пета данъкоплатци, напротив, спадна от 27,3 на 25,8 процента (с една двадесета по-малко).⁶ Спадът бе даже още по-рязък за много от богатите: към края на 80-те години, един процент от американците плащаха общ федерален-щатски-местен данък само 26,8 процента, в сравнение с 29 процента през 1975 г и 39,6 процента през 1966 г.⁷

Регресивното преместване на данъчния товар със сигурност не стесни разширяващата се пропаст между богати и бедни членове на нацията. Но, редно е да отбележим, то не е неин главен обуславящ фактор. Цифрите,

⁵ “Tax Progressivity and Income Distribution”

⁶ Ibid. Вж. също Richard A. Musgrave, *Strengthening the Progressive Income Tax* (Washington, D.C.: U.S. Economy Policy Institute, 1989) Въпросът за данъчната справедливост запали, както можеше да се очаква, интензивен, макар и недотам ясен, спор сред политическите партии. Апологети настояват, че въпреки гореспоменатите проценти, делът на всички федерални данъци, платени от долната една пета е нараснал през 80-те години от 55,7, на 58,1 процента, а делът, платен от горните пет процента данъкоплатци, е нараснал от 27,6, на 30,4 процента; през същото време делът, платен от долната една пета, е останал почти същия като през 1980 г. Вж., напр., Lawrence Lindsey, *The Growth Experiment: How the New Tax Policy is Transforming the United States Economy* (New York: Basic Books, 1990). Твърдението е вярно само по себе си но това не значи, че системата е станала по-справедлива. Всичко, което то гласи е, че делът на най-богатите в общите данъчни постъпления се е вдигнал *по-малко*, отколкото делът им в общия доход – и в резултат индивидуалният им данъчен товар е спаднал. Делът на най-бедните в националния доход е спаднал, докато делът им в данъците е останал същия, така че *тяхното* данъчно бреме е нараснало.

⁷ Вж. Joseph Pechman, “The Future of the Income Tax”, *The American Economic Review*, Vol. 80, № 1 (March 1990), p. 1. Вж. също “Tax Progressivity and Income Distribution”.

цитирани в началото на настоящата глава – относно разминаването в доходите – са взети *преди* да бъдат платени всякакви данъци.

Скъперническата социална политика от годините на Рейгън е друг често цитиран възпиращ фактор. По време на него *laissez-faire*⁸ интервал, издръжките за хранителни стоки спаднаха с около 13 процента (коригирани с инфлацията), и много щати не съумяваха да съберат средства за компенсиране на инфлацията, насочени към бедни и безработни. Дори скъперничеството на администрацията, обаче, не може да обясни задълбочаващото се неравенство, започнало *преди* времето на Рейгън. Нито пък обяснява затрудненията на бедните работещи американци, които никога не са разчитали на социални помощи. Както промените в данъчното законодателство, скъперническата социална политика на Роналд Рейгън и по-малкия му и изтънчен наследник също не успяха да се противопоставят на разразилите се мощни социални движения – следствие от множество други фактори.

Възможно обяснение е нарасналият бездруго съществен дял самотни родители с нисък доход. През 1960 г., 91 процента от белите и 67 процента от чернокожите деца в Съединените щати живееха с двама родители. През 1988 г. същият показател сред белите деца бе 79, и само 39 процента при чернокожите. Явлението бедност при семейства с един родител е неоспоримо – особено що се касае до децата. Все пак при все, че броят непълни семейства, оглавявани главно от жени се е увеличил рязко, делът им сред бедните е нараснал слабо. От 1979 до 1987 г., половината от общото нарастване на бедността в Съединените щати, бе за сметка на семейства с двама родители.⁹ Делът бедни сред пълните семейства, в които съпругът бе под 25 годишен, скочи от 10,5 процента през 1979 г., на 21,5 процента през 1986 г.¹⁰ Всъщност, ръстът в броя семейства на непълнолетни фактически се забави след края на 70-те, точно когато пропастта между бедни и богати започна стремително да се разширява.¹¹

Друга, последна, хипотеза приписва пропастта на всички млади, некавалифицирани и неопитни бейби-бумъри¹² и жени, наводнили трудовия

⁸ Вж. забел. 17 към гл. 13

⁹ Вж. Mary Jo Bane и David Ellwood, "One Fifth of the Nation's Children: Why are they Poor?" *Science*, September 1989, pp. 104 - 48

¹⁰ Ibid.

¹¹ Комисията по динамика на доходите към Мичигански университет, която проследява неизменна представителна извадка от 5000 семейства от 1968 г. до сега, намира, че само една седма от преминаванията на деца в категория продължителна бедност е свързана с разпадане на семейството, докато над половината са обусловени от промени в участие на трудовия пазар и заплати. Вж. също Bane и Ellwood, op. cit., Center on Budget and Policy Priorities, October 29, 1989.

¹² Baby-boomers – американци от поколението на следвоенния демографски взрив в САЩ за периода 1946 – 1964 г. (бел. пр.)

пазар през 70-те и 80-те години – които, съвсем естествено, са по-ниско платени от квалифицираните и опитни работници (дори и да нямаше дискриминация в заплащането на женски труд). И това обяснение, обаче, не успява да хвърли достатъчно светлина. Пропастта в заплащането зейна най-широко през 80-те, когато големият наплив на бейби-бумъри и жени вече бе приключил. При това, разширяващата се диференциация е характерна за всички възрастов групи. Дори сред най-млади трудещо се, най-богатите са станали много по-богати, а най-бедните – значително по-бедни. За финал, след като относителните заплати на по-образованите, по-опитни работници и жените нараснаха през 80-те години, съгласно нея хипотеза, съвкупната работна сила би следвало да е станала по-малко образована, по-млада, и с по-голям дял мъже. Всъщност, налице е обратна закономерност: като цяло, работната сила стана в известен смисъл по-образована, с по-възрастни представители,¹³ и с по-голям дял жени.

Дори взети заедно, конвенционалните обяснения за разширяващата се пропаст между богати и бедни обясняват само част от въпроса. Интересно е това, че и други напреднали икономики – с различни данъчни и социални политики и специфично демографско развитие, - преживяват подобен преход към неравенство. Това, че пропастта се разшири забележимо в Британия на Маргарет Тачър сигурно не е изненада, но дори широко скроената социалдемократическа Холандия не бе застрахована срещу тази тенденция.¹⁴ Голямата разлика между доходите на малцината на върха и почти всички останали, разбира се, дълго време множество недоизпечени икономисти намираха за напълно нормална; последни тенденции обаче сочат нещо ново: днешните елити в Третия свят е малко вероятно да бъдат наследени от поколения заможни земевладелци; по-скоро мястото им ще заемат хора, забогатели от работата, която изпълняват. След поземлената реформа през 50-те години (вж. [тук](#)), например, Тайван остана едно от най-егалитарните общества в света. Докато доходът там е все още по-равномерно разпределен, отколкото в повечето развиващи се страни, обаче, пропастта между бедни и богати зейна застрашително през 80-те

¹³ По този въпрос, вж. J. Bound и G. Johnson, “Changes in the Structure of Wages During the 1980s: An Evaluation of Alternative Explanations”, National Bureau of Economic Research, Working Paper № 2983, May 1989.

¹⁴ Вж. Thomas Stark, “The Challenging Distribution of Income under Mrs. Thatcher”, във Francis Green (редактор), *The Restructuring of the U.K. Economy* (London: Harvester, 1989); T. Elfring и R. Kloosterman, “The Dutch Job Machine: The Fast Growth of Low-Wage Jobs in Services, 1979 – 1986”, Rotterdam School of Management, Erasmus University, 1989. За данни по разминаване на доходите в Канада, вж. J. Myles, G. Picot и T. Wannell, “Wages and Jobs in the 1980s: Changing Youth Wages and the Declining Middle”, Social and Economic Studies Division, Statistics Canada, Research Paper Series № 17, 1988, За Европа като цяло, вж. *OECD Employment Outlook* (Paris: OECD, September 1985 и следващи издания)

години. Улиците на [Тайпе](#) днес са претъпкани с Мерцедеси, Волво и Ягуари, наред с раздрънкани велосипеди.¹⁵

4

Характерен момент: увеличаването на неравенството в Съединените щати (и множество други страни) протече рязко дори сред хората, които имаха работа. Припомням, че през по-голяма част от следвоенния период – поне докъм средата на 70-те години – заплатите на американците с различни нива доход растяха горе-долу с еднакъв темп – приблизително 2,5 – 3 процента на година. В същото време, разликата в заплащането на най-добрите и посредствените работници устойчиво спадаше – отчасти вследствие добронамерената политика на ключовите американски корпорации, донякъде поради политиката на профсъюзите за равномерно разпределение в заплащането на труда.

В онези дни да си беден означаваше, че нямаш работа. Най-голямо икономическо предизвикателство след войната бе да се създадат достатъчно работни места за всички работоспособни американци, желаещи да се трудят. „Пълна заетост!“ бе бойният вик на американските либерали, застанали в строй срещу консерваторите, които се притесняваха за инфлационните последици в една икономика с пълна заетост.

Безработицата днес е по-малък проблем. През 70-те и 80-те години, в Съединените щати бяха разкрити над 25 милиона нови работни места, 18,2 милиона от които – само през 80-те. Имаше, разбира се, доста размивания в местоположението на обявена работата и адреса на кандидата. Множество работни места в заведения за бързо хранене в предградията са незает, защото младежи от централните квартали не могат лесно да стигнат дотам. Съветът за Федералния резерв предприема периодически опити да облекчи икономиката, и в опит да пребори инфлацията вкарва в борбата с нея хиляди такива американци, които най-малко могат да си го позволят. Въпреки всички подобни пречки, истината е, че през последното десетилетие на двадесети век, почит всички американци, желаещи да работят, съумяваха да си намерят работа. И понеже нарастването на населението забави ход (повече по темата – по-нататък), търсенето на работници и служители през идните години вероятно ще бъде по-голямо. Щатските гуверньори и кметовете на градове не престават да се кахърят при всяко затваряне на фабрика, и да надават триумфални възгласи при всяко разкриване на нови работни места в техния вилает. Все пак, по-важен въпрос в дългосрочен план е *качеството* на работните места, а не техният брой.

¹⁵ Nickolas Kristof, “Taiwan Embraces Trapping of New Wealth”, *The New York Times*, December 5, 1989, p. A9

Към 90-те години, заплащането на много работни места не покриваше жизнения минимум. Повече от половината от 32,5-та милиона американци с доходи под официалната граница на бедността – плюс почти две трети от всички бедни деца, – живееха в семейства с поне един работещ. Свидетели сме на по-голям дял работещи бедни, отколкото в който и да е друг момент от следвоенния период. Броят обеднели работещи американци нарасна с близо 2 милиона – или 23 процента, – между 1978 и 1987 г. (години в сходни точки на икономическия цикъл).¹⁶ Сред целогодишно заетите работници, броят обеднели нарасна дори още по-рязко – с 43 процента. Всъщност, сред семействата с двама родители, единият от които зает на пълен работен ден под границата на бедността паднаха повече, отколкото при която и да е друга категория семейства, включително самотни родители на социална помощ.¹⁷

Разликата в заплащането се разширяваше дори вътре в самите американски корпорации (или, по-точно, в частта от глобалната мрежа, официално притежавана и управлявана от американци).¹⁸ През 1990 г. средното почасово заплащане на американските неръководни кадри в корпорациите американска собственост, коригирано с инфлацията, бе по-ниско от същото в коя да е година след 1965. Мениджърите средно ниво печелеха малко по-добре, макар че средните им доходи¹⁹ (коригирани с инфлацията) бяха с малко над нивото от 70-те.

Между 1977 и 1990 г., обаче, ръководителите на корпорации американска собственост имаха златен шанс. Средното им възнаграждение нарасна с 220 процента, или с около 12 процента годишно. (Извън стандартните привилегии, като: служебна кола, служебен самолет, членство в крайградски клуб, инвестиционни консултации, медицински прегледи при специалист, и т.н.)²⁰

¹⁶ Две трети от растящата пропаст сред работниците могат да бъдат отнесени за сметка на растящата разлика в заплащането; другата третина може да бъде отдадена на растящата разлика във фактически отработените часове – много хора работеха при намалено работно време, вместо на пълен работен ден

¹⁷ Данните са за 1984 г. D Elwood, *Poor Support: Poverty in the American Family* (New York: Basic Books, 1988), p. 99, Table 4 -3

¹⁸ Данните са от B. Harrison и B. Bluestone, "Wage Polarization in the United States and the 'Flexibility' Debate", School of Urban and Public Affairs, Carnegie-Mellon University, Working Paper, Fall 1989.

¹⁹ Усреднен (медианен) доход – ниво на дохода, което разделя домакинствата на две части: едните разполагат с повече средства, а другите, с по-малко

²⁰ Проучвания на директорските възнаграждения се правят на годишна база от консултанти, специализирани в тази дейност, и се публикуват в повечето водещи делови издания. Малко публицистични теми привличат подобно ежегодно внимание сред корпоративните ръководители. Вж., напр., "Ray Stubs of the Rich and Corporate", *Business Week*, May 7, 1990, p. 56; "Executive Pay", *The Wall Street Journal*, supplement, April 18, 1990, A.

За да видим нещата в перспектива, ще приемем, че през 1960 г. типичен ръководен служител в ключова американска корпорация е печелил около 190 000 долара (годишно). Сумата надвишаваше около 40 пъти заплатата на среден американски фабричен работник в компанията. Разбира се, през 1960 г., когато максималният данък беше 90 процента, заплатата, която ръководният служител фактически отнасяше в къщи, беше значително по-малка, като той (ръководителят неизменно биваше мъж) в крайна сметка оставаше само 12 пъти по-богат от редовия работник. През 1988 г., обаче, ръководен служител в някоя измежду стоте най-големи американски корпорации получаваше средно 2 025 000 долара. Това беше 93 пъти заплатата на среден американски производствен работник в същата корпорация. И, както знаем, при най-висока данъчна ставка само 28 процента, шефът отнасяше в къщи към 70 пъти повече от редови работник.²¹

Ръководителите непосредствено след богоизбрания обикновено печелят не толкова олимпийски, но прилични суми – подходящи, да речем, като за княз. Когато главният изпълнителен директор на Американ Експрес Джеймс Робинсън сложи в джоба си 2,7 милиона долара през 1988 г., вторият след него – Луис Гърстнър – се утеши със скромните 2,4 милиона. Според Греф С. Кристъл, експерт по корпоративни възнаграждения, „наблюдава се засмукващ ефект, подобно на прахосмукачка”.²²

5

Втори ключов момент: Нарастващата пропаст в доходите е пряко свързана с образователното равнище. Нека приемем, че сте мъж с гимназиално образование. Ще сметем, че имате постоянна работа. През 1987 г. от нея получавате (средно) 27 733 долара (годишно – бел. пр.) Четиринадесет години по-рано, през 1973 г., някой с вашия ценз би печелил 31 677 долара за същата работа (в долари от 1987 г.) С други думи, ако нямате повече от средно образование, работната ви заплата (коригирана с инфла-

Bennett, “A Great Leap Forward for Executive Pay”, *The Wall Street Journal*, April 24, 1989, p. B1.

²¹ Поучителна роля би изиграло едно международно сравнение. Съгласно проучване на експертите по възнаграждения Towers, Perrin, Fosters и Crosby, през 1990 г. типичният американски ръководен служител в компания с годишен оборот 250 милиона долара, печелеше 543 000 долара под форма на заплати, премии и привилегии. Това беше с над 50 процента повече от 352-те хиляди долара на японските ръководители на сроден пост, 90 процента повече от общото възнаграждение (около 287 000 долара) на германските и британски ръководни служители, и 400 процента над възнаграждението на типичен корейски директор на компания. Парите на американския корпоративен шеф също стигат за повече: типичният ръководител на корпорация може да купи в Америка три пъти повече със същия долар, отколкото сродният японски шеф в Япония, и около два пъти повече, отколкото германският. *Report on International Competition*, January 1990, pp. 8 - 14

²² Цит. по Patricia O'Toole, “Silk Purse Chronicles”, *Lear's Magazine*, April 1990, p. 23

цията) фактически е намаляла с 12 процента. (Ако бяхте чернокож и без висше образование, средната ви заплата за същия период щеше да спадне с 44 процента.) Нека приемем, че не сте завършили средното си образование. Постоянна работа през 1987 г. в случая би ви носила (средно) само 16 094 долара. Четиринадесет години по-рано, някой с вашия ценз щеше да печели 19 562 долара. Това значи, че заплатата ви сега, коригирана с инфлацията, би спаднала още по-драстично – с 18 процента.²³

Ако сте мъж, завършил четиригодишен колеж²⁴, от друга страна, щяхте да сте напред в играта – макар и с малко. Заплатата ви през 1987 г. щеше да бъде 50 115 долара, сравними със заплатата на служител с научна степен, завършил четиригодишен колеж през 1973 г. – 49 531 долара. Такава разлика в заплащането изглежда пряко свързана с образованието. Докато дипломата от колеж не ви гарантира много по-висок доход, отколкото преди години, то без степен от колеж дори нямате шансове за печалба. През 1980 г., средностатистически мъж, випускник на колеж, печелеше 80 процента повече от свой колега, завършил гимназия; към 1990 г. разликата почти се удвои.²⁵

В други страни също се проявява подобно разминаване между заплати на завършили средно училище и випускници на колежи (или техен еквивалент). Дори разликите в шведските заплати престанаха да се свиват.²⁶ Интересно е, че Япония е своеобразно изключение от това правило. Завършилилите средно образование там все още вървят наравно с випускниците на колежи. Между 1979 и 1987 г., докато заплатите на завършилилите средно образование в Съединените щати спадаха, тези на японските гимназисти се повишиха с 13 процента. Японските випускници на колежи, напротив, не получават повече от американските си колеги. Очевидно, социалните норми в Япония способстват за повишаване на заплатите и помощите за субекти от долната половина на образователната йерархия.²⁷

Трети и последен ключов момент: през 80-те години, т.нар. „полова“ разлика между заплатите на мъже и жени се съкрати с около една трета.

²³ William T. Grant Foundation Commission on Work, Family, and Citizenship, “The Forgotten Half: Non-College Youth in America”, January 1988, pp. 18 - 27

²⁴ Авторът визира университетски колеж, т.е. висше образование (бел. пр.)

²⁵ Виж М. Blackburn, D. Bloom и R. Freeman, “Why Has the Economic Position of Less-Skilled Male Workers Deteriorated in the United States?” Brookings Discursion Paper, March 1989, вж. също С. Juhn, К. Murphy и В. Pierce, “Wage Inequality and the Rise in Return to Skill”, непубл., November 1989

²⁶ G. Standing, *Unemployment and Labour Market Flexibility: Sweden* (Geneva: International Labour Office, 1988)

²⁷ L. Katz и A. Revenga, “Changes in the Structure of Wages: United States vs. Japan”, National Bureau of Economic Research, September 1989.

Дори при относително необразовани мъже и жени, разликите в заплати и помощи намаляха.²⁸

Като цяло, разширяващата се пропаст между богати и бедни привидно се определя от растяща разлика в получаваните от хората надници за свършена работа. Която разлика, на свой ред, показва някаква зависимост с образователното им ниво. Ако сте завършили колеж, доходите ви растат; ако не сте, и особено ако сте мъж, обеднявате. Въпросната тенденция не се ограничава само до Съединените щати; характерът ѝ е глобален. За да разберем главната причина, трябва да се върнем на глобалната икономика и различните функции, които хората изпълняват в нея.

²⁸ Данните са заимствани от Bound и Johnson, *op. cit.*

Защо богатите стават по-богати, а бедните – по-бедни

Разделението на труда е ограничено от мащаба на пазара.¹

АДАМ СМИТ, *Изследване на естеството и причините
за богатството на нациите* (1776)

Независимо от това как формално се класифицира работата ни (производство, обслужване, управление, техническа, секретарска, и т.н.) или отрасълът, в който работим (автомобили, стомана, компютри, реклама, финанси, преработка на храни), действителната ни конкурентна позиция в световната икономика започва да зависи от функциите, които изпълняваме в нея. Именно тук се крие основната причина за диференциацията на доходите. Богатството на рутинните производители намалява. Персоналните обслужващи също обедняват, макар и нещата с тях да не са толкова отчайващи. Символните аналитици, обаче – които откриват и решават проблеми, и осъществяват посредничество, - се радват на просперитет в глобалната икономика.

Всички американци някога пътуваха в общ икономически кораб. Болшинството се издигаха и спускаха заедно, когато корпорациите, в които всички работеха чинно, и националната икономика като цяло, станеха по-производителни или стагнираха. Националните граници обаче вече не определят икономическите им съдби. Вече сме в различни лодки; някои на момента се катурват, други бавно се пълнят с вода и потъват; трети поддържат стабилен курс.

¹ вж. the division of labour is limited by the extent of the market [тук](#).

2

Лодката с рутинните производители потъва бързо. Припомням, че в средата на века, рутинните производствени работници в Съединените щати бяха относително добре платени. Огромна пирамидална организация в ядрото на всеки главен отрасъл координираше цени и инвестиции, укротявайки суровите ветрове на конкуренцията и поддържайки сносни печалби. Част от тези печалби, на свой ред, биваха инвестирани в нови заводи и оборудване (осигурявайки все по-големи икономии от мащаба); друга част отиваше у висшите ръководители и инвеститорите. Съществена и растяща част обаче се полагаше на средни ръководители и работници в производството. Спирането на работа бе нещо толкова страшно за масовото производство, че профсъюзите можеха да изискват все по-големи премии за своето безценно съдействие. А схемата на заплатите, установена от основните корпорации, диктуваше модела в икономиката като цяло. Това създаде и отгледа сравнително многобройна средна класа в състояние да купува всички чудесни неща, произведени серийно от големите корпорации.

Както вече видяхме, обаче, ядрото бързо се разпада на глобални мрежи, реализиращи най-големи печалби с откриване и находчиво разрешаване на проблеми, предоставяйки услуги по посредничество и брокераж. Когато разходите за трансфер на стандартни активи и пренос на релевантна информация устойчиво спадат, нормите на печалба за масова стандартна продукция намаляват, защото входните пазарни бариери постепенно отпадат. Модерни фабрики и оборудване по последна дума на техниката могат да бъдат инсталирани почти навсякъде по земното кълбо. Поради това, рутинните производители в Съединените щати са в пряка конкуренция с милиони рутинни производители от целия свят. Населението на Земята на всеки час се увеличава с двадесет хиляди души, много от които биха били предоволни да работят за малка част от хонорара на рутинните производители в Америка.²

Последствията са най-осезаеми в тежката индустрия, където масовото стандартизирано производство продължава своя триумфален ход към региони, в които трудът е най-евтин и достъпен в глобален план. Така, например, фабрики Макиладора обсипаха от мексиканска страна американската граница край разхвърляните неугледни градове [Тихуана](#), [Мексикали](#),

² Читателят, разбира се, би следвало да забележи, че по-ниските възнаграждения в други части на света не са особено привлекателни за световния капитал, освен ако работещите там са достатъчно продуктивни, съумявайки да направят разходите на труд за *единица продукция* по-ниски, отколкото в регионите с високи надници. Производителността в много области с евтин труд се е подобрила благодарение на удобството при транспорт и инсталиране на място на производствени мощности.

[Ногалес](#), [Агуа Приета](#) и [Сюад Хуарес](#) – притежавани главно от американци, но все по-често – и от японци, - в които над половин милион рутинни производители сглобяват от части готови изделия и ги изпращат в Съединените щати.

Същият сюжет се разиграва по цял свят. До края на 1970 г., Ай-Ти енд Ти разчиташе на рутинни производители от [Шривпорт](#), Луизиана за сглобяване на стандартни телефони. След това откри, че рутинните производители в Сингапур биха изпълнявали същите операции срещу далеч по-ниско възнаграждение, при нищожни общи и режимни разноски. Изправени пред силна конкуренция от други глобални мрежи, стратегическите брокери на Ей-Ти енд Ти се почувстваха принудени да променят нещата. Ето как, в началото на 80-те години, те спряха да наемат рутинни производственици от Шривпорт, и прибегнаха до далеч по-евтините работници в Сингапур. Под този вид натиск за все по-евтино масово производство, обаче, днешният сингапурец лесно може да свърши като вчерашния луизианец. В края на 80-те години, стратегическите брокери на Ей-Ти енд Ти откриха, че рутинните производственици в Тайланд са готови да сглобяват телефони срещу малка част от заплатата на рутинни производители в Сингапур. Така, през 1989 г., Ей-Ти енд Ти престана да наема сингапурци, и предпочете по-евтини производственици от Тайланд да правят телефоните на компанията.

Търсенето на все по-евтин труд не се ограничава единствено до тежката промишленост. Рутинната обработка на данни е не по-малко мобилна. Оператори на терминали по целия свят могат да въвеждат данни в компютри, свързани със спътници или с презокеански оптичен кабел, и да ги извеждат отново. Цените за ползване на спътниковите мрежи продължават да спадат, и при наличието на още повече спътници и нови оптични кабели (цените на комуникациите устойчиво спадат), рутинните оператори в Съединените щати се оказват във все по-пряка конкуренция със своите колеги зад граница, склонни да работят за далеч по-малко.

Към 1990 г., операторите за подготовка на данни в Съединените щати, получаваха не повече от 6,50 долара на час. Операторите в други части на света, обаче, бяха готови да работят за част от тези пари. Ето как изчезнаха много потенциални работни места за обработка на данни, а заплатите и добавките на оцелелите спаднаха. Типичен е примерът с дружеството Сацтек Интернешънъл с годишен оборот 20 милиона долара, находящо се в Канзас сити, чиито американски стратегически брокери се договориха с рутинни оператори в [Манила](#) и фирми американска собственост, нуждаещи се от услуги по обработка на данни. Сравнено със средния филипински доход от 1700 долара годишно, операторите на данни, работещи за Сацтек, печелеха царската сума от 2650 долара. Останалите заети в Сацтек са американски „откриватели” и „решатели” на проблеми, търсещи

начини за подобряване на световната система и нови области за нейно приложение.³

През 1990 г., Американ Еърлайнз наемаше над 1000 оператори на данни в [Барбадос](#) и [Доминиканската република](#) за въвеждане на имена и номера на полети от използвани самолетни билети (изпращаха се всеки ден в Барбадос от летища из целите Съединени щати) в гигантска компютърна банка, разположена в [Далас](#). Чикагският издател Р. Р. Донъли изпращаше цели ръкописи в Барбадос за въвеждане в компютър и предпечатна подготовка. Ню-йоркската Лайф Иншурънс Къмпани изпращаше застрахователни искове в Касъл Айлънд, Ирландия, където рутинни производители, следвайки проста инструкция, въвеждаха искове и определяха дължимите суми, след което моментално изпращаха сметките обратно в Съединените щати. (Когато от компанията обявиха двадесет и пет места за обработка на данни, получиха шестстотин молби.) А [Макгроу-Хил](#) обработваше данни за абонаменти и маркетингова информация в близкия [Голуей](#). Действително, буквално милиони рутинни работници по целия свят получават информация, преобразуват я в разбираема за компютъра форма, а после я изпращат – със скоростта на електронен импулс, - обратно откъдето е дошла.

Рутинното компютърно програмиране навлезе и в световната търговия. Индия, с многобройна прослойки техници, говорещи английски и готови евтино да извършват рутинно програмиране, се оказа особено привлекателна дестинация за глобални мрежи, търсещи такива услуги. През 1990 г., Тексас Инструментс поддържаше отдел за разработка на софтуер в [Бангалор](#), свързвайки петдесет индийски програмисти чрез спътник с щаб-квартирата на Ти-Ай в Далас. Стимулирано от това и други подобни стопански начинания, индийското правителство предприе строеж на комуникационна станция в [Пуна](#), с цел да улесни и направи по-евтино за много други компании да изпращат своите проектни указания за програмиране на рутинен софтуер.⁴

³ John Maxwell Hamilton, "A Bit Player Buys into the Computer Age", *The New York Times Business World*, December 3, 1989, p. 14.

⁴ Udayah Gupta, "U.S.-India Satellite Link Stands to Cut Software Costs", *The Wall Street Journal*, March 6, 1989, p. B2.

3

Въпросното преместване на рутинна производствена работа от напредналите в развиващи се страни, е голямо благодееие за множество работници в такива страни, които иначе биха били безработни или щяха да работят срещу много по-малки заплати. Тези работници, на свой ред, сега имат повече средства, с които да купят символно-аналитични услуги от напредналите страни (често – вложени в многообразие от сложни продукти). Тенденцията е изгодна за всички по света, които вече могат да ползват масови стандартизирани продукти (включително информация и софтуер) по-изгодно отпреди.

Такива изгоди, обаче, не идват без известни жертви насреща. В частност, бремето носят членове на обществото, които вече нямат добре платена рутинна производствена работа в напреднали икономики, като Съединените щати. Множество от тях членуваха в профсъюзи, или поне се ползваха от конвенционалните нива на заплащане, постановени с колективни съглашения. След като старите корпоративни бюрокрации се разтвориха в глобалните мрежи, обаче, средствата за натиск се стопиха. И действително, мълчаливата национална сделка е вече минало.

При все нарасналия брой нови работни места в Съединените щати, членството в профсъюз залиня. През 1960 г., 35 процента от всички неаграрни работници в Америка членуваха в профсъюз. Но през 1980 г., дялът им бе спаднал на около 17 процента. Изключая държавните служители, членството в профсъюз бе намаляло до 13,4 процента.⁵ Това беше по-малко дори от техния дял в началото на 30-те години, преди Законът за националните трудови ресурси да прокара формално защитено право на трудово представителство. Спадът в членската маса бе съпроводен от растящ брой колективни съглашения за замразяване на заплати на текущото им ниво, за намаляване заплащането на новонаети работници, или за общо намаление на заплатите. Същото е една от важните причини довели през 1982 г. до по-слабо нарастване на разходите за единица труд, отколкото през който и да е от осемте периода на подем след Втората световна война – въпреки ниското ниво на безработица по него време.

Рутинните производствени работни места се стопяваха най-бързо в традиционните регулирани от профсъюзите отрасли (автомобили, стоманодобив, производство на каучук, и др.), където средните заплати растяха с инфлацията. Това се дължи на факта, че местата на старите работници са защитени и най-младите биват уволнявани първи. Изправени пред избора да намалят заплатите или да съкратят работни места, мнозинството

⁵ *Statistical Abstract of the United States* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1989), p. 416, Table 684.

профсъюзни членове (чувствайки се отчасти защитени, в сравнение с множеството по-млади от тях, които ще бъдат съкратени първи) често гласуваха втория вариант.

Така, намаляването на профсъюзните членове беше най-осезаемо и поразително сред младите хора, попълващи редиците на работната сила без висше образование. В началото на 50-те години, над 40 процента от въпросната група се присъединяваше към профсъюзите, а към края на 80-те – по-малко от 20 процента (ако изключим заетите на държавна работа, процентът спада на под 10).⁶ В стоманодобива, например, при все че повечето от по-старите работници запазиха работата си, почти половината от всички стоманолейарски работни места в Америка изчезнаха между 1974 и 1988 г. (съкращение от 480 000 на 260 000). Същото се случи и при автомобилите: през 80-те години Обединените автомобилни работници⁷ загубиха 500 000 свои члена – една трета от общия им брой в началото на десетилетието. Само Дженеръл Моутърз съкратиха 150 000 американски производствени места през 80-те години (дори когато откриваха работни позиции зад граница). Друго следствие от същото явление: Разликата в средното заплащане на организирани и неорганизиран работници рязко нарасна: от 14,6 през 1973 г., до 20,4 процента в края на 80-те години.⁸ Урокът е явен. Ако отпаднете от средното училище или имате не повече от гимназиална диплома, не се надявайте на добра рутинна производствена работа.

Стопят се и управленските позиции на ниско и средно ниво в рутинното производство. Между 1981 и 1986 г., над 780 000 бригадири, контрольори и началници на участъци изгубиха работа при затваряне на заводи и съкращаване на производството.⁹ Голям брой помощник ръководители на отдели, помощник директори, помощник управители и вице-резиденти също се оказаха без работа. Джи-Ем уволниха над 40 000 бели якички и планираха да освободят други 25 000 към средата на 90-те.¹⁰ По време, когато основните пирамиди в Америка се превръщаха в глобални мрежи, много рутинни ръководители от средно ниво се оказаха излишни, досущ като редовите рутинни работници.

⁶ Данните са заимствани от Текущи проучвания на населението на L. Katz и A. Revenga, "Changes in the Structure of Wages: U.S. and Japan", National Bureau of Economic Research, September 1989

⁷ United Auto Workers – профсъюзна организация на производителите на автомобили (бел. пр.)

⁸ U.S. Department of Commerce, Bureau of Labor Statistics, "Wages of Unionized and Non-Unionized Workers", разни издания

⁹ U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, "Reemployment Increases among Displaced Workers", *BLS News* USDL 86 – 414, October 14, 1986, Table 6

¹⁰ *The Wall Street Journal*, February 16, 1990, p. A5

Както вече отбелязахме, мрежите чужда собственост частично наемат американци за рутинно производство в Съединените щати. Фабрики на Филипс, Сони и Тойота никнат наляво и надясно – под самодоволните аплодисменти на местни губернатори и кметове, съумели да ги прикоткат, наред с множеството други любезности, с обещания за данъчни облекчения и нова канализация. Както тези ентусиазирани политици скоро ще установят, обаче, чуждестранните фабрики са изключително добре и ще стават все по-висок автоматизирани в близките години. На рутинни работни места се пада все по-малка част от стойността, добавена към болшинството артикули в Съединените щати и други напреднали страни, и нейният дял ще продължи устойчиво да спада, когато хората бъдат изместени от компютърно-интегрирани работи. През 1977 г., на рутинните производители им бяха нужни 35 часа, за да сглобят един автомобил в Съединените щати; оценки сочат, че към средата на 90-те, японските фабрики в Америка ще произвеждат готов автомобил, влагайки само 8 часа рутинни операции.¹¹

Производителността и конкретните заплати на американски работници, управляващи такива роботизирани системи може да бъдат относително високи, но такива работни места вероятно ще бъдат малобройни. Конкретен пример: в края на 80-те, Нипон Стийл се обединиха с боледуващата Инланд Стийл с цел построяване на нов стан за горещо валцуване за 400 милиона долара на 50 мили западно от [Гери](#), Индиана. Съоръжението бе превъзрасяно заради съвременната технология, съкращаваща времето за производство на руло стомана от дванадесет дни, на около час. Всъщност, целият завод можеше да бъде управляван от малък екип техници, стана ясно, когато Инланд един след друг затвори два от старите станове за студено валцуване, оставяйки на улицата стотици рутинни работници. Губернатори и кметове, внимавайте: Прехвалените чужди фабрики може да се окажат нож с две остриета, довеждайки до отчайващо ниска заетост сред вашите избиратели.

В генерален план, съкращаването на рутинни работни места засегна най-вече представители на мъжкия пол. Това е следствие от факта, че рутинните работни места, заети от мъже в металообработващите промишлени отрасли за масово производство бяха по-високоплатени, отколкото рутинните работни места, заети от жени в текстилната промишленост и обработката на данни. След като и двата вида работа претърпяха рязък срив, жените американки в рутинното производство получиха достъп, равноправен с този на американските мъже – всъщност, равни мизерни

¹¹ Числата са заимствани от International Motor Vehicle Program, Massachusetts Institute of Technology, 1989.

условия. Това е една от главните причини за стопяване на „половата“ разлика между мъжките и женски заплати през 80-те.

4

Втората от трите лодки, носещи персоналните обслужващи, също потъва, но някак си по-бавно и неизведнџ. Повечето персонални обслужващи получават минимална заплата или малко отгоре; множество работят при непълна заетост и вследствие заплатата, която носят всъщност е, меко казано, скромна. Нито пък, като правило, получават всички регламентирани надбавки (медицинско обслужване, застраховки, помощи при нетрудоспособност и др.), получавани от рутинните производители в големите индустриални корпорации, или от символните аналитици, включени в нишки на глобалните мрежи, радващи се на по-щедри облаги.¹² Персоналните обслужващи са защитени от пряко въздействие на глобалната конкуренция и, както всички останали, се ползват от достъпа до евтини продукти и услуги от цял свят. Не са предпазени от непряко влияние на конкуренцията, обаче.

На първо място, персоналните обслужващи все повече се конкурират с досегашни рутинни производители, които, несъумявайки вече да си намерят добре платена рутинна производствена работа, нямат голям избор, освен да търсят място в персоналното обслужване. Съгласно оценка на Бюрото за трудова статистика, от 2,8-те милиона промишлени работници, загубили работа в началото на 80-те години, цяла една трета са били наети отново на обслужващи работни места – при поне 20 процента по-ниски заплати.¹³ Персоналните обслужващи са принудени да се състезават и със завършилите средно училище и незавършилите, които преди години лесно попадаха на рутинни производствени места, а това вече не им се удава. И ако демографските прогнози за американската работна сила в първите десетилетия на двадесет и първи век се верни (а те вероятно са, защото повечето от хората, които ще формират състава на работната сила, са вече сред нас), повечето нови участници на пазара на работна сила ще бъдат чернокожи и испаноезични мъже или жени – групи, които през изминалите години имаха относително слаби технически умения. Това ще доведе до още по-голям брой желаещи да предоставят персонални услуги. В крайна сметка, персоналните обслужващи ще се надпреварват с растящ брой имигранти – законни и нелегални – за които персоналното обслуж-

¹² Нарастването на дела американска работна сила, заета с персонално обслужване, в сравнение с рутинното производство, помага да се обясни защо броят американци без здравни осигуровки се увеличи поне с 6 милиона през 80-те години.

¹³ U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, “Reemployment Increases among Displaced Workers”, October 14, 1986

ване ще бъде най-достъпна възможност да започнат работа. (По текущи оценки, между средата на 80-те години и края на века, около една четвърт от всички хора в състава на американската работна сила, ще бъде съставена от имигранти.¹⁴)

Може би най-свирепата конкуренция, с която се сблъскват персоналните обслужващи, идва от машините за икономия на труд (много от които изобретени, проектирани, изработени или сглобени, разбира се, в други страни). Обменни автомати, компютъризирани касиери, автоматизирани автомивки, вендинг-машини, бензиностанции на самообслужване и всякакви други играчки заместват хората, които някога посрещаха клиентите. Дори телефонните оператори изчезват бързо, защото електронни датчици и симулатори на реч придобиват способност да водят стандартен разговор – достатъчно интелигентно и винаги учтиво. Служителите в продажбите на дребно – една от най-големите групи персонални обслужващо – са също така застрашени. Чрез персонални компютри, свързани с телевизионните екрани, утрешните потребители ще могат да купуват мебели, домашни уреди, и всички видове електронни играчки от своето ежедневие – разглеждайки стоката от всички ъгли, избирайки какъвто искат цвят, размер, допълнителни функции и цена, изпращайки моментално поръчката до съответни магазини, откъдето избраните стоки ще бъдат изпращани направо до техните домове. Същото ще става и с финансови трансакции, самолетни и хотелски резервации, договори за коли под наем и други, които ще се сключват между потребители в домовете им и компютърни банки, намиращи се от другата страна на глобуса.¹⁵

Напредналите икономики като Съединените щати, разбира се, ще продължат да създават голям брой нови работни места за персонални обслужващи, независимо от автоматизирането на старите. За всяка банкова касиерка, изгубила работа заради касов автомат, се разкриват три нови места за инструктори по аеробика. Човешките същества, изглежда, изпитват почти нескончаема потребност от персонално внимание. Силната конкуренция, обаче, все пак гарантира, че заплатите на персоналните обслужващи ще се задържат относително ниски. Персоналните обслужващи – работещи самостоятелно или като широко разпръснати множество дребни стопански субекти – не могат лесно да бъдат организирани в профсъюзи или да сформират мощни лобита с цел ограничаване въздействието на новата конкуренция.

¹⁴ Federal Immigration and Naturalization Service, *Statistical Yearbook* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1986, 1987)

¹⁵ Вж. Claudia H. Deutsch, "The Powerful Push for Self-Service", *The New York Times*, April 9, 1989, section 3, p. 1

В две отношения демографията ще работи в полза на персоналните обслужващи, подемайки леко колективната им лодка. Първо, както споменахме, ръстът на американската работна сила се забавя. В частност, намалява делът на младите работници. Между 1985 и 1995 г., броят на 18 до 24-годишните ще спадне със 17,5 процента. Тогава работодателите ще имат по-голям стимул да наемат и обучават персонални обслужващи – нещо, което преди това биха избягвали да правят. Подобно демографско облекчение на конкурентния натиск, обаче, ще бъде само временно. Съвкупният възпроизводителен потенциал на следвоенните бейби-бумъри (роден между 1946 и 1964 г.) ще доведе до нов прилив на работници към 2010 г. или в сходен времеви план.¹⁶ А имиграцията – легална и нелегална – съдейки по всички признаци, ще нарасне в предстоящите години.

Второ, към 2020 г., броят американци над 65 години ще нарасне стремително, защото бейби-бумърите ще достигнат пенсионна възраст и ще живеят по-дълго. Тяхната очаквана продължителност на живота ще се удължи не просто защото по-малко от тях са били пушачи до гроб и повечето са се хранили по-добре от своите родители, но и защото ще са ползвали всякакви видове скъпи лекарства и терапии, предназначени да ги опазят живи възможно по-дълго (към края – може би вече едва живи). Към 2035 г., два пъти повече американци ще бъдат на почтена възраст, отколкото през 1988 г., а броят на осемдесетгодишните се очаква да се утрои. Когато вече угасващите бейби-бумъри погълнат всички химикали и получат всички лечения, ще имат голяма нужда от лични грижи. Милиони старци на смъртен одър ще се нуждаят от медицински сестри, домашни гледачки, болнични администратори, санитарни, домашен патронаж, болнични асистенти и техници, които да работят и поддържат цялата тази скъпа апаратура, предназначена да следи зорко за и отложи неминуемия край. Не е изключено да се появи и доходен пазар за специалисти по евтаназия. Така или иначе, персонални асистенти по обслужване и хранене на стари и болни хора ще бъдат много търсени.¹⁷

Срещаме малък проблем: Угасващите бейби-бумъри няма да имат достатъчно пари да заплатят предоставяните услуги. Преди години ще са изчерпили своите лични спестявания. Социалните и осигурителните им вноски отдавна ще бъдат похарчени от правителството за изплащане пенсията на предишното поколение, и за финансиране на голяма част от бюджетните дефицити на 80-те. Освен това, при относително по-малък брой

¹⁶ U.S. Bureau of the Census, Current Population Reports, Series P-23, № 138, Tables 2-1, 4-6. Вж. W. Johnson, A. Packer, et al., *Workforce 2000: Work and Workers for the 21st Century* (Indianapolis: Hudson Institute, 1987)

¹⁷ Бюрото по преброяване счита, че към 2000 година, поне 12 милиона американци ще работят в сфера Здравно обслужване – доста над сегашните 6 процента от съвкупната работна сила.

млади американци, вероятно е предлагането на жилища да надвиши търсенето, в резултат на което основните инвестиции на бейби-бумърите – техните къщи – ще струват по-малко (в коригирани с инфлацията долари), отколкото са разчитали да притежават като средства, вложени в имот, когато се пенсионират. Вследствие, огромните разходи по грижи за побеляващите бейби-бумърс, на практика ще паднат върху същите хора, на които ще се плаща за тези грижи. Ще се получи нещо като грамадна помпа за пари: Персоналните обслужващи на двадесет и първи век ще имат изобилие от работа в здравеопазването, но голяма част от доходите им ще отиват за вноски в социалното осигуряване и за данъчни отчисления, които на свой ред ще се им бъдат изплащани под форма на заплати. Чистият краен резултат е: нулево реално подобрение на техния жизнен стандарт.

Жизненият стандарт на персоналните обслужващи зависи непряко и от жизнения стандарт на американците, обслужвани от тях, заети в световната търговия. Дотолкова, доколкото *тези* членове на обществото биват щедро възнаградени от останалия свят за своя принос, те ще разполагат с повече средства, които да отделят за персонално обслужване. Тук откриваме нагледна форма на реално съществуваща „остатъчна” икономика (вж. *“residual” urban economy* [ТУК](#)). Сервитьорка в град, където най-голямата фабрика току-що е затворила, е малко вероятно да получава висока заплата или да се радва на сигурна работа; в малък курорт, гъмжащ от филмови продуценти и банкови консултанти би било логично да очакваме, че същата сервитьорка печели царски. Същото е и с държавата. Персоналните обслужващи в Бангладеш може да прекарват дните си горедолу по същия начин, както и персоналните обслужващи в Съединените щати; жизненият им стандарт, обаче, ще бъде несравнимо по-нисък. Разликата произтича от стойността, която техните клиенти добавят в световната икономика. Ще се върнем на въпроса малко по-нататък.


5

За разлика от лодките на рутинните производственици и персоналните обслужващи, тази на американските символни аналитици триумфално пори гребена на вълните. Търсенето на техни идеи по целия свят расте паралелно с навлизането на все по-бързи и удобни средства за комуникация. Не всички символни аналитици, обаче, се издигат еднакво бързо и успешно; разположените най-ниско едва покриват разходите за участие в световната икономика. Аналитичите на горната палуба, обаче, са така търсени по цял свят, че едва могат да следят всички свои приходи. Никого в световната история не е било възможно хора да спечелят с честен труд и напълно законно богатство в подобен мащаб.

Сред символните аналитици от средна категория са американските учени и изследователи, продаващи предприемчиво свои открития на глобалните инициативни мрежи. Те не се ограничават единствено до американски клиенти. Ако стратегическите брокери в щаб-квартирата на Джернъръл Моутърз откажат да платят оправдана цена за новия метод за производство на високоякостни керамични двигатели, измислен от екип инженери, гравитиращ край университета [Карнеги-Мелън](#) в [Питсбърг](#), стратегическите посредници на Хонда или Мерцедес-Бенц вероятно биха дали мило и драго.

Същото става с идеите на вездесъщите американски консултанти по мениджмънт, които се пласират за големи суми сред жадните за американско ноу-хау предприемачи в Европа и Латинска Америка. Така е и с идеите на американските консултанти по енергетика, които се котират още по-скъпо сред арабските шейхове. Американски инженери-конструктори подхранват с идеи [Оливети](#), Мазда, Сименс, и други глобални мрежи; американски пазарни специалисти продават метод за прогнозиране какво ще купуват потребителите в цял свят; американски рекламни специалисти продават техники за привличане на реални клиенти. Американски архитекти пускат проекти и скици за оперни театри, художествени галерии, музеи, луксозни хотели и жилищни комплекси в най-големи градове по света; американски специалисти в изграждане на търговски комплекси продават своите знания на глобални инвеститори и крайни клиенти.

Американски специалисти в благородното изкуство [Връзки с обществеността](#) са ценна търсена стока за корпорации, правителства и политици навред по широкия свят. Същото е положението и с американските политически консултанти, някои от които в момента, в който пиша тези редове, съветват Унгарската социалистическа партия, остатък от управлявалите в Унгария комунисти, как да запазят няколко места в парламента при първите свободни избор в страната за отминалите повече от четиридесет години. В същия този момент, екип американски селскостопански консултанти напътстват ръководителите на един совхоз с 1700 работници на 80 мили от Москва. Както вече отбелязахме, американски инвестиционни банкери и адвокати, специалисти по обходни маневри, продават идеи на азиатци и европейци, жадни да научат как се правят големи пари посредством прехвърляне на крупни суми пари.

В същото време, развиващите се страни привличат американски строителни инженери като съветници при строителството на пътни съоръжения и язовири. Настоящото затопляне на Студената война несъмнено ще предостави нови възможности. Американски инженери от Бектел (): глобална компания, известна с това, че бе наела Каспър Уайнбъргър /вж.

[тук](#)/ и Джордж Шулц /справка - [тук](#)/ за много повече пари, отколкото печелеха в администрацията на Рейгън) започнаха да консултират Съветите как да проектират и инсталират ново поколение ядрени реактори. Държави наемат също така американски банкери и адвокати, за да им помагат при договарянето на нови срокове на техните заеми от световните банки, и вашингтонски лобисти, за да защитават интересите им пред Конгреса, Министерство на финансите, Световната банка, МВФ, и други политически чувствителни институции. В пристъп на явно отчаяние, редица страни от бившия соцлагер дори привлякоха американски икономисти да ги научат на капитализъм.

Почти всички по целия свят купуват умения и идеи на американци за обработка на звукови и визуални символи – музиканти, акустични инженери, филмови продуценти, гримьори, режисьори, кинематографисти, актьори и актриси, боксьори, сценаристи, музикални композитори, и дизайнери. Сред най-богатите символни аналитици са [Стивън Спилбърг](#), [Бил Косби](#), [Чарлз Шулц](#), [Еди Мърфи](#), [Силвестър Сталоун](#), [Мадона](#), и други звезди режисьори и изпълнители – почти толкова известни по улиците на [Дрезден](#) и Токио, колкото и в [Бек Бей](#) на [Бостън](#). По-скромно платени, но не по-малко известни са стожерите на [Търнър](#)овата [Кейбъл Нюз](#), появяващи се всеки ден, чрез спътник, по места от Виетнам, до Нигерия. [Вана Уайт](#) е най-гледаната в света шоу-водеща. Зад всяко от тези познати лица стои група американски „откриватели” и „решатели” на проблеми, посредници, които обучават, тренират, съветват, издигат, усилват, ръководят, подготвят, представят и всячески добавят стойност към нейния талант.¹⁸

Тук попадат и идеите на висши американски директори по върховете на световни щаб-квартири на глобални „американски” корпорации, и национални и регионални централи на глобални „чуждестранни” корпорации. Идеите им се изнасят повсеместно за целия свят през мрежите на глобалната инициатива. Ай-Би-Ем, например, не изнася твърде много машини от Съединените щати. Голямата Синя компания сглобява компютри по цял свят и ги обслужва на място. От Америка изнася главно символно-аналитични услуги. От световната щаб-квартира на Ай-Би-Ем а Армонк, Ню Йорк (вж. [тук](#)), към останалия свят се „излъчват” стратегическо брокерство и свързани с него управленски услуги. В замяна, висшите ръководители на Ай-Би-Ем получават щедри възнаграждения.

¹⁸ През 1989 г., развлекателният бизнес донесе на Съединените щати 5,5 милиарда долара печалби от чужбина, с което се нареди сред най-крупните експортни отрасли, непосредствено след аерокосмическия. U.S. Department of Commerce, International Trade Commission, “Composition of U.S. Exports”, разни издания

6

Главна причина за споменатото разширяване на световния пазар и нарастване глобалното търсене на символно-аналитичните идеи на американци бяха резките подобрения на комуникационните и транспортни технологии в световен мащаб. Проекти, инструкции, съвети, визуализации и звукови символи могат да достигат все по-бързо до отсрещна точка на земното кълбо и да го обиколят за секунди, с все по-голяма прецизност, и на все по-ниска цена. Гласът на Мадона може да достигне до милиарди слушатели с високата вярност на цифров компактдиск. Ново изобретение на инженери в лаборатория на Бател в [Кълъмбъс](#), Охайо, може да бъде изпратено почти навсякъде през модем – във форма, позволяваща на отсрещните да го разгледат в три измерения чрез усъвършенствана компютърна графика (*elaborate computer graphics*). Когато все пак са нужни лични срещи – и видеоконференции не вършат работа, - относително лесно е проектанти, консултанти, съветници, художници и директор да се качат на свръхзвуков самолет и след няколко часа да се срещнат пряко с клиенти, потребители, аудитория, и служители.

Повишеното търсенето е съпроводено от засилена конкуренция. Икономическите резултати от лицензионни такси, такси за услуги, заплати или дял от крайната печалба са на практика съизмерими. Има и нематериални възнаграждения. Една от най-ревниво пазените тайни на символните аналитици е фактът, че работата им носи удовлетворение и наслада. Всъщност, голяма част от нея дори не се брои за работа в традиционния смисъл на думат. Работата на рутинните производственици и персоналните обслужващи обикновено е монотонна; кара мускулите да се уморяват или отслабват и предоставя малко независимост и свобода на действие. „Работата” на символните аналитици, напротив, често включва енигматичен елемент, експеримент, моменти на игра, множество беседи, и съществена ситуационна свобода на действие. Малцина рутинни производители или персонални обслужващи биха „работили”, ако нямаха нужда да печелят пари. Много символни аналитици биха „работили” дори и на доброволни начала, което чест правят.

7

В средата на двадесети век, когато Америка представляваше единен национален пазар, на който господстваха основните пирамидални корпорации, върху доходите на хората по най-високите етажи имаше някакви ограничения. Първо, и най-очевидно, пазарът на техните услуги обхващаше само държавата в нейните граници. Освен това, каквато и концептуална стойност да можеха да добавят, тя не беше съизмерима със стой-

ността, извлечена от големия мащаб на производство – но бе зависима от него, за да успее да се реализира под формата на доход. Болшинството проблеми за идентифициране и отстраняване бяха свързани с повишаване ефективността на производството, оптимизиране на потока материали и части, както и сглобяване и пласмент. Изобретателите търсеха цялостни решения по разкриване на изцяло нови продукти за масово производство; консултантите по управление, директорите и инженерите впоследствие опитваха да синхронизират и ускорят производствения процес, постигайки по-добри икономии от мащаба; рекламни и пазарни специалисти се мъчеха да стимулират потребителски интерес за стандартен нов продукт, въведен на пазара. Революционният скок в заплатите на белите якички породил небивали предпоставки за раздуване на щата; всъщност, много от основните американски корпорации се разраснаха далеч повече, отколкото икономии от мащаба предполагаша.

През 90-те години напротив, доходите на символните аналитици не бяха ограничавани нито от мащабите на националния пазар, нито от обема на производството в компаниите, за които те работеха. Пазарът обхващаше целия свят, а стойността на концепциите надвишаваше финансовия ефект на икономии от мащаба.

Още едно ограничение на високите заплати отпадна през 90-те. В средата на века, възнагражденията на висшите ръководители на най-големите корпорации в Америка не можеха да бъдат драстично по-високи от тези на редовите производственици. Би било най-малкото нередно директорите, водещи открити преговори с профсъюзите, и които обичайно се съобразяваха с правителствените настоявания за балансирана политика, да носят в къщи заплата и добавки, несъизмеримо по-високи от това, което печелеха редовите американци. Ако директорите с бели якички не съумяваха да контролират сами себе си, как биха могли да разчитат на поумерени искания от страна на производствените работници в цеховете за увеличение на заплатите? Ако и двете групи не се въздържаха и самоограничаваха, биха ли могли да очакват правителството да се въздържа от пряко налагане на контрол и правила?

В същото време, заплатите на производствените работници не можеше да бъдат смъквани прекалено ниско, защото на свободния пазар щеше да отсъства нужната покупателна сила. От кой друг, ако не от американският работник, в крайна сметка се очакваше да изкупува всички стоки, напускащи конвейерите в американските фабрики? Това също беше част от негласната сделка между американските ръководители и техните служители.

Спомнете си често повтаряната корпоративна притча за отговорността на главния изпълнителен директор внимателно да претегля и балансира интересите на заинтересованите от дейността на дружеството страни. Под

строгия взор на корпоративния държавник, никоя засегната група – камо ли ръководители с бели якички – не може да се радва на неподобаващ несъразмерен дял в печалбите на корпорацията; нито пък някой участник – най-малкото среден работник, - би получил непропорционално малък дял. При все и банална, идеята спомогна да се поддържа легитимността на основните американски корпорации в очите на средния американец, и да се поддържа продължителен икономически растеж.

През 90-те години, обаче, тези неофициални норми се изпаряваха яко дим, точно както (и главно защото) основните американски корпорации се развиваха на фона на глобалния пазар. Преките отношения между висши директори и американските производствени работници заляняха: все повече аналитици и конструктори бяха чужденци, а постоянно нарастващ брой рутинни производственици работеха за чуждестранни стопански субекти. Стопи се цяла класа управленци средно ниво, които някога биваха наричани „бели яки“; все по-често американските директори пласираха своите идеи в глобалните инициативни мрежи.

Паралелно с преобразуване на самата американска корпорация в глобална мрежа, почти неразличима от която и да е друга, акционерите ѝ формираха размита група, пръсната из целия свят. Новите акционери бяха далеч по-невидими и по-малко явни от родните участници. Колкото повече американските корпорации продаваха стоки и услуги из целия свят, толкова по-маловажна ставаше покупателната способност на родния работник за икономическото им оцеляване.

Така отпаднаха последните препятствия. Заплатите и надбавките на висшите директори в Америка и много техни съветници и консултанти достигнаха невъобразими доскоро предели, при все че възнагражденията на другите американци се стопиха.

Образование на символния аналитик (I)

Никога не съм виждал някой да напредне в проучвателните изкуство и техники по начин, различен от участие в изследване.

ДЖЕРОМ БРУНЪР, *За познанието* (1962)

Доколкото стойността, заложена в нови проекти и концепции не престава да се покачва в сравнение със стойността, вложена в стандартни продукти, търсенето на символни аналитици ще се увеличава непрестанно. Динамиката на тяхното търсене би следвало да им подsigури все по-високи доходи през идните години.

Естествено, глобалното предлагане на символни аналитици също се интензифицира. Милиони хора по Земята опитват да придобият символно-аналитични умения, и мнозина съумяват. Изследователи и инженери от Източна Азия и Западна Европа трупат ценни знания по микроелектроника, микробиология и идеи за нови материали, които залагат в готови продукти. Млади хора от много развиващи се страни пълнят университетите в желание да усвоят символно-аналитичните тънкости на конструкторско проектиране, компютърно инженерство, маркетинг, и мениджмънт. Към 1990 г., например, над една трета от всички деветнадесетгодишни аржентинци, сингапурци и южнокорейци, търсеха възможности да запишат висше образование.

Дори и при по-голямо предлагане, обаче, американците вероятно ще запазят своето превъзходство в символния анализ. По две причини: Първо, никоя страна не образова най-талантливите свои деца – бъдещи символни аналитици – по-добре от Америка. Второ, в никоя страна не се наблюдава подобно струпване на символни аналитици, фактически подготвени и готови непрестанно да се учат и подпомагат взаимно в неформален план. При все, че тези две преимущества не са вечни във времето, американските символни аналитици поне в обозримо бъдеще ще продължат да разполагат с по-добър старт.

2

Американците обичат оживено да коментират родното образование. Всеки има собствен поглед към грамотността, защото това е една от малкото области, където всеки претендира, че има богат непосредствен опит. Тези с най-непоколебими възгледи, изглежда, са именно хората, у които същият опит е оставил само мимолетни следи. Истински образованата личност осъзнава колко разностранни са целите на образователната система в едно свободно общество, и колко комплексни са средствата. Нека си припомним колко добре американската образователна система от средата на века пасваше на преобладаващата структура на масовото производство, в което младите американци предстоеше да вземат участие. Американските училища бяха отражение на националната икономика, със своя стандартна конвейерна учебна програма, акуратно разбита на предмети, преподавани за предсказуеми единици време, наредени последователно в класове и контролирани със стандартизирани тестове, предназначени да отделят дефектните единици, и да ги върнат за доработка.

Към последното десетилетие на двадесети век, макар че икономиката се беше вече изменила коренно, формата и функциите на американската образователна система бяха горе-долу същите. Сега, обаче, родните училища бяха обзети от тягостно усещане за криза, при което медиите изказваха ежедневни тревоги за отчайващата ситуация. В действителност, нещата в повечето училища не бяха влошени; просто не бяха променени към по-добро. В началото на своята президентска кампания, Джордж Буш си присвои авансово титла „Президент на образованието”. Но, макар че продължи да се титулува така и след своето избиране, смисълът на званието остана неясен, доколкото Буш не пожела да отдели допълнителни федерални средства за образование, призовавайки вместо това държавните училища да се оправят сами. Хора, наричащи себе си „реформатори”, предложиха стандартната учебна програма да стане още по-единна в цялата страна, а стандартизираните тестове да станат още по-решаващ критерий за знанията, налети в главите на младите хора по монотонно движещия се училищен конвейер. (Кое то затвърди стандартните тестове като много точен метод за измерване ако не на друго, то поне на способността на децата да се справят със стандартни тестове.) Популярни книги публикуваха поредици от факти, които всяка образована личност следваше да знае. Учудващо често, в американския живот – когато нуждата от промени е най-наложителна – особено настойчиво растат призивите за връщане „обратно към традиционното”.

Истината е, че докато огромното мнозинство американски деца продължават да преминават стандартизирано образование, пригодено за класическата стандартизирана икономика, изключенията са единици. Към 90-

те години, *средното* американско дете беше зле подготвено за надпревара във високостойностната глобална икономика, но в общостатистическия показател се наблюдаваха големи вариации. Като цяло, американските деца изостават от връстниците си в Канада, Япония, Швеция и Британия в знанията по математика, естествени науки и география.¹ Цели 17 процента от седемнадесетгодишните американци са функционално неграмотни.² Някои американски деца не преминават през почти никакво образование, а много получават слаба подготовка. Някои, обаче, - не-повече от 15 – 20 процента от американски деца, - биват подготвени идеално за символно-аналитична работа в рамките на цял един живот.

Официалното образование на подрастващия бъдещ символен аналитик следва единен общ модел. Част от тези млади хора посещават елитни частни училища, после – университети и престижни висши учебни заведения с изключително ограничен достъп; преобладаващо мнозинство прекарват детските си години в реномирани крайградски държавни училища, където преминават елитни обучения за таланти заедно с други късметлии – бъдещи символни аналитици³, и оттам – към добри четиригодишни колежи. Всички получават първокласно образование: родителите им са заинтересовани и оказват непосредствено съдействие. Учители и преподаватели следят внимателно академичните им потребности. Младешките имат достъп до най-модерни научни лаборатории, интерактивни компютърни и видеосистеми в класните стаи, езикови кабинети, и високотехнологични училищни библиотеки. Класовете са относително малки; атмосферата е академична и предразполагаща. Семействата им ги водят по музеи, културни събития, и задгранични пътувания, изпращат ги на уроци по музика. Вкъщи разполагат с научна литература, образователни занимания, научнопопулярни видеоматериали, микроскопи, телескопи и персонални компютри, натъпкани с последен образователен софтуер. Ако детето среща трудности в училище, наемат му частен учител. Имат осигурена медицинска грижа срещу всякакви болести, които биха възпрепятствали образователния процес.

Далеч сме от схващането, че официалната американска система за подготовка на бъдещи символни аналитици е безупречна. Има още какво да се желае. Европейските и японски гимназисти обикновено побеждават дори най-добрите американски ученици по математика и естествени нау-

¹ Обезпокоително голям брой изследвания показват относително изоставане на средния американски ученик. За пример, вж. "U.S. Students Near the Foot of the Class", *Science*, March 1988, p. 1237.

² *National Assessment of Educational Progress*, разни издания,

³ За откриването и обучението на млади таланти (tracking system – бел. пр.), вж. Jeanne Oakes, *Keeping Track: How Schools Structure Inequality* (New Haven: Yale University Press, 1985).

ки. Като цяло, обаче, никое друго общество не подготвя най-надарените свои младежи така добре за дългогодишно творческо идентифициране и разрешаване на проблеми, и стратегическо брокерство. Най-добрите американски четиригодишни колежи и университети са водещи в света (за което свидетелства напливът на чуждестранни студенти, стигащи се да се обучават в тях)⁴; курсовете в средните училища, подготвящи учениците – кандидати за колеж, са също изключително добри. В Япония е точно обратното: недостатъците на японските университети и тягостната равностметка за резултатите на японските средни училища, са широко известни. Най-голям образователен успех на Япония бе в това да гарантира на най-бавно развиващите се ученици относително високо ниво на владеење на материала.⁵

3

Съдържанието, на което се базира американската символно-аналитична програма, обичайно не се обсъжда свободно при крайградски събирания на родителско-учителската общност, нито е изложено свободно в каталозите на колежа. Спецификата и целите му, обаче, се разбират безусловно от служители, преподаватели, и родители на символни аналитици.

Бъдещите символни аналитици, естествено, най-напред се учат да четат, пишат и смятат, но тези им основни умения се затвърждават по много специфичен начин. Често в хода на обучението си те биват затрупани от премного факти, които обаче не са в центъра на тяхното внимание; първа ще живеят в свят, в който повечето неща, научени досега (включително и някои исторически данни) ще се променят или ще бъдат преосмислени. Каквито и знания да им потрѣбват, обаче, те ще бъдат достъпни с докосването на компютърен клавиш.

По-важно е, че тези щастливи деца се учат как да концептуализират проблемите и техните решения. Официалното образование на предстоящ символния аналитик обхваща овладяването на четири базови умения:

⁴ Всъщност, университетското образование е една от малкото останали области, в които Съединените щати запазват постоянно положително търговско салдо. В качеството на университетски преподавател, постоянно „изнасям” своите лекции и семинари пред целия свят вследствие факта, че над една трета от моите студенти са чужденци.

⁵ Вж. Merry White, *The Japanese Educational Challenge* (New York, Free Press, 1987); Thomas Rohlen, *Japan's High School* (Berkeley: University of California Press, 1983); W. Jacobson et al., *Analyses and Comparison of Science Curricula in Japan and the United States* (New York: Teachers College of Columbia University, International Association for the Evaluation of Educational Achievement, 1986)

*способност да се абстрахират, системно мислене, експериментирание, и сътрудничество.*⁶

Нека вземем най-напред способността да се абстрахираме. Реалният свят не е нищо по-различно от огромна бъркотия шумове, форми, цветове, миризми и тактилни усещания - нищо незначещи до момента, в който човешкият ум не ги приведе в конкретен порядък. Способността да се абстрахираме – да откриваме модели и значения, - разбира се, е същинската способност на символния аналитик да опрости действителността така, че тя да бъде разбрана и адаптирана по нови начини. Символният аналитик разполага с уравнения, формули, аналогии, модели, конструкции, категории и метафори, с чиято помощ създава възможности и преосмисля, като после пренарежда хаоса от данни, кръжащи навсякъде край нас. По този начин, огромни набори неструктурирана информация могат да бъдат интегрирани и асимилирани с цел разкриване на нови проблеми, решения, и алтернативи. Всеки новатор – учен, адвокат, инженер, проектант, консултант по управление, сценарист или рекламен специалист, непрестанно търси нови способности за представяне на действителността, по-атрактивни и репрезентативни от старите. Използваните средства са най-различни, но абстрактните процеси на трансформиране суровите данни в обработваеми, често уникални модели, са доста сходни.

За повечето деца в Съединените щати и по целия свят, формално образование означава тъкмо противоположен вид обучение. Вместо сами да конструират и намират тълкувания, им се натрапват готови модели. Това, което трябва да усвоят, е вече пакетирано и подготвено във вид на уроци, лекции и учебници. Нещата са опростени; добрият ученик трябва само да си направи труда да ги назубри. Прието е, че добрият образователен процес поднася знания почти както на конвейер в една рентабилна фабрика се монтират детайли. Независимо от конкретната тематика, всичко изхожда от презумпция, че възприемането и осмислянето на информацията са нечия друга грижа. Подобен процес би могъл единствено да възпрепятства способността на учениците да успяват в свят, преливащ от неизползвани възможности.

Най-щастливите ученици на Америка, обаче, избягват подобно хранене с лъжичка. В цикъла за напреднали в най-добрите американски начални и средни училища, в семинарните зали и лаборатории на най-добрите университети, учебната програма е гъвкава и интерактивна. Вместо с акцент върху репродуцирането на информация, фокусът е насочен към съждения и интерпретиране. Ученикът се учи да прониква зад фасадата на

⁶ Насоки за допълнителни материали във връзка с тези умения и как официалното образование може да ги доразвие, могат да бъдат открити в края на книгата, в „Бележки до допълнителни източници”

данните – да се интересува защо са подбрани дадени данни, кое ги прави важни в конкретния случай, как се е стигнало до тяхното набиране, и можем ли да ги оборим. Обучаваният се учи да разглежда обектите от много ъгли, в различна светлина, и да разкрива нови възможности и алтернативи. Символно-аналитичният ум се приучава на скептицизъм, любопитство, и съзидателност.

4

Системният подход издига развитото абстрактно мислене с още едно стъпало. Възприемането на обективната реалност под формата на система причинно-следствени връзки е нещо напълно естествено за бебе, току-що констатирало, че чаша мляко, изпусната твърд под, ще се счупи, а съдържанието ѝ ще опръска всичко и всички наоколо, и че случката – при все невероятно забавна, - ще раздразни силно възрастния, който в момента се занимава с него. Проявата на по-висши форми системно мислене не е никак конвенционална. Често на по-късен етап демонстрираме склонност да виждаме реалността като поредица статични снимки: тук е пазарът, тук – технологията, това е заплаха за околната среда, онова там – политическо движение. Взаимовръзките между доловените явления остават неизследвани. Официалното образование до голяма степен затвърждава неправилен фрагментарен подход, поднасяйки факти и цифри на порции: хапка „история”, хапка „география”, „математика”, „биология”, като че ли всяко нещо е отделно, несвързано с другите. Методът е може би ефикасен за предаване на отделни фрагменти данни, но не и при създаване на цялостен мироглед. В общи линии учим младите хора, че светът е съставен от отделни системи, всяка от които може в основни линии да бъде разбрана вън и изолирана от другите.

За да открива нови възможности, обаче, човек трябва да може да вижда цялото и осъзнава поотделно процесите, свързващи частите на действителността в едно. В реалния свят въпросите рядко изплуват поотделно и независимо един от друг. Символният аналитик трябва непрестанно да опитва да разпознае определящите причини, следствия, и взаимовръзки. Привидно проста задача, поддаваща се на стандартно разрешение, може да се окаже симптом на по-съществен проблем, който сигурно би се проявил другаде, в своеобразна форма. Решавайки фундаменталния проблем, символният аналитик добавя значителна стойност. Изнамирането на биологически разграждаща се пластмаса ликвидира много от проблемите при проектиране на безопасни насипни терени; компютризираната домашна работна станция решава хиляди проблеми с трафика в час пик.

Образованието на символния аналитик поставя ударение върху системното мислене. Вместо студентите да учат как да решат поставения

проблем, те се посвещават на изследвания защо проблемът е възникнал, дали и как е свързан с други проблеми. Едно е да разбереш как да стигнеш от едно място на друго, следвайки установения маршрут; съвсем друго: да изучиш целия терен, така че да намираш преки пътища към всяка точка, в която искаш да попаднеш. Вместо да приемат факта, че проблемите и техните решения са вече изказани от други (както в масовото стандартизирано производство), студентите научават, че проблемите обикновено могат да бъдат формулирани наново според конкретната насока в комплексна система от сили, променливи и резултати, и че чрез изследване в по-общ план, могат да открият неочаквани взаимовръзки и нови разрешения.

5

За да придобие усет към висши форми на абстракция и системно мислене, човек трябва да се научи да експериментира. Малките деца прекарват голяма част от времето, през което са будни, в експерименти. Изпитанията са случайни и повтарящи се, но посредством опити и грешки, те развиват способност да привеждат в ред объркания колаж от усещания, и осъзнават причини и следствия. Последващи форми на експериментиране включват и множество фалстартове, често свързани с фрустрация, разочарование, и дори страх. Самостоятелното изучаване на голям непознат град без карта и предварително указани маршрути може да ни отведе далеч – може дори да се загубим за известно време. Няма по-добър начин, обаче, да изучим разположението или да видим града от много различни гледни точки и в множество светлини. Именно така непрестанно експериментират символните аналитици. Кинематографистът опитва нестандартни методи за заснемане на нови сцени; инженерът-конструктор опитва неизползвани досега материали за изработка на машинни детайли. Навиците и методите за експериментиране са определящи в новата икономика, където технологии, вкусове и пазари са в неспирна динамика.

Повечето официално училищно образование (както в Съединените щати, така и в много други страни) има малко допирни точки с експеримента. Обиколката през историята, географията или естествените науки обикновено следва фиксиран маршрут, започващ с началото на учебника или курса лекции, и завършващ с техния край. Обучаваните нямат почти никаква възможност да изследват сами терена. Самостоятелното изследване, в края на краищата, е неефективно средство да покрием регламентираната площ, която „трябва“ да бъде обхваната.

Все пак, в най-добрите класове на най-добрите училища в страната, положението е коренно различно. Вместо да им надянат хомот и да ги водят по разчертани пътеки, учениците получават набор средства за на-

миране на собствен път в живота. Ударение се слага върху експерименталните методи: запазваме някои част от действителността неизменни, а други променяме с цел да осъзнаем по-добре причини и следствия; систематично изучаване на набора възможности и диапазона резултати с отбелязване на съществените сходства и разлики; правене на обосновани



догадки и интуитивни скокове (*intuitive leaps*), и последващо сверяване с предходни допускания. Най-важно е, че обучаваните се научават да носят отговорност да продължат своето образование. (Японските училища, редно е да отбележим, са най-слаби в това отношение)

6

В крайна сметка, тук коментираме способността да сътрудничим с другите. Както беше отбелязано, символните аналитици обикновено работят на екипи – споделям проблеми и решения в усложнен вариант на група играещи деца. Играта на символни аналитици може да изглежда хаотична, но това често е единственият възможен начин за откриване на проблеми и решения, за чието съществуване никой не е и предполагал. Символните аналитици прекарват съществена част от времето си в съобщаване на концепции – чрез устно представяне, доклади, проекти, записки, скици, сценарии и прожекции – а после търсят съмишленици, за да продължат съгласно заплануваното. На обучение по сътрудничество, разясняване на абстрактни концепции и постигане на съгласие, обаче, в стандартното образование обикновено не се обръща внимание. Напротив, в повечето класни стаи в Съединените щати и в други страни, основна цел е постигането на тихо, самостоятелно изпълнение на индивидуални задачи. Никакви приказки! Никакво предаване на бележки! Никакво подсказване! Главни съображения отново са тези за ефективност и предполагаемата важност на оценката за индивидуална работа. Групови занимания не се наблюдават и контролират толкова лесно, както индивидуалната работа. По-трудно е да се определи доколко даден участник е усвоил преподавания материал.

Все пак, отново в най-добрите класни стаи в Америка, акцентът е различен. Вместо върху индивидуални достижения и съревнование, фокусът е върху груповото обучение. Учениците се учат да произнасят, да поясняват, и впоследствие да формулират наново гласно как определят и намират отговорите. Учат се да търсят и приемат критика от своите другари, да отправят призив за помощ, и да вярват в другите. Учат се и да преговарят – да обясняват собствените нужди, да разпознават нуждите на другите, да възприемат нещата от позиция на отсрещния, и да откриват взаим-

но приемливи решения. Това е идеална подготовка за живота и символно-аналитична работа в екип.

И отново, в случа не твърдим, че училищата и колежаите в Америка се вършат безупречно работата. Становището ни е по-умерено: че най-добрите наши училища и университети осигуряват на ограничена част от американската младеж отлично фундаментално обучение по методи, основани на символен анализ. Когато в добавка могат да разчитат и на заинтересовани ангажирани родители, добри медицински грижи, посещения на музеи и симфонични концерти, някое пътуване зад граница, домашен компютър, книги и всякакви други културни и образователни привилегии, с каквито родителите на символни аналитици засипват своите деца, образованието на това щастливо малцинство е изключително добра подготовка за света, очакващ ги с отворени обятия.

Образование на символния аналитик (II)

Образованието на символния аналитик не завършва с неговото дипломиране. Както ни разкриват данните за американските доходи, висшето образование е обичайна задължителна предпоставка, но далеч не гарантира успех в символно-аналитичното поприще. Учебният процес е неспирен.

Това е втората причина, поради която американските символни аналитици ще продължат да водят класациите на световните пазари: в Съединените щати, както никъде другаде, символните аналитици са концентрирани в отделни географски ширини, където те живеят, работят и учат заедно с други символни аналитици, посветили се на сходен вид идентифициране и решаване на проблеми, и брокерство. Градовете и районите, около които са съсредоточени специалисти, благодарение на които местата биват разпознати и ценени в цял свят, са: [Лос Анджелис](#) (музика и филми); района на [залива Сан Франциско](#) – [Голям Бостън](#) (науки и инженерство); Ню Йорк и Чикаго (глобални финанси); Вашингтон (международни отношения, правителствени дела и световен оръжеен пазар); Ню Йорк (право, реклама и издателства). Вътре в тези области и в множество други, съществуват по-специфични зони за свръхспециализиран символен анализ, продаван пряко и на световните пазари: непосредствено на север и запад от Бостън – софтуерни инженери, притежаващи особен опит с компютърна графика; между [Литъл Рок](#) и [Файетвил](#), [Арканзас](#) – учени, специализиращи в молекулярна биология и биотехнологии; по нюйоркската [Парк Авеню](#), между Четиридесет и втора и Петдесет и девета улица – банкери с опит на корейския финансов пазар; край [Минеаполис](#) – изследователи, специализирани в медицински уреди и инструменти; южно от Портланд, Орегон – специалисти по модерни полупроводници; в Ървин, [Пасадина \(Калифорния\)](#) – промишлени конструктори, специализиращи в автомобилите и потребителски електронни продукти; около всеки голям американски университет – армии професори, дипломанти, и скорошни дипломанти, продаващи опит световна класа в конкретни технологии, пазари, и управленски практики.

Такива символно-аналитични зони не могат да бъдат лесно прекопирани на друго място в света. Докато отделни изобретения и идеи, излъче-

ни от тях обикалят света за секунди, съвкупното – общо – знание, на което идеите са базирани, е далеч по-малко преносимо. Други страни могат да опитват, с различна степен на успех, да създадат свой Холивуд, нов Уолстрийт или [Силициева долина](#). За да направят това, обаче, трябва нещо повече от пари. Всяка от тези символно-аналитични зони представлява комплекс институции и умения, развиван с течение на времето. Да се уцели верния баланс не е проста работа.¹

Тези зони играят роля на конструкторски звена, развойни лаборатории и стратегически центрове за операции в глобален мащаб. Планове, проекти, визуални представяния, формули и стратегии, произтичащи оттам, поемат своя път в глобалните мрежи, където се комбинират с други високостойностни концепции, произлезли от други символно-аналитични зони, и добавят стойност към масови продукти, изработвани и сглобявани по цял свят. Разбира се, напълно възможно е нови проблеми да бъдат идентифицирани, разрешавани и организирани от всяка друга точка на света, но географската близост играе роля на благоприятстващ фактор. Изгряващ кинорежисьор може да бъде споходен от решаваща творческа идея и без да стъпи в Холивуд. Все пак, човек би могъл да научи толкова много и така лесно именно там.

Нека се върнем на значението на обучението в ситуационен план за символния аналитик. Студентът-късметлия почерпва по време на своето образование способности за абстрактно мислене, системен подход, да експериментира, и склонност към сътрудничество – до едно качества, предоставящи пълноценни професионални творческо идентифициране и решаване на проблеми, и брокерство на идеи. Обучението тепърва протича в процеса на работа. Борбата със сложни проблеми ражда нови идеи и подходи, пригодни за решаване на все по-сложни казуси и т.н., защото обучението има кумулативен ефект. Абстракциите стават все по-сложни; системният подход се задълбочава и става по-комплексен; наборът експериментални методи се разширява; възможностите за сътрудничество стават още по-добри.

Обръщам внимание колко важна е неофициалната комуникация в реално време между участниците. Рядко сложни проблеми могат да бъдат декомпозирани и опростени предварително; непреднамерената и дори случайна размяна на гатанки, решения и реплики често предоставя удачни неформални решения, до които сам човек трудно би достигнал. Символно-аналитичната зона е гъмжило на идеи и ценен опит. Споделянето

¹ Сред основополагащите изследвания относно развитието на регионалните агломерации са R. Vernon, *Metropolis 1985* (Cambridge: Harvard University Press, 1960) и M. Hall, *Made in New York* (Cambridge: Harvard University Press, 1959). За списък с по-нови изследвания, вж. „Бележки за допълнителните източници” в края на текста.

надхвърля пределите на отделен колектив; то включва приятели, доскорошни сътрудници, неформални контакти. Възниква спонтанно на обеда, на вечерни забави, на чашка, в спортната зала. То е част от ежедневните клюки – от непрекъснатите приказки кой с какво се занимава, кое го е впечатлило, какво ново го е сполетяло. Софтуерните инженери, специализирали се в компютърна графика, живеещи и работещи в един и същи бостънски „техноквартал“, прихващат един от друг нови трикове, докато си разказват военни случки. Така е и при сценаристите, работещи в и около Холивуд, рекламните директори на Медисън Авеню, вашингтонските лобисти, чикагските фючърс-търговци², ню-йоркските редактори и издателства, и т.н. – неофициално, по всяко време. Когато работата на човека е да измисля и съобщава абстрактни идеи, „работа“ се извършва на място и по време, където и когато идеите се съобщават. Така творецът се облагодетелства от прекия контакт с хората.

2

Присъстват и други позитивни възможности. Местните клюки играят роля на високоефективен силно профилиран свързочен канал. Той информира всеки кой за какво го бива и чии умения къде могат да бъдат приложени най-успешно. Така стратегическите посредници съумяват на момента да открият точните способности и умения, нужни за решаване на специфични проблеми – звукопродуцент, който би взел същия посредствен бенд, накарвайки го да изсвири онова яко парче; адвоката, съставил познатия договор, но добавил нова арбитражна клауза; софтуерния инженер, измислил прост начин за програмиране на забъркан потребителски графичен интерфейс. А „откривателите“ и „решатели“ на проблеми като изброените, по същия начин могат и откриват нови възможности да приложат и подобрят това, което вече знаят.

Тук младият символен аналитик намира своя шанс. Фабриката за слухове разкрива кой какъв проблем е вече открил и решил, за кой стратегически брокер и, казано направо, чия звезда изгрява и кой вече си е изпял песента. Изгряващият сценарист отива в Холивуд не заради качеството на въздуха, а търси съществуващите там възможности за изучаване на занаята и установяване на подходящи контакти. На съвременен език явлението „мрежуване“³, широко разпространено в символно-аналитичните зони означава процес, в който се информираш какво става, и едновременно ставаш известен на другите.

² Вж. забел. 5 в глава 15 (бел. пр.)

³ В оригинала – „networking“ (бел. пр.)

В самата зона, символният аналитик се мести от проект на проект, трупайки опит и вещина – от една софтуерна задача на друга, към нов киносценарий, следваща рекламна кампания, неизпитана досега финансова трансформация. Понякога следващият проект включва колектив от хора, работили в досегашния, под егидата на същата организация. Символен аналитик може да работи с години в една и съща организация, в колектив със същите партньори и служители. Често, обаче, ангажиментът е само за определен срок. В дадени случаи, символният аналитик работи на свободна практика – сменя фирма след фирма, скача от колектив на колектив, според конкретен проект. Но дори и при такива по-свободни ангажменти, членовете на екипа често се познават от предишна работа по различни проекти и в множество фирми. Инженерни и пазарни специалисти, които често се обединяват при създаване на нов софтуер за компютърна графика под егидата на нова организация, често включват стари познаници, работили съвместно по друг проект години по-рано за съвсем различна фирма.

С две думи, символно-аналитичните зони функционират като голяма неформална организация изцяло за своя сметка; уменията на нейните членове се съчетават по определен начин за конкретен проект, а после се комбинират отново по различни начини за други проекти. Информацията пътува бързо в подобна организация с размити географски граници. Специалистите по компютърна графика поддържат неформален контакт дори когато не работят заедно – разменят мнения кои фирми и проекти изглеждат обещаващи и кои най-вероятно ще увехнат. Получават плацдарм за действие в момента, в който стратегическият брокер намери финансиране за нов проект и когато известен софтуерен инженер подпише, че ще се захване с него. Светкавично преценяват шансовете за включване в нов колектив и струва ли си да участват. В новата високоефективна, но неофициална система, таланти и способности непрестанно се местят там, където могат да добавят най-значима стойност.

3

Концентрацията на символни аналитици в такива зони поражда още едно преимущество. Големите им брой и географска близост създават локален пазар за всякакви видове необходими специализирани персонални услуги и предприятия. Неслучайно, Холивуд е дом за впечатляващ брой учители по обработка на гласа, треньори по фехтовка, специалисти по акустично и осветително оборудване. В непосредствена близост се намират ресторанти с точната обстановка, любима на продуценти, ухажващи режисьори, режисьори, ухажващи продуценти, и въобще на всеки в Холивуд, решил да ухажва някого. Има акустични сцени за записи по последна

дума на техниката, транспортни служби с опит в местенето на големи и деликатни вещи, и агенции за коли под наем, специализирани в класически и ретро-автомобили, както и за уникални лимузини. Доставчици на подобни услуги не могат да бъдат открити в Димойнз⁴, където няма достатъчно пазарно търсене. А предлагането им в Холивуд създава допълнително търсене за тях. Това прави Холивуд още по-привлекателен за символните аналитици специализирани в дейности, предполагащи подобни услуги.

Значение имат и обществените институции, разположени или в близост до символно-аналитичните зони, от типа на конгресни центрове, изследователски паркове, реномирани университети, международни летища и удобен подстъп към планина или море. Конгресният център позволява на символните аналитици да се срещат и събират в големи групи за представителни прояви, експозиции, и интензивно „мрежуване“. Изследователски парк, направен леснодостъпен чрез щатското право на отчуждаване, предоставя на символните аналитици подходяща, обичайно евтина, площ да се събират в непосредствена близост помежду си. Университетът осигурява постоянен приток на надарени млади дипломанти, склонни да работят при ниска стартова заплата срещу възможността да трупат опит и с надежда да забогатеят впоследствие. Международното летище осигурява пряк достъп до останалия свят. Планините и морският бряг предлагат приятни възможности за отдих.

Такива обществени придобивки, особено университет и летище, са толкова важни, че самото им присъствие би привлякло доста колективни символно-аналитични начинания дори в суха пустиня или арктическа тундра. Комбинация от университет световна класа и международно летище съчетава базовите начала на глобален символен анализ – мозъци и пряк достъп до останалия свят.⁵

4

Символно-аналитичните зони еволюират. Начален тласък може да окаже наличието на комплекс обществени придобивки, съчетани с няколко изобретателни надарени фигури. Такъв обещаващ комплекс привлича неколцина символни аналитици, а тяхното присъствие води други. Когато

⁴ [Des Moines](#) – столицата на щата [Айова](#), център на селскостопански и промишлен регион (бел. пр.)

⁵ За две превъзходни дискусии на връзката между университетите и регионалното икономическо развитие, вж. Adam Jaffe, “Universities and Regional Patterns of Commercial Innovation”, *REI Review*, Case Western Reserve University, September 1989; и Stuart W. Leslie, “From Backwater to Powerhouse; Stanford Engineering and Silicon Valley”, *Stanford*, March 1990

групите наберат опит в откриване и решаване на проблеми, те започват да добавят стойност в глобалните инициативни мрежи. Някои се отцепват и създават собствени фирми или съчетавайки по друг начин уменията си, се заемат с нови проекти. Стратегическите посредници, привлечени от подобна концентрация на специализирани умения, докарват още по-сложни задачи, които, на свой ред, повишават експертизата на своите решатели. Колкото повече стойност се добавя в глобалните инициативни мрежи, толкова повече глобална репутация за уникалните умения и идеи на символните аналитици, работещи в нея, придобива конкретна зона – което привлича допълнително таланти от цялата страна (и цял свят). Междувременно, достъпни стават и най-различни специализирани услуги, което прави зоната още по-привлекателна. Подобен модел или нещо сходно бе характерен за глобалните американски центрове по софтуерно инженерство, финанси, издателска дейност, музика и филми, радио- и теле- разпространение, реклама, консултации по мениджмънт, автомобилен дизайн, и много други.

Подобен еволюционен модел, разбира се, не е гарантиран. Много символно-аналитични зони в зачатък не успяха да прераснат в световни центрове. Дори в случай на успех, процесът обикновено е постепенен, сложен, и следва развитието на редица държавни и междуличностни взаимоотношения. Именно оттук произтичат затрудненията при опит такива символно-аналитични формирания да бъдат възпроизведени на други места по света.

Дори когато дадена зона прерасне в световен център, няма гаранции, че тя ще остане такава тепърва. Понякога успехът е прелюдия към скорошен залез. Зоната може да стане твърде претъпкана, замърсена или скъпа за обитаване, спирайки да привлича както някога млади талантлив символни аналитици. На подобни съображения почиват вечните предсказания за скорошна кончина на Холивуд, Силициевата долина, и центъра на Манхатън. Възможно е самият интензитет и бързина на комуникации в зоната да я изложат на риск. Енергията на символните аналитици лесно би могла да се отклони от неспирно новаторство, към моментни прищевки на модата; слуховете може да послужат не като източник на ценни сведения, а на интриги. Злите езици коментират, че в подобни тясно преплетени общности се разнасят професионални тайни, разменят се намеци за конфликти между близки сътрудници или доверени служители премиват към конкуренцията, отнемайки пряко обслужвани от тях потребители и клиенти. Подобни неразбории приключват със съдебни дела или по-зле. Символно-аналитичните центрове нерядко се превръщат в сцени на яростни нападки, обвинения и контраобвинения, и вечни вражди и спорове. Те, на свой ред, може да подхранят местни междоусобици, но не и да изградят климат на сътрудничество и взаимно доверия.

Въпреки всички неблагоприятни тенденции, американските символно-аналитични зони предоставят, в по-голямата си част, чудесна творческа атмосфера. Американските символни аналитици в тях не спират да усъвършенстват своите способности да идентифицират и решават проблеми, и да посредничат при разкриването на още по-предизвикателни концептуални казуси. Конкуренцията от страна на чуждестранни символни аналитици закономерно се засилва. Без пряк достъп до подобни динамични самообучаващи се и взаимодопълващи се общности, обаче, неамериканците стартират със съществено изоставане.

Част четвърта

Роля на нацията

Нова постановка на проблема

В живота на една нация, малко идеи биват по-опасни от добрите решения на погрешно поставени проблеми. Отвсякъде ваят безчет предложения за повишаване рентабилността на американската икономика, както и по-обща панацея за болезните в американската индустрия. Политици и учени глави повтарят вечната мантра за „реставрация“ или „рестартиране“ на американския бизнес все едно, че той е някаква стара браква, която потегля след кратко бутане. Други предлагат пенкилер за възвръщане на американското конкурентно предимство и съживяване на американската икономика. В много от идеите има смисъл. Други са глупави. Във всички обаче са залегнали рудиментарни схващания относно нещо, което трябва да бъде реставрирано, рестартирано, възвърнато, или съживено. Приемат за свой обект някаква американска икономика, организирана покрай основните американски корпорации и обхващаща крупни американски индустриални отрасли – с други думи, американската икономика от средата на века, която с лекота господстваше над ограничената световна търговия от онова време. Както видяхме, обаче, сходен образ има само бегло сходство с глобалната икономика от края на века, в която парите и информацията се движат почти безпрепятствено из глобалните инициативни мрежи. Подобно явление като американска корпорация или американска промишленост днес не съществува. Американската икономика е само един район на глобалната индустрия – макар и, все пак, относително заможен регион. В тази светлина, следователно, става видно, че всякакви стари понятия, които някой би искал да изкара от нафталина, са безвъзвратно отживели.

Новата действителност вече изгря за чиновниците, натоварени да ръководят държавната фискална и валутна политика по предни постове, като: Вашингтон, Токио, и Бон. Те вече са разбрали, че макроикономическата политика не може да бъде водена едностранно, без да се вземат предвид капиталите, които вследствие ще потекат навътре или навън от страната. Взаимно допълване в управлението е необходимо най-малкото защото автономни икономики вече не съществуват. Ако лихвите в Германия се покачат, ще потекат пари от Америка и Япония – разбира се, ако междувременно и те не вдигнат своите лихвени проценти. Латиноамери-

канските чиновници също разбраха, че парите могат моментално да изтекат към по-стабилни региони на света с по-висок и предсказуеми печалби, осуетявайки всякакъв опит с тях да бъде изплатен националният дълг. А лидерите от Източна Европа, Китай и Арканзас, както и на много други места, свикват с неизбежния факт, че капиталистите ще дойдат при тях водени не от филантропия, а от чиста алчност; поради това, чиновниците по всички подобни места се стараят да накарат деловата атмосфера да изглежда възможно най-гостоприемна и рентабилна.

Не така добре се разбират последствията от подобна трансформация за работата, вършена от хората и за отплатата, получавана от тях за положения труд. Независимо от печалбите или пазарния дял на корпорациите в една държава, за икономическия просперитет на страната (или по-точно: на региона в глобалната икономика, обозначен с дадени политически граници) съдим, в крайна сметка, по благосъстоянието на нейните граждани и дали стандартът на живот може да бъде поддържан и подобряван занапред.

Жизненият стандарт, разбира се, обхваща повече неща от нивото на материален комфорт, който можем да купим. Чистите въздух и вода, чувството за сигурност и приятният изглед са все страни на живота със съществена стойност за най-чувствителните измежду нас, като някои хора и общности са по-склонни от други да пожертват подобни неосезаеми неща в името на материалното. Това е особено вярно, ако алтернативата е свързана с лишения. Нерядко, обаче, двете страни на благополучието вървят ръка за ръка. Най-бедните хора в света, лишени от най-необходимото, живеят в замърсена и опасна среда; богаташи, притежаващи материални блага в излишък, се радват на най-приятна и безопасна околна среда.

Все по-често възможностите на човек да се разпорежда както с материални, така и с нематериални активи се определят от равностойността, която глобалната икономика дава в отплата за неговите умения и идеи. Вездесъщият и неизменен закон на търсенето и предлагането вече не признава национални граници. Господстващата позиция в новата световна икономика е достояние на символните аналитици. Особено напреднали са американските символни аналитици. Качеството на университетите в страната е ненадминато; най-добрите начални и средни училища са сред водещите в света; никоя друга страна не осигурява такова качество на практическото обучение в цели региони, специализирани в конкретен вид символен анализ. С това американците могат да бъдат горди.

За другите две големи категории работници, обаче, законът на търсенето и предлагането не предвещава светло бъдеще. Рутинните производственици, изправени пред огромни и бързо растящи маси неквалифицирани и полуквалифицирани работници от целия свят, виждат как доходите

им се стопяват и работните места се изплъзват. Персоналните обслужващи, макар и не така открито изложени на пряка конкуренция, са подложени на косвено въздействие и се озовават във все по-несигурна позиция. Изчерпващите се трудови резерви в границите на Америка може донякъде да облекчат положението им в бъдеще, но конкуренцията от страна на работниците, които иначе биха участвали в рутинно производство, на имигрантите, и от страна на механизацията, може да ликвидира много от потенциалните печалби. Главно вследствие тази тенденция, доходите на американците (както и на гражданите на много други държави) започнаха да се разслояват. Оттук произтича предизвикателството да подобрим жизнения стандарт на мнозинството американци, които сега принадлежат към двете долни категории и не се котират добре в глобалната икономика.

2

Проблемът далеч не е нерешим. Всъщност, диапазонът възможни ходове е пределно ясен. Същинското предизвикателство пред нас е да намерим политическа воля за тяхно осъществяване.

Единствен възможен отговор е да изместим поляризиращите тенденции на новата глобална икономика чрез действително прогресивен подоходен данък, същевременно затваряйки зеещите данъчни пролуки. (Типична пролука: достатъчно голяма, за да мине през нея кола в многочленно семейство, е неуспехът на сегашните нормативни актове да проведат несъстоялото се облагане на нарасналия капитала при смърт на родител, позволявайки по този начин на децата да наследят активи, чиято стойност се е повишила докато родителите им са били живи, без някой да плати данъци за това. Друга пролука: облекченията върху лихвите върху ипотеките, достатъчно големи за закупуване на най-разкошно имение. Трета: ниски и лесни за заобикаляне данъци върху наследства и дарения.)

Националната ни история познава времена, когато идеята за прогресивен подоходен данък не е била смятана за толкова радикална. През 1917 г., в навечерието на [Първата световна война](#)¹, Уудроу Уилсън предложи, а Конгресът узакони, правила за стръмно нарастващ прогресивен данък с горен праг на ставката за индивидуалните доходи 83 процента. През 20-те, горната граница спадна рязко, но през 1935 отново бе вдиганата на 79 процента, този път съчетана с данък върху наследеното имущество. Дори тогава, разбира се, е имало съществени пролуки, но реалният данък за най-богатите американски данъкоплатци все още беше в рамките на 50 процента. Когато Франклин Д. Рузвелт заяви, че никой американец не би следвало да задържа повече от 25 000 долара от спечеленото (еквивалент

¹ Съединените щати влизат в Първата световна война през 1917 г. (бел. пр.)

на 200 000 долара от 1990 г.), никой не го обвини, че си е загубил разсъдъка или отсъди, че си проваля политическото бъдеще. Постепенно, обаче, прогресивният данък бе ерозиран от допълнителни пролуки, извънредни изключения и инфлационно „пълзене из графите“ (което бавно изтикваше работниците с ниски доходи към графи с по-високо облагане), като най-накрая почти изчезна с данъчните реформи от края на 70-те и през 80-те години. В същото време, вноските за социални осигуровки пълзяха нагоре, както и щатските и местни данъци върху оборота, имуществените данъци, потребителските такси, и държавната зависимост от лотариите – като всички откъсваха все по-големи късове от залька на бедните, отколкото от дохода на богатите.

Днешният идеал за прогресивно данъчно облагане изглежда малко ексцентричен в Съединените щати, макар че някои други индустриализирани държави продължават да гледат на него като на жизнеспособно средство за смекчаване на неравенствата в доходите. През 1990 г., процентът на данъка върху доходите на най-богатите граждани на Америка беше най-ниска сред индустриализираните страни.² По-прогресивен подоходен данък, разбира се, не е панацея за все по-големите неравенства в доходите, коренящи се във формиращото се глобално разделение на труда, но поне би смекчил тревожната тенденция. Обратната стратегия – включваща нисък краен данък върху най-високите доходи и засилен обвързаност с вноските за социално осигуряване върху работната заплата, данъци оборот, потребителски такси и лотарии, - ни движи в напълно противоположна посока.

Втори отговор на разширяващата се пропаст е да се въздържахме от класови предразсъдъци, осигурявайки на всяко по-талантливо американско дете възможност да стане символен аналитик, независимо от семеен доход и расова принадлежност. Тук долавяме действителната същност на глобализираната икономика. За разлика от старата, йерархична и донякъде изолирана американска икономика, чиито работни места за бели яки бяха в пропорционална зависимост от броя на сините яки под тях, глобалната икономика не налага никакви ограничения върху броя американци, продаващи символно-аналитични услуги вече по цял свят. Принципно, всички американски рутинни работници биха могли да станат символни аналитици, оставяйки старата си работа да отплува някъде далеч към развиващите се страни. Световното търсене на символни аналитици

² Данните до 1990 г. са събрани от Citizens for Tax Justice (Граждани за данъчна справедливост), Washington, D.C., February 1990. Следва да отбележим, че другите страни също прилагат данък оборот и имуществени данъци, така че не можем да заявим еднозначно, че данъчната система на Америка като цяло е най-регресивна от всички.

расте така динамично, че дори при сегашните условия реалните заплати биха продължили стабилно да растат.

На практика, разбира се, каузата да превърнем болшинството американци в символни аналитици, би била обречена. Нужна е ранна намеса с цел да осигурим храна и здравеопазване на малките деца, които да бъдат обхванати от стимулиращи тяхното развитие предучилищни програми. Дори и най-надарените такива деца не биха могли след време да разчитат на добре платена работа, ако държавата не осигури отлични централизирани училища във всеки град и район, и достатъчна финансова помощ за тези, желаещи да следват. По-нататък, големият брой символни аналитици в страната би изисквал значителни допълнителни инвестиции в университети, изследователски паркове, летища, и други съоръжения, обуславящи символно-аналитичната работа.

И накрая, за да се осигури на американските символни аналитици нужното практическо обучение, правителството би трябвало да подтиква глобалните компании (без значение каква е номиналната им националност) да предоставят на американците условия за откриване и разрешаване на заплетени проблеми. Колкото и нереално амбициозни да изглеждат такива инициативи, множество други общности ги следват: Япония, Южна Корея, Сингапур, и няколко западноевропейски страни са подхванали амбициозни програми за образование, изследвания, инфраструктура и практическо обучение, до една замислени да подпомогнат набирането и отглеждането на символни аналитици.

3

Дори при подобни най-благоприятни условия, съмнително е доколко ще има радикално увеличаване на броя американци, които ще станат научни сътрудници, конструктори, консултанти по мениджмънт, специалисти по маркетинг и реклама, филмови продуценти, режисьори, редактори и издатели, софтуерни инженери, писатели, архитекти, или – дори в случай, че светът действително се нуждае от тях – инвестиционни банкери и адвокати. Така че, търсят се и други варианти. Единият е да увеличим броя американци, способни да прилагат символен анализ в производството и в персоналните услуги. Налице са множество доказателства, например, че достъпът до компютризирана информация би обогатил производствените професии, позволявайки на работниците да регулират гъвкаво потока материали и компоненти, което би довело до по-добър краен ефект. Производствени работници, подпомагани от компютър, чувстват повече отговорност и придобиват усещане за контрол в оперативен план. Престават да бъдат „рутинни“ работници, и фактически се превръщат в

символни аналитици на ниво, непосредствено свързано с производствения процес.³

Разбира се, след като милиони други промишлени работници по цял свят се стремят да усвоят същите водещи производствени практики, американските индустриални работници ще продължат да срещат огромна чуждестранна конкуренция от хора, готови да работят за част от минималната американска заплата. Допълнителното обучение може да преустанови загубата на такива работни места или спадането на работни заплати, но то е далеч от разрешаване на проблемите, които световната конкуренция изправя пред неквалифицираните и полуквалифицирани американски работници.

Подобна трансформация на работата при персонално обслужване, обаче, би имала по-дълготраен ефект. Нека вземем, примерно, касиерка в супермаркет, чийто компютър ѝ помага да следи складовите наличности и да решава кога и какви нови стоки да поръча от фабриката. Вместо да я лиши от нейното работно място, компютърът ѝ позволява да поеме допълнителна отговорност в рамките на предприятието. Броят такива технологически упълномощени работни места е ограничен само от способностите на персоналните обслужващи да се обучават в процеса на работа. Същото означава, че далеч по-малък брой американци ще се нуждаят от солидни основи по математика, фундаментални науки, и навици за четене и комуникация. За сетен път се убеждаваме, че комплексното интегриране на американската работна сила в новите световни икономически реалности зависи от достъпните образование и обучение, както и от доброто хранене и здравни грижи, правещи подобно обучение⁴ възможно.

Накрая, но не на последно място, са проблемите на хора, обречени на продължителна бедност, които не разполагат с кой знае какви предпоставки да станат независими и продуктивни членове на обществото. Ситуацията с тях не подлежи на стандартно облекчение, но на база многообразието изследвания, проведени до днес, можем да извадим поне четири обнадеждаващи заключения. Първо, повечето програми за практическо обучение, насочени към тази група, са ефективни; в тесен смисъл: преминалите ги участници имат повече шансове да бъдат наети, отколкото не-

³ Подготвена по този начин работна сила „може да прилага критични съждения, когато управлява прилежащите машинни системи. Трудът става по-абстрактен, защото зависи от тълкуването и манипулиране на информация... Един нов набор работни операции предоставя безпрецедентни възможности на широк кръг служители да добавят стойност към изделия и услуги.” Shoshana Zuboff, *In the Age of the Smart Machine* (New York: Basic Books, 1987), p. 6.

⁴ Бяха предприети няколко изследвания на видовете обучение, считани за най-полezni. Обобщаващ пример вж. в R. Lerman и H. Pouncy, “Why America should Develop a Youth Apprenticeship System”, Progressive Policy Institute, Policy Report № 5, March 1990.

завършилите ги и разчитащи единствено на социална помощ. Второ, бедните самотни майки имат много повече шансове да завършат програма за обучение и да получат адекватно платена работа, ако имат достъп до услуги за безплатно гледане на деца, докато се обучават. Трето, преди да съумеят да намерят добра работа, болшинството продължително бедни се нуждаят от опреснителни курсове по четене, писане и математика. И най-накрая, децата на бедните се справят малко по-добре в училище и имат повече шанс да си намерят работа впоследствие, ако преди да започнат училище, преминат интензивна предучилищна подготовка.⁵ Не е отвъд техниката или възможностите на нашето общество да предоставим шанс на много от най-онеправданите негови членове да водят пълноценен и продуктивен живот.

4

Краткото представяне на възможностите за подобряване положението на глобално уязвимите граждани на Америка не е замислено като безусловен наръчник; целим по-скоро да очертаем насоките за политика, в които вероятно ще бъдат открити подобни решения. Далеч съм от мисълта да подценявам трудностите по създаване и ефективно прилагане на такива средства; целя единствено да покажа, че те не са нито тайнствени, нито непостижими за нас. Фундаменталният проблем не е изнамирането и прилагане на решения. Същинска трудност представлява набирането на политическа воля да се заемем с тях. Доброто образование, обучение, здравеопазване и държавна инфраструктура – достъпни за всички американци, - няма да бъдат евтини.

Читателят би могъл уместно да възрази, че „повече пари” не е решение. Явно е, че това не е цялото решение. *Методите* на образование, обучение, здравеопазване, градене и поддръжка на инфраструктура, сигурно могат да бъдат подобрени. След като, обаче, парите може да не стигнат, значи те сигурно са необходима предпоставка, а лекомисленото допускане, че пари вече са били щедро насочвани в тези направления, е невярно, както ще видим с повече подробности в следващата глава.

Ако са нужни допълнителни разходи, кой ще плаща? Болшинството работещи американци, вече усещащи тежък данъчен товар, не могат да си позволят да носят нарасналото финансово бреме на непосилни обществени разходи. Редно е, вместо това, той да бъде поет от единствената група американци, чиито доходи нарастваха – нашите символни аналитици.

⁵ За обобщение на изследването, откъдето са почерпени нашите изводи, вж. P. Cottingham и D. Ellwood (редактори), *Welfare Policies for the 1990s* (Cambridge: Harvard University Press, 1989)

Тяхно задължение, разбира се, са разходите за всякакви промени в данъчните закони, направени с цел преразпределяне на доходите и така – за намаляване на поляризиращото влияние на глобалната икономика на американска територия.

Целият въпрос, всъщност, засяга степента, до която заможните граждани на Америка – главно в лицето на символните аналитици, които като получатели на около половината национален доход представляват основна част от най-заможната една пета от населението, - са склонни да носят това бреме. Тук обаче е скрит един парадокс: Когато икономическите съдби на американците се разминават, горната група може да изгуби дълго пазеното чувство за връзка с най-долната една пета, или даже с подолните четири пети, което би мотивирало такава щедрост.

За ирония, докато останалата част от нацията става по-зависима икономически от всякога от заможната една пета, горната една пета става все по-слабо зависима от останалата част. Икономическата взаимообвързаност, която Токвил забеляза в Америка на деветнадесети век, си отива безвъзвратно. Все по-често богатата една пета продава опит на глобалния пазар и може да поддържа и повишава жизнения си стандарт, и този на децата си, дори в периоди, когато стандартът на останалите спада. Благосъстоянието им вече не зависи изключително или преимуществено от производителността, покупателната способност, или размера на доходите на другите четири пети от населението. Американският ръководен компютърен инженер, свързан с глобалната си мрежа чрез компютър, модем и факс, е зависим по-скоро от инженер-конструктори в [Куала-Лумпур](#), производители в Тайван, банкери в Токио и Бон и специалисти по продажби и маркетинг в [Париж](#) и [Милано](#), отколкото от рутинните производствени работници във фабриката в същия град.

И, все пак, без подкрепа от заможната една пета, би било почти невъзможно да се осигурят ресурси и политическа воля промяната да бъде прокарана. Към тази тема предстои да се обърнем в следващата глава.

Спад в държавните инвестиции

Историята прелива от примери за личности, жадуващи да скъсат отношения с други хора. През деветнадесети век, [Южните щати опитаха](#) да се откъснат от [Съюза](#). Векове по-рано, [Мартин Лутер](#) поведе разцеплението в католическата черква. Докато пиша тези редове, поляци, унгарци, източно германци и литовци, опитват да сторят същото със Съветската империя. [Стейтън Айлънд](#)¹ би желал да се отцепи от Ню Йорк. Разколът е познат и на инженерите по високи технологии, инвестиционните банкери и адвокатите, които се цепят от свои делови съдружници с цел да започнат собствен бизнес. Много работещи жени в наши дни могат да си позволят преустановяването на нещастен или неизгоден брак. Причините за подобни разриви са всякакви но там, където присъства материален мотив, той обичайно е следствие от становище, че ще се оправят по-добре сами. Съюзът е неоправдано скъп и скучен, а младите кариеристки нямат намерение да субсидират вечно партньор, който не може да се оправя сам с живота.

Радялата може да не бъде явна. Не е нужно и обявяване на война или официално прекратяване на договор. Разривът може да протече безгласно, почти неусетно, както в брака, когато отношенията бавно изстива. Един ден партньорите се събуждат в различни светове. Откриват, че вече не са членове на общо семейство.

Нещо подобно се случва в Съединените щати. Американските символни аналитици се цепят от останалите американци. Разделението има множество форми, но произтича от неизменна икономическа реалност. Новата група американци вече не зависи, както някога, от стопанското поведение на останалите американци. Вместо с тях, символните аналитици са свързани с глобалните инициативни мрежи, към които пряк добавят стойност.

Разделението се случва бавно и без фанфари. За много символни аналитици (в това число за мен и, може би, вас), то протичаше неосъзнато и

¹ Стейтън Айлънд – остров и трети по големина район в Ню Йорк (бел. пр.)

непреднамерено. Докато символните аналитици се кълнях в преданост към нацията с неизменна искреност и патос, новите глобални източници на икономическото им благосъстояние неусетно са променяли тяхното разбиране за стопанска роля и социална отговорност.

2

Вече откриохме конкретна форма на разделение: намаляващия данъчен натиск над символните аналитици и засиленото бреме (в т.ч. социално-осигурителни вноски, данък оборот, потребителски такси, имуществени данъци и лотарии) върху американците с по-ниски доходи. Паралелно с отместването на данъчното бреме, правителството прекрати финансирането на програми, които биха направили по-бедните четири пети от населението по-производителни, чрез повишаване на квалификацията и съдействие при транспортиране на самите тях и продукцията им до крайния пазар.

Двете явления – изместване на данъчното бреме от по-богатите към по-бедните американци, и свиване на държавното финансиране – закономерно вървят в комплект, защото по-бедните американци не биха могли да плащат за държавни програми, дори ако тези програми биха им осигурили по-добро заплащане в перспектива. Биха могли да се очакват единствено данъчни бунтове от страна на американци с нисък и среден доход в случай, че данъчното бреме се наклони допълнително в тяхна вреда.

В ранните следвоенни години държавните разходи за образование, преквалификация, автомагистрала и други „социални придобивки“ минаваха пред по-богатите, като се изтъкваше благотворният им ефект върху нацията като цяло. Логиката на Токвил за „осъзнат собствен интерес“ стоеше зад много от инициативите по него време. Напоследък, обаче, когато символните аналитици вече не зависят пряко другите американци, традиционното тълкуване загуби част от своя резон.

Нека вземем инфраструктурата. Множество американски символни аналитици предават свои идеи по собствени телекомуникационни системи и пътуват с частни авиолинии. Болшинството трудови хора разчитат преди всичко на обществени пътища, мостове, пристанища, автобуси и подземни железници, когато добавят стойност. Въпреки това, разходите за подобряване и поддръжка на транспортни и комуникационни съоръжения в Съединените щати непрекъснато спадат. През 50-те години, нацията се захвана да построи съвременна транспортна система. Инфраструктурата тогава ежегодно поглъщаше над 6 процента от невоенния национален федерален бюджет, или малко под 4 процента от brutния национален

продукт, който дял се запази неизменен почти до края на 60-те години. Държавните разходи за националната транспортна схема спаднаха през 70-те, и още по-рязко през 80-те години, до момента, в който страната харчеше само 1,2 процента от невоенния бюджет (около 3 процента от БНП) за строителство и поддръжка на инфраструктура. Оттам изскочи призракът на срутващи се мостове и разбити шосета. През 1989 г., Министерство на транспорта на САЩ пресметна, че само за ремонти на 240-те хиляди моста в страната ще са нужни 50 милиарда долара; за ремонти на националните автомагистрали – 315 милиарда долара. Разходите за нова инфраструктура бяха съкратени дори още по-драстично: от 2,3 процента от БНП през 1963 г., на само 1 процент през 1989 г.²

Оттеглянето на федералното правителство протече твърде явно. Към края на 80-те години, Вашингтон инвестираше годишно в инфраструктура почти същите средства (пресметнати при същия курс на долара) колкото тридесет години по-рано, макар че брутният национален продукт бе нараснал със 144 процента за същия период. Дългосрочните инвестиции спаднаха от над 24 процента от общите федерални разходи през 1960 г., до под 11 процента през 1991 г.³ И много от това, което федералното правителство *наистина даде* в последните години, бе насочено за градски конгресни центрове, офис-паркове, изследователски паркове и други придобивки, използвани главно от символни аналитици.

Инвестираните в държавното основно и средно образование средства следват същия тренд. Множество политици и стопански ръководители (и много редови граждани) убедено отстояват, че кризата в държавното образование не произтича от недостиг на държавни средства. В основанието на тяхната позиция – че има много начини за подобряване на американските училища, несвързани с големи държавни разходи, - сигурно има резон. Пренасянето на отговорността за това какво и как да бъде преподавано надолу към учители и родители и свалянето ѝ от образователната система е една от тези стъпки (аналогична на изместване на отговорността в корпорацията от йерархиите на масовото производство към високостойностните мрежи). Друг вариант е да бъде предложен на родителите определен набор учебни заведения, които детето им би могло да посещава

² Данните са любезно предоставени от Министерство на търговията на САЩ. Вж. също изчисленията на Brian Cromwell, "Capital Subsidies and the Infrastructure Crisis", *Economic Review*, Federal Reserve Bank of Cleveland, 1989.

³ Числените данни са заимствани от David Ascauer, "Is Public Expenditure Productive?" *Journal of Monetary Economics*, March 1989, pp. 171 – 200, и от Alicia Munnell, "Productivity and Public Investment", *New England Economic Review*, January-February 1990, pp. 3 – 22

(дотождна, доколкото най-бедните деца, чиито родители най-малко биха желали или могли да избират, не се задържат дълго в лошите училища). Но да се твърди, че този вид реформа би бил достатъчен, не е особено остроумно. За да имаме по-малки класове и да привлечем по-добре подготвени учители, ще са ни нужни повече средства.⁴

С поправка за инфлацията, държавните разходи за начално и средно образование на един ученик се увеличиха от средата на 70-те, но не много по-бързо, отколкото за предишния петнадесетгодишен период. Между 1959 г. и началото на 70-те, годишните разходи на ученик растяха със съществения 4,7 процента в реално изражение – с повече от цял пункт над растежа на брутният национален продукт на глава от населението; след 1975 г., годишните разходи на ученик продължиха да растат с около 1 процент по-бързо от покачването в БНП на глава от населението. Има няколко причини да се счита обаче, че въпросното нарастване не е реално. По-важна е мярката по отношение на това, което харчат другите страни. Към края на 80-те години, американските разходи на ученик (обърнати в долари по курса от 1988 г.) бяха по-ниски от разходите на ученик в осем други страни, в т.ч. Швеция, Норвегия, Япония, Дания, Австрия, Западна Германия, Канада и Швейцария.⁵

Ако оставим сравненията настрана, търсенето на държавно образование в Съединените щати се е увеличило значително през последните петнадесет години, вследствие растящия брой разпаднали се домакинства, семейства с един родител, имигранти (легални и незаконни) и деца в бедност. В сила е неопровержимият факт, че надарените личности не изпит-

⁴ Това, че по-малки класове и по-квалифицирани учители дават по-добро образование е сред малкото твърдения, с които са съгласни повечето изследователи на образованието. Вж., напр., David Kord и Alan Krueger, "Does School Quality Matter? Returns to Education and the Characteristics of Public Schools in the U.S.", National Bureau of Economic Research, Working Paper № 3358, May 1990. Вж. също R. Eberts, E. Schwartz и J. Stone, "School Reform, School Size, and Student Achievement", *Economic Review*, Federal Reserve Bank of Cleveland, Vol. 26, № 2, June 1990.

⁵ Международните сравнения са опасен прецедент, не само поради различни критерии и оценки, използвани в отделни страни, но и защото отделни общества може да са поставили специфични цели пред образователните си системи. Меродавен е и въпросът как да провеждаме измервания при различни обменни курсове. Използването на курса от 1985 г., когато доларът бе най-висок спрямо валутите на други индустриално развити държави, поставя Съединените щати на четвърто място, но подобно сравнение е очевидно изкривено от нереално високия долар по него време. За тези и други референтни критерии, вж. *Digest of Educational Statistics* (U.S. Department of Education, National Center for Education Statistics, Washington, D.C. 1988). Вж. също M. E. Rasell и [L. Mishel](#), "Shortchanging Education: How U.S. Spending on Grades K-12 Lags behind Other Industrialized Nations", Economic Policy Institute, January 1990.

ват особени влечение към американското училище, както преди двадесет години: предишните поколения американски ученици бяха облагодетелствани от ограничените възможности за развитие на талантиливи жени в професии, различни от учителска. Към края на 80-те, възпиращият фактор бе отстранен. Талантливи жени (и мъже) се търсеха в широк диапазон професии. Законът за търсенето и предлагането не отпада зад училищната врата: ако за учители трябва да бъдат привлечени подходящи личности, учителската професия трябва да бъде добре платен дотолкова, че да стимулира нужните кандидати. Въпреки това, средните учителски заплати през 1990 г. (коригирани с инфлацията) бяха само 4 процента по-високи, отколкото през 1970 г., когато изборът на кариери беше съвсем ограничен.

В крайна сметка, средните цифри за средства на един ученик в Съединените щати прикриват растящите разлики между отделни щати и училищни окръзи. През 80-те години, федералните помощи за основното и средно образование спаднаха с една трета. Щатските и местни власти събраха парите, но за някои товарът се оказа непосилен. Макар че разходите на едни ученик нараснаха в по-богатите щати и училищни окръзи, много от по-бедните щати и окръзи – сблъскали се с особено тежки социални проблеми – полагаха сетни усилия да финансират държавно образование с критично качество. Въпросът е важен и ще се върнем на него е една от следващите глави.

През времето, когато осигуряването на безплатно дневно гледане на децата на символни аналитици вече бе правило за юридическите фирми, компаниите за управленски консултации и инвестиционните банки, държавното финансиране на предучилищно образование за бедните деца съществено спадна. През 1989 г., под една пета от бедните деца на 3 и 4 години имаха възможност да участват в Хед Старт (Head Start) – предучилищна програма, струвала около 4000 долара на дете. (Завършилиите тази програма имаха повече шанс впоследствие да получат гимназиална диплома, да следват и да си намерят работа, отколкото техни връстници, неучаствали в програмата.⁶) За разлика от тях, почти две от всеки три четиригодишни деца от семейства с доход над 35 000 са посещавали предучилищни заведения през 1989 г.⁷ (В момента, в който пиша тези редове, администрацията на Буш предлага увеличено финансиране, което да позволи на повече бедни четиригодишни деца да участват в Хед Старт. Иници-

⁶ За оценка на програмата Хед Старт, вж. R. Darlingston и I. Lazar, "The Lasting Effects after Preschool", U.S. Department of Health and Human Services (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1979)

⁷ Цифрите са заимствани от Children's Defense Fund, Washington, D.C.

ативата е добре дошла, но дори и при тази подкрепа, програмата ще подпомага под една трета от всички нуждаещи се от подкрепа деца.⁸⁾

Наред с това, поради правителствени съкращения, множество способни американски младежи вече нямат достъп до федералните долари, единствена надежда на редица от тях да завършат висше образование. Обучението в държавните и частни университети поскъпна средно с 26 процента през 80-те години (коригирани спрямо инфлацията), докато доходите на семействата от средните и долни слоеве американски домакинства спаднаха. Вместо да запълни растящата пропаст, обаче, правителството съдейства за нейното разширяване. През 80-те години, гарантираните студентски заеми спаднаха с 13 процента – ознаменувайки пренебрегването на още едно доскорозно обещание.

През 1965 г. нацията реши, че всички ученици, допуснати да следват в колеж, трябва да имат равен достъп до висше образование. Приетият вследствие Закон за висшето образование⁹ учреди система стипендии и гарантирани кредити за студенти с нисък доход, увеличавайки дела студенти от семейства в лишения от 22, на 26 процента. Към 1988 г., обаче, при намаляващ брой студенти със стипендии и гарантирани заеми, делът студенти от семейства със средни и ниски доходи отново спадна под 20 процента.¹⁰ За пръв път в историята на нацията, частта от населението, следваща в колежи, започна да спада; младите мъже между 25 и 34 години по-рядко имат завършен четиригодишен колеж, отколкото бейбибумърите непосредствено преди тях. Високата цена на образованието е допринесла за изтичането им от колежа.¹¹

⁸ Вж. "Competitive Assessment of the President's Fiscal Year 1991 Budget", Council on Competitiveness, Washington, D.C., May 1990, pp. 6 – 7. Там, където предучилищните програми за бедни деца имаха повече учители и социални работници, отколкото обикновено в програмата Хед Старт, децата показваха определен най-голям напредък. Вж. Jean Layzer, "Evaluation of New York City Project Giant Step", Apt Associates, Cambridge, Mass., April 1990. Вж. също Amy Stuart Wells, "Preschool Program in New York City is Reported to Surpass Head Start", *The New York Times*, May 16, 1990, p. B7

⁹ Higher Education Act (бел. пр.)

¹⁰ Данните са от American Higher Education Research Program, American Council on Education, 1989. Вж. също Barbara Vobejda, "Class, Color, and College: Higher Education's Role in Reinforcing the Social Hierarchy", *Washington Post Weekly Edition*, May 15 – 21, 1989, p. 6

¹¹ До 90-те години, всяко поколение американци беше по-добре образовано от предходното. През 1980 г., 25 процента от мъжете между 25 и 34 години бяха завършили четиригодишен колеж; към 1990 г. такива бяха 31 процента от мъжете в нея възрастова група. Но през 1990 г. по-младите мъже бяха по-ниско образовани от поколението преди тях: 25 процента бяха завършили четиригодишен колеж, в сравнение с 27 процента от същата възрастова група през 1980 г. Младите жени, обаче, ставаха малко по-добре образовани: през 1990 г., 24 процента от жените между 24 и 35 години бяха завършили четиригодишен колеж, а сред групата от 35 до 44 години, процентът беше 23. Ibid.

Държавното финансиране за обучение и преквалификация на работници междувременно спадна с над 50 процента през 80-те години – от 13,2, на 5,5 милиарда долара.¹² Частното обучение, разходите за което корпорациите приспадаха от облагаемия с доход, едва ли е запълнило разликата. Американските корпорации претендират, че изразходват около 30 милиарда долара годишно за обучени на наетите работници, но по-голяма част от тези фондове се изразходва за това, което носи евфемистично наименование „обучени на ръководителите.“¹³ Подобно обучение, естествено, е достъпно само за най-самоотвержени (подобавашо оценени) служители. Завършилиите колеж имат 50 процента повече шанс да получат допълнително обучение на работното място от завършилиите само гимназия; във високотехнологичните отрасли служителите с научна степен имат два пъти повече шансове да преминат обучение от просто завършилиите колеж.¹⁴ Обучение, следователно, се осигурява на тези, които имат най-малка нужда от него.

3

Официалните причини, служещи като оправдание защо Америка не може да инвестира повече пари в инфраструктура, образование и обучение са, че ние (американците) не можем да си го позволим. В обръщението си при стъпване в длъжност, Джордж Буш със съжаление отбеляза: „Ние имаме повече воля, отколкото кесия“ – често масово оплакване. Само излишна учтивост, обаче, би ни възпряла да запитаме: чия воля? Чия кесия? Дори ако нужните средства не могат да бъдат пренасочени от други пера на федералния бюджет – лековерен оптимизъм, предвид броя бомбардировачи Б-1 и цялата военна екзотика, предназначена да ни опази от комунистите, повечето от които вече не съществуват (като такива), - твърдението, че Америка не можела да си позволи да похарчи повече с

¹² Данните са заимствани от “Unprotected: Jobless Workers”, Center on Budget and Policy Priorities, Washington, D.C., 1989

¹³ Докато точното съдържание на този хлъзгав термин трудно се поддава на дефиниция, моят личен опит би могъл да хвърли малко светлина по въпроса. Повече от веднъж се е случвало да ме наемат като лектор на група ръководители, които, след два интелектуално напрегнати часа с мен, поемат своите нелеки дневни обязанности: разкошен обяд, последван от сладолед с тенис или голф, и накрая за десерт изискан коктейл и вечеря с пет блюда.

¹⁴ L. A. Lillard и H. W. Tan, “Private Sector Training: What are Its Effects?”, Report to the Department of Commerce, Rand Corporation, Santa Monica, Calif., 1986.

цел да подпомогне производителността на съвкупното си гражданство, звучи най-малкото възстранно.

През 1989 г., американците имаха около 3500 милиарда за харчене след плащане на данъците. Долните четири пети от населението разполагаха с малко под половината от тази сума (около 1745 милиарда), което не им позволи да потребяват повече, отколкото десет години по-рано; коланите им бяха стегнати, както и преди.¹⁵ Горната една пета от населението, съставена главно от символни аналитици, получи останалото (към 1755 милиарда долара) – повече, отколкото другите четири пети взеха заедно. Съответно, символните аналитици значително отпуснаха коланите. Припомням, че доходите им растяха средно с 2 до 3 процента годишно с отчитане на инфлацията (за най-заможната една десета, още по-бързо), дори докато доходите на другите американци стагнираха или спадаха.

Докато средните работещи американци вероятно напълно справедливо усещат, че по-голяма част от дохода им отива за данъци (включително вноски социално осигуряване върху работната заплата, данък оборот и имуществени данъци), данъчното бреме в Америка като цяло не се е покачвало от средата на 60-те години. Общите данъчни постъпления възлизаха на 31,1 процента от БНП през 1969 г., 31,1 процента през 1979 г., и 32 процента през 1989 г. Товарът просто се премести от относително богатите, към относително по-бедните американци.

Ако данъчните скали бяха прогресивни дори като тези от края на 1977 г., символните аналитици щяха да платят приблизително 93 милиарда повече данъци, отколкото фактически внесоха през 1989 г.¹⁶ Между 1990 и 2000 г. щяха да дадат над един трилион долара в повече. Въпросната лична кръгла сума, добавена към парите, които вече няма да се харчат за оръжейни системи и голяма постоянна армия,¹⁷ би възлязла на почти 2

¹⁵ Противно на масово разпространеното мнение, че американците спестяват твърде малко и харчат безразборно, фактическото потребление на долните четири пети от американското население едва ли е нараснало въобще през 80-те години. Само заможната една пета от домакинствата отбелязва бързо покачване на реалното потребление през него период. Вж. Robert R. Blecker, *Are We on a Consumption Binge? The Evidence Reconsidered* (Washington, D.C.: Economic Policy Institute, January 1990)

¹⁶ Почти цялата тази сума щеше да бъде платена от горните 10 процента получатели на доходи. Сметките са от *Inequality and the Federal Budget Deficit* (Washington D.C.: Citizens for Tax Justice, March 1990)

¹⁷ Ако военните разходи устойчиво намалят през десетилетието на 90-те с около 50 процента, общите икономии към 2000 година биха наближили 1 трилион долара.

трилиона – съществена вноска за подобряване продуктивността на останалото население.¹⁸

Към момента, в който пиша настоящите редове, не ми е известно да има вълна на подкрепа сред стопански ръководители и политици за повишаване на данъците върху горната една пета американски платци на фиска. Бюджетният компромис от 1990 г. бе действителна малка стъпка обратно към прогресивно облагане, но не и цялостна промяна на подхода. Ходът на администрацията във Вашингтон всъщност бе просто опит да намали данъците върху растежа на инвестиран капитал. Дежурното оправдание за понижаване, вместо повишаване, на федералните данъци на богатите инвеститори (собственици на повечето такива инвестиционни активи) е, че подобна стъпка би ги мотивирала да вложат спестените средства в нови предприятия. Разчита се лакоми печалбари и изявени егоисти да тласнат икономиката напред. В случай, че не щеш ли, възникнат съществени фискални икономи покрай рухването на съветския комунизъм и възникналите трудности по намиране на опасни врагове, срещу които да се въоръжаваме, администрацията (съвместно с цяла категория икономисти, стопански лобисти, и учени-консерватори) вече е изявила непоколебима решимост да използва спестените средства за по-нататъшно съкращаване на данъци и дефицити във федералния бюджет, вместо за държавни инвестиции в образование, обучение и инфраструктура. Логиката, залегнала зад тази позиция (ако „логика“ е удачно определение) заслужава по-нататъшен задълбочен анализ.

¹⁸ Не сме включили стойността на спестявания, текущо погасени заеми и сметки, защото погасяването не е нищо повече от едно голямо прехвърляне на средства от американските данкоплатци към други американци. Погасяването фактически не изтощава осъдни ресурси.

Полза от рудиментарното мислене

По силата на мимолетна игра на родовата фантазия, обикновеният човек получава право да мисли, че има някакъв метафизичен дял в печалбите, полагащ се на бизнесмените, които са граждани на същата „общност“.

ТОРСТЕЙН ВЕБЛЪН,

Теория на деловата инициатива (1904)¹

Данъците за богатите трябва да бъдат намалени, обществените разходи – да бъдат орязани, а държавният бюджетен дефицит - съкратен. Изключително модните към последното десетилетие на XX-ти век мантри са вече почти символ на вярата сред множество политици в Съединените щати и други страни в погрешната идея, че капиталът на една нация е предопределящ нейното бъдещо богатство фактор. Основани са на същите рудиментарни схващания за икономиката, с които вече се запознахме.

Съгласно този традиционен възглед, цялата национална стопанска дейност е разпределена между частния и обществен сектори. Общественият изразходва средства, докато частният ги печели и инвестира. Частните инвеститори финансират изследвания и разработки, фабрики и оборудване, предоставящи на нацията висок жизнен стандарт. Всичко останало бива считано за потребление. Въз основа представената опростенческа картина изниква предупреждение, отправяно с нарастваща тревога: че разходите в обществения сектор трябва да бъдат контролирани с цел да не „отблъснат“ частните инвеститори, намалявайки по този начин възможностите на нацията да печели средствата, които харчи. (Отчетите за националния доход, често водещи до затвърждаване на подобни опростенчески сценарии, третират всички дейности в обществения сектор като разходи, а не като инвестиции.) Частните инвестиции, на свой ред, биват възприемани като територия на богатите, които, за разлика от бедните,

¹ Thorstein Veblen*, *The Theory of Business Enterprise* (бел. пр.; *вж. [тук](#))

печелят достатъчно, за да си позволят да инвестират всичко свръх потребното от тях. Богатите, разбира се, следва да бъдат подobaващо мотивирани да предприемат подобно благодеяние – което предполага, че данъчното облагане следва да бъде облекчено.

2

Подобна картина, разбира се, никога не е отговаряла напълно на действителността. Дори преди век в Америка, правителствените разходи за пътища, канализация, жп-линии и училища бяха инвестиции в бъдещето на нацията не по-малко от нови фабрики и машини. Резонна бе обаче и тревогата, че правителствените разходи може да „изтикат“ частните инвестиции. Когато капиталът преминаваше не така свободно държавните граници, донякъде бе вярно, че цената му във всяка страна зависеше от нивото на националните спестявания. Ако гражданите на една държава не можеха да спестяват част от спечеленото, или правителството прибираще под формата на данъци и после харчеше преобладаваща част от набраните средства, само малка част от националния капитал би останала на разположение за частни инвестиции в изследвания, фабрики и оборудване на държавно ниво. И понеже предлагането на капитал бе оскъдно а търсенето твърде оживено, лихвите по кредити щяха да отбележат закономерен скок. Вследствие, много перспективни частни инвестиции щяха да бъдат отложени във времето. Националният растеж би замрял.

През 90-те години, обаче, спестяванията на множество нации формираха огромен поток, преливащ отвъд всякакви национални граници в търсене на по-добра възвръщаемост. Вследствие, спестяванията на една нация лесно формираха инвестиции в друга. Не само чуждестранни спестявания постъпваха в Съединените щати; частни спестявания на американците достигаха локации по целия свят, понякога вземайки участие в широкомащабни операции на глобални корпорации американска собственост, друг път в компании, чиито контролен пакет бе притежание на чужденци. Спестяванията на богати американци вече не „капеха навътре“ (съгласно уместната фразеология на консервативните икономисти) към американските корпорации и оттам – към целокупното американско население. Ако трябва да сме по-точни, тези им спестявания „капеха навън“ към всяко място на глобуса, където възникнеше шанс за по-добра инвестиция.

Все по-лесното глобално движение на капитали по целия свят отслаби зависимостта между нивото национални спестявания и цената на капитала в дадена държава. Всъщност, считано към последното десетилетие на

XX-ти век, цената на капитала във всички напреднали държави почти се уеднакви.² Това означава, разбира се, че намаляването на обществените разходи и снижаването на данъци за богатите американски инвеститори ще имат слабо пряко отношение към обема частен капитал, инвестиран в национални фабрики, оборудване, изследвания, и разработки.³

Налице е, обаче, растяща зависимост между количеството и вида разходи, предприети от *обществения* сектор, и наличните стимули за инвеститори от цял свят. Оттук произтича новата логика на икономическия национализъм: Уменията на работната сила в страната и качеството на инфраструктурата ѝ я правят уникална и привлекателна по своему за световната икономика. Инвестициите в относително неподвижни фактори на глобалното производство са главна отлика между нациите; парите, напротив, са лесно подвижни в географско измерение.

Работна сила, образована и умееща да извършва сложни операции, и която може лесно да пренася плодове от своя труд навсякъде, ще привлече глобални инвеститори. Благотворен ефект в това отношение оказва симбиозата между добре обучена работна сила и модерна инфраструктура, които привличат глобалните инициативни мрежи, заинтересовани да инвестират и предоставят на служителите относително добра работа; подобна работа, на свой ред, предполага допълнителни практическо обучение и опит, които пък силно стимулират навлизане на още глобални мрежи. С нарастване на уменията и натрупания опит, гражданите на държавата добавят все повече стойност в рамките на световната икономика, получавайки все по-високи възнаграждения и подобрявайки жизнения си стандарт.

² Въпросът колко тясно са свързани националните спестявания с цената на капитала, бе тема на оживени дискусии през 80-те. През 1980 г., Мартин Фелдстейн и К. Хориока твърдяха, че зависимостта е пряка и че измененията в националната норма на спестяване непосредствено повлияват националната норма на инвестиции ("Domestic Saving and International Capital Flow", *Economic Journal*, vol. 90, 1980, pp. 314 - 29). Когато обаче контролът върху междудържавните трансфери на капитал отслабна и технологията и инфраструктурата за глобално движение на капитали напреднаха достатъчно, стойността на капитала в различните страни започна да се уеднаквава. През 1990 г., не би имало практически никаква разлика в лихвените проценти по заеми в най-големите индустриални държави в случай, че договорите бяха в единна валута. Иначе контрактите в различни валути, разбира се, ще продължат да отразяват специфични инфлационни рискове и текущи изменения в специфичната стойност на валутите. Вж. J. Frankel, "Qualifying International Capital Mobility in the 1980s", National Bureau of Economic Research, Working Paper № 2856, February 1989.

³ Увеличаване на обществените разходи или спад в спестяваният на коя да е страна, разбира се, свива съвкупния обем спестявания в *глобален* план и упражнява лек натиск към покачване на лихвените проценти *като цяло*.

Без подобаващи умения и инфраструктура, обаче, упражняваният ефект може да бъде обратен: порочен кръг, в който глобални инвестиции биват стимулирани единствено с относително ниски заплати и данъци. Подобни улеснения, на свой ред, правят все по-трудно за държавата да финансира подходящи образование и инфраструктура тепърва; изпълняваните дейности не предоставят никаква или почти никакви възможности за обучение и опит, благоприятстващи евентуална по-сложна работа тепърва, и т.н.

3

Какво произтича? Благотворна или порочна връзка със световния капитал? До голяма степен всичко зависи от неявния социален избор, скрит в деликатния баланс между социална воля и тежина на обществената кесия.

Правилното възприятие на националната икономика като подобласт на глобалното стопанство прокарва фундаментални разграничения между инвестиции и потребление – между средства, вложени във фактори, предопределящи бъдещо благосъстояние и пари, похарчени за задоволяване на текущи нужди и желания. Такава логика обяснява защо, противно на възприетото сред широки правителствени кръгове и в обществото верую, няма нищо чак толкова страшно в това да си длъжник на чужденци – до толкова, доколкото заемите са вложени в производствени предприятия, училища, пътища, и други фактори за увеличаване на производствения капацитет. Всъщност, използването на заеми с такава цел е за предпочитане пред поддържането на балансиран бюджет чрез съкращаване или отлагане на подобни инвестиции. Дълговете са проблем само ако парите са похарчени за потребление. Всеки разумен бизнесмен схваща резона на подобен принцип: В случай на необходимост, заемаш средства, които инвестираш в по-голям капацитет на своето предприятие. Веднъж достигнато, по-високо ниво производителност ти дава възможност да изплатиш дълга и да се радваш на по-високи печалби впоследствие. Проблеми възникват, обаче, ако вместо да инвестираш заетите пари в производствени мощности, ги пръснеш по скъпи ресторанти или на конни надбягвания. За съжаление, именно това правеше богатата една пета от американците като цяло през по-голяма част от 80-те години.

Повече инвестиции са необходими, но не достатъчни. Следва да бъде правена разлика между инвестиции, добавящи стойност към влаганото от гражданите на държавата при изпълнение на тяхната работа, от средства просто влагани в доходоносни активи някъде по широкия свят. Инвести-

циите в производствени фактори, уникални за конкретна страна – и особено такива в нейните граждани и всякакви транспортни и комуникационни системи, свързващи ги помежду им и с останалия свят, - са решаващи за бъдещето на страната. Определящ фактор е това, че печалбата от човешки капитал расте за сметка на постъпленията от финансови активи, а също и защото такива държавни инвестиции помагат именно гражданите на страната да добавят стойност в глобалната икономика.

Накратко, бъдещият жизнен стандарт на американците, както и този на гражданите на други държави, зависи от способността им да потискат съвкупното потребление (обществено и индивидуално), като в същото време инвестират в свои уникални ресурси – човешки и инфраструктурни – стимулирайки по този начин глобални инвеститори да вложат допълнителни средства. Подобна логика предполага стратегия, различна от подхода, допускащ и поощряващ богати членове на обществото да задържат все по-голяма част от спечеленото, намалявайки обществените инвестиции. Парадоксът е в това, че лидерите на Америка възприеха именно втория подход през последното десетилетие на двадесети век.

Политици и стопански лидери бързат да отбележат приоритетното значение на националния икономически просперитет, преди да осъзнаят същината на американската стопанска мощ. ”Повишеният икономически капацитет е ... съществен за успеха в глобалната надпревара с изгряващите икономически свръхсили”, отбелязва администрацията на Буш при представяне на бюджета за 1991 г. пред Конгреса. „Ето защо, първостепенен въпрос по бюджета (и във връзка с икономическата политика, заложена в него), е: Как може той най-добре да запази и увеличи мощта на Америка, тласкайки американската икономика към все по-големи възможности за лидерство и растеж?”⁴ Поставяйки правилен въпрос, бюджетните брамини на Буш му отговориха наопаки. Режеха месо до кокал – защитаваха икономии на обществени инвестиции в инфраструктура, образование, обучение, и свързаните с тях обществени програми, паралелно с намаления в данъците върху нарастване на капитала. „Националната икономическа мощ” бе негласно приравнена с доходите, на разположение на богатите американци и предполагаемата склонност на богатите да ги вложат по начини, от които биха спечелили останалите американци. По-нататък администрацията обяви, че ако последват някакви икономии вследствие по-скромните отбранителни разходи, те ще бъдат пренасочени към съкращаване на бюджетния дефицит, вместо за повече инвестиции в училища, пътища, и други обществени блага.

⁴ Встъпителна реч при представяне на бюджета с Конгреса, 1 февруари 1990 г.

Възможни са две обяснения на подобна твърда непреклонност. По-оптимистичното и по-малко цинично гласи, че инак интелигентните мъже и жени на отговорни постове в американското правителство, просто не са вникнали докрай в глобалните икономически промени, рожба на новата действителност. Доводите, на които базират своите ежедневни решения и напътствия към нацията, са от времето, когато икономката на Америка беше сравнително затворена и организирана на база масово стандартизирано производство. Американските лидери не са по-различни от болшинството останали американци – продукт и носител на рудиментарно мислене. Такова е оптимистичното обяснение, съпроводено от надежда, че с времето американските лидери – болшинството сред които символни анализатори – ще осъзнаят новата реалност и ще променят своите решения и препоръки по разумен начин; по-умерено го прави допускането, че водачите на нацията са водени поне отчасти от грижа за добруването на победните свои съграждани. А на следващата страница ще пристъпим към друго, не толкова благовидно и по-малко филантропско, тълкуване на проблема.

Новата общност

Айлиът, щат Ню Йорк, е разделен на три части. В Северозападната са мениджърите, инженерите и държавните служители, и малко професионалисти; в североизточната част са машините; а на юг, оттатък река Ирокез, са районите, известни тук като заселниците, където живеят почти всички хора.

КЪРТ ВОНЕГЪТ младши,
Пианистът (1952)

Хипотезата, че донякъде рационален промисъл, а не невинна заблуда, стои зад безразличието на символните аналитици към по-широката общественост, прозира в начина на живот на символния аналитик. Когато разпределя личния си доход, символният аналитик не проявява липса на охота да вземе участие в колективни инвестиции. Все по-често обаче обществените блага, които идват насреща, той споделя само с представители на своето съсловие. Символните аналитици следват своя граждански дълг, но собствената им микрообщност¹ включва главно граждани с доходи, близки до техните собствени. По такъв начин, символните аналитици тихомълком се отцепват от широката и разнородна американска общественост в хомогенни анклави, вътре в които отсъства нужда от пренасочване на доходи към по-бедни прослойки.

Моделът е добре отрепетуиран. С всяко следващо отвоювано съкращение на данъците, символните аналитици фактически пренасочват свои средства от инвестиции в комунални дейности, към вложения в придобивки, достъпни само за членове на тяхното съсловие. Докато обществените паркове и игрища се рушат, процъфтяват частни здравни центрове, голф-клубове, тенис-кортове, кънтри-клубове и всякакви почивни асоциации, разходите в които се поделят между техни членове. Същото е по-

¹ Англезичното "community" означава паралелно и община (административно-управленска или географска единица), и общност (хора, свързани от общи интереси, възгледи, навици, професии и др.), поради което в настоящата глава ще употребяваме и двете български думи (бел. пр.)

ложението и при кондоминиуми², кооперации, и вездесъщите „жилищни общности“³, изтръскващи пари от своите членове с цел да предприемат дейности, които ограничените финансово местни управи вече не могат да извършват подобаващо – поддръжка на частни пътища, ремонт на тротоари, подрязване на дървета и храсти, почистване на басейни и издръжка на спасител, и – забележете – наемане на охрана за защита живота и собствеността на обитаващите комплекса. През 1990 г., частните охранители съставляваха цели 2,6 процента от националната работна сила, два пъти по-голям от дела им през 1970 г., и повече от държавните полицейски служители на Съединените щати. Предвид този техен впечатляващ ръст, Бюрото по статистика на труда е оказало на професия „охранител“ честта да отдели специална категория работна сила конкретно за нея. Доходите на десетте най-големи охранителни компании нараснаха с 62 процента в реално измерение през 80-те години, с което частната охрана се нареди сред най-бързо растящите отрасли в Съединените щати (по-бързо дори от правните професии).⁴

2

Същият механизъм на разделение е виден в още по-голям мащаб в големите американски градове. Към 1990 г., в повечето урбанистични центрове се обособиха два отделни града – един, съставен от символни аналитици, чиито концептуални услуги са свързани със символната икономика; другият – от персонални обслужващи (охрана, сигурност, таксиметрови превози, канцеларии, паркинги, търговия на дребно, ресторанти) с работни места, зависещи от символните аналитици.⁵ Малко рутинни производители останаха в големите американски градове. Между 1953 и 1984 г., например, Ню Йорк Сити загуби около 600 000 рутинни фабрични работни места; в рамките на същия период придоби към 700 000 символно-аналитични и персонално обслужващи работни места.⁶ В Питсбърг, рутинните производствени работни места спаднаха от почти половината заети в града, до под 20 процента към средата на 80-те години; двете дру-

² Condominium – съвместно владение (бел. пр.)

³ Residential communities (бел. пр.)

⁴ Вж. „The Growth of Private Security“ в книгата на William C. Cunningham и Todd H. Taylor, *Private Security and Police in America* (Portland, Ore.: Chancelor Press, 1985) Вж. също L. Uchitelle, „Sharp Rise of Private Guard Jobs“, *The New York Times* August 8, 1989, p. A16

⁵ Същата тенденция бе потвърдена в редица изследвания. Вж., напр., Thierry Noyelle, *Beyond Industrial Dualism* (Boulder, Colo: Westview Press, 1987); Saskia Sassen, *The Mobility of Labor and Capital* (Cambridge University Press, 1987); John Kasarda, „Dual Cities: The New Structure of Urban Poverty“, *New Perspectives Quarterly*, Winter 1987

⁶ Данните са почерпени от John Kasarda, „Urban Industrial Transition and the Underclass“, *Annals of the AAPSS*, January 1989

ги категории попълниха разликата, когато градът събра третата по големина в Америка концентрация на корпоративни щаб-квартири.⁷

Отделянето на символните аналитици от персоналните обслужващи в градовете се подсилваше по няколко начина. Към 90-те години, повечето големи градове имаха две училищни системи – една, частна, за децата на символните аналитици и една, държавна, за децата на персоналните обслужващи, на малкото останали рутинни производители, и на безработни.⁸ Символните аналитици са пословични с това, че посвещават значително време и енергия, осигурявайки на децата си достъп до добри частни училища и цели малки състояния за издръжката им там – долари, които при по-прогресивни данъчни правила, биха допринесли за по-добро държавно образование. Разделението произтича и от начина на градоустройство. Символните аналитици населяват градски райони, които ако не красиви, са поне поносими естетически и подобаващо безопасни; околностите, които не покриват тези минимални стандарти на живот и сигурност, се оставят на по-слабо заможните.

В случая, символните аналитици отново обединяват ресурси изключително в своя полза. Общественият фондове са преимуществено насочени към проекти за „съживяване” на градските центрове, водещи до строителство на групи постмодерни учреждения (претъпкани с влакнесто-оптични кабели, частни телефонни централи, сателитни антени, и прочие приемо-предавателно оборудване), многоетажни паркинг-гаражи, хотели с вътрешни стъклени дворчета на по двадесет и повече етажа, модерни пазарни площи и галерии, театри, конгресни центрове, и луксозни кондоминиуми.⁹ В идеалния вариант, комплексите са напълно автономни, с кондиционирани пътеки, свързващи жилищни, делова и рекреационна зони. Щастливите символни аналитици с блажено чувство ще могат да пазаруват, работят и ходят на театър, без да рискуват пряк досег с външния свят – особено в непознат град.¹⁰

Съблюдавайки същия принцип, няколко града са упълномощили собствениците на имоти в някои по-богати райони да събират специални надбавки на данъците за услуги, недостъпни за други жители, като допълнително сбиране на боклук, миене на улици и охрана. Един такъв ра-

⁷ B. Frieden и L. Sagalyn, *Downtown, Inc.: How America Rebuilds Cities* (Cambridge: MIT Press, 1989); вж. също J. Kasarda, “Economic Restructuring and America’s Urban Dilemma” в M. Dogan и J. Kasarda (редактори), *Economic Restructuring and America’s Urban Dilemma* (Beverly Hills, Calif.: Sage, 1988)

⁸ Вж., напр., Paul Ong et al., “Inequalities in Los Angeles”, Graduate School of Architecture and Urban Planning, University of California at Los Angeles, June 1989

⁹ Кондоминиум (condominium) – съвместно владение (на недвижим имот) – бел. пр.

¹⁰ Вж. William Schmidt, “Riding a Boom, Downtowns are No Longer Downtrodden”, *The New York Times*, October 11, 1987, p. A28

йон в Ню Йорк, разположен в изисканата област между Тридесет и осма и Четиридесет и осма улици и Второ и Трето авеню, събра 4,7 милион долара от своите жители, от които 1 милион за частна полиция с униформени охранители и цивилни детективи.¹¹ Новата общност от хора с близки доходи, с власт да облага с данък и да налага закона, по такъв начин става отделен град в рамките на града.

3

Когато не живеят в градски анклав, символните аналитици се събират в жилищни предградия, а все по-често – и в т.нар. „извънградия“¹² и в крайградската провинция. Най-търсените такива места граничат със символно-аналитичните зони на университети, изследователски паркове или корпоративни щаб-квартири, в приятна природна среда, като [Принстън](#) – Ню Джърси, окръзи Северен [Уестчестър](#) и Пътнам в щата Ню Йорк; [Пало Алто](#), Калифорния; [Остин](#), [Тексас](#); [Бетесда](#), [Мериленд](#); Рейли-Дърам, [Северна Каролина](#). Американските инженери и стратегии, наети от американските автомобилни компании, например, не живеят във Флинт или Сейгино, [Мичиган](#), заедно с рутинните производствени работници на компанията; събират се в собствените свои градчета Трой, Уорън и Обърн Хилз. Огромното мнозинство финансови специалисти, адвокати и ръководители, работещи за застрахователни компании в [Хартфърд](#), никога не биха и помислили да живеят там; в края на краищата, Хартфърд е един от най-бедните градчета в страната. Вместо това, те отиват в Уиндзор, [Мидълбъри](#), и други близки селища на Кънектикът, които – не е чудно – са сред най-заможните в страната.

Крайградските и извънградски селища като тези предлагат друго удобно средство за изолиране в общност със сравнително близки доходи. Имуществените данъци в заможните общини играят почти същата роля, както всеки друг метод за събиране на ресурси от страна на символните аналитици, при който пряка принуда да субсидират още някого отсъства. Персоналните обслужващи, които предоставят на символните аналитици домашно почистване, грижи през деня, търговия на дребно, обществено хранене, автомобилен превоз и други услуги, се заселват в по-бедни близки градчета, и така не се възползват пряко от местните обществени блага.

Федералното правителство се присъедини към тези им усилия, като прехвърли отговорността за множество обществени услуги на щатските и местни управи. Федералните субсидии съставляваха почти 27 процента от

¹¹ “A Private Police Force Patrols Midtown Area”, *The New York Times*, August 22, 1989, p. A23

¹² “Exurbs” – неологизъм в англ. език (бел. пр.)

шатските и местни разходи при техния пик през 1978 г. Десет години по-късно, федералният дял спадна на 17 процента¹³. Най-чувствително бяха орязани субсидиите за местните управи. Най-уязвими от бюджетни съкращения бяха програмите за пряко подпомагане на населените места; много от тези програми бяха въведени по време на време на управлението на Джонсън и Никсън.¹⁴ През 80-те години, федералните пари за чиста вода, професионално обучение, за домакинства с нисък доход, за смяна на работа, преработка на отпадни води и сметосъбиране бяха съкратени с над 50 милиарда долара на година. Федералният дял в разходите за местни пътища спадна с 50 процента. (Когато пиша тези редове, администрацията на Буш предложи щатите и населените места да поемат още по-голям дял от разходите за строеж и поддръжка на пътищата.) През 1990 г., Ню Йорк Сити получи само 9,6 процента от общите си приходи от федералното правителство, в сравнение с 16 процента през 1981 г.

Щатите прехвърлиха бързо, като горещ картоф, много от новите разходи на градовете и селищата, и в резултат към началото на 90-те години, местните бюджети посрещаха над половината от разходите за вода, канализация, пътища, паркове, социално подпомагане, и държави училища. В щата Ню Йорк те поемаха 75 процента от тези разходи, в съпоставка с 40 процента в края на 70-те години.¹⁵

Градовете и селищата с по-заможни жители, разбира се, можеха да понесат въпросния товар относително леко. По-бедни райони, изправени пред двойния проблем на ниски доходи и високо търсене на социални услуги, срещнаха повече трудности. Именно в това се състои въпросът: При положение, че американците продължават да се делят по критерий получавани доходи, прехвърляне финансирането на обществени услуги от федералното правителство към щатите и от щатите, на градове и селища, е само още едно средство за облекчаване на по-богатите граждани на Америка от товара, свързан с подпомагане на бедните американци.

През по-голяма част от американската история, по-бедни градове и райони неизменно предоставяха земи на по-заможни области, откъдето американската индустрия поемаше по своя път към Южните и Западни щати в търсене на евтина работна ръка. Тенденцията приключи някъде към 70-те години, когато американската индустрия пое път към Мексико,

¹³ U.S. Advisory Commission on Intergovernmental Relations, *Significant Features of Fiscal Federalism* (1988 de.), Vol. 2, p. 115; Вж. също John Shannon, "Federalism's Fiscal Fable", *Intergovernmental Perspective*, Summer 1988, p. 22

¹⁴ Steven B. Gold, "State Finance in the New Era of Fiscal Federalism", в книгата Thomas Swartz (ed.), *The Changing Face of Fiscal Federalism* (Armonk, N. Y.: M. E. Shape, 1990)

¹⁵ Вж. темата, разгледана детайлно в Helen Ladd, "State and Local Governments in the 1980s", unpub. Duke University, December 2, 1989, Вж. също "The State of the States", National Council of State Governments, 1990, разни издания

Югоизточна Азия, и други райони по света. Оттогава, повечето бедни градове и региони в Съединените щати стават относително още по-бедни; повечето богати поселища и райони – още по-богати. Американските градове и окръзи с най-ниски доходи на глава от населението през 1979 г. се смъкнаха още по-ниско под средното за страната ниво в края на 80-те; градовете и окръзите с най-високи доходи бележеха противоположна тенденция. Между различните щати също се наблюдаваха подобни разминавания.¹⁶

Растящото разделение на американците по доходи, наред с прехвърлянето на финансовия товар за обществени услуги от федералното правителство към щати и населени места, доведе до растящо неравенство в обслужването. Все по-често мястото, където живеете, определя качеството на обществените услуги, получавани от вас. Докато данъците във Филаделфия са три пъти по-високи, отколкото в предградията, предградията имат много по-добри училища, болници, зелени площи и полицейска охрана.¹⁷ През 1985 г., около 323 долара бяха похарчени средно на един жител на Ири, Пенсилвания за инфраструктура като пътища, мостове, канализация, и пречиствателни станции; на един жител на Сан Франсиско пък бяха похарчени 872 долара. Не е просто съвпадение фактът, че средният жител на Ири печелеше 9520 долара на година, докато среден жител на Сан Франсиско прибираще 13 000 долара.¹⁸

4

Никъде другаде резултатът от неравенството в правителствените услуги не е така очебиен, както в държавните училища. Към 1990 г., делът на федералното правителство в разходите за начално и средно образование в цялата страна спадна до около 6 процента. Останалите 96 процента бяха разделени почти поравно между щатските и местни училищни

¹⁶ *Statistical Abstract of the United States*, “Per Capita Money Income of 50 Largest Cities”, Table 732, p. 451; “Per Capita Money Income by State”, Table 731, p. 450 (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1989), вж. също *Sourcebook of Demographics and Buying Power for Every Zip Code in the United States* (New York: CACI, 1989, 1990)

¹⁷ Michael de Courey Hind, “After Renaissance of 1970s and 1980s, Philadelphia is Struggling to Survive”, *The New York Times*, June 21, 1990, p. A16.

¹⁸ За по-подробни сравнения между много американски градове, вж. Rendall W. Eberts, “Public Infrastructure and Regional Economic Development”, *Economic Review*, Federal Reserve Bank of Cleveland, Vol. 26, № 1 (January-April 1990), p. 15. Редица изследвания показваха, че общественият акционерен капитал е позитивно и съществено свързан с личния доход на глава от населението в околността. Вж. K. Duffy-Deno и R. Eberts, “Public Infrastructure and Regional Economic Development: A Simultaneous Equations Approach”, Working Paper № 8909, Federal Reserve Bank of Cleveland, August 1989; C. Hutton и R. Schwab, “Regional Productivity Growth in U.S. Manufacturing: 1951 - 1978”, *American Economic Review*, Vol. 74, № 1 (March 1984), pp. 152 - 62

окръзи. Щатите с по-голяма концентрация на символни аналитици можеха, разбира се, да си позволят по-големи разходи за своите училища, отколкото тези с по-ниска концентрация. През 1990 г., средният учител в държавно училище в Арканзас получаваше 23 300 долара, а в Кънектикът – 33 500 долара.¹⁹

Дори между съседни градове в един щат, разликите често са твърде големи. Нека като за пример, вземем три общини в района на Бостън, разположени на минута път една от друга. Всичките три са населени предимно с бели, а повечето жители на всяка поотделно, печелят горе-долу наравно със своите съседи. Несъответствието в доходите между градчетата, обаче, е съществено. Северозападно от Бостън лежи градчето [Белмонт](#), населено главно от символни аналитици с техните семейства. През 1988 г., средният учител в Белмонт печелеше 36 100 долара. Само 4 процента от осемнадесетгодишните в Белмонт отпаднаха от средното училище преди дипломиране, и повече от 80 процента от завършилите в Белмонт гимназисти решаваха да продължат обучението си след средното училище в четиригодишен колеж. На изток, от другата страна на река [Мисисипи](#), е Челси, чиито жители са най-бедни от трите града. Болшинството са персонални обслужващи и рутинни работници, но има много безработни и частично заети. Средният учител в Челси, със сигурност поставен при по-неблагоприятни работни условия, отколкото негов колега в Белмонт, през 1988 г. печелеше 26 200 долара – почти с една трета по-малко от среден учител в Белмонт. Над половината осемнадесетгодишни в Челси не завършваха средно училище и само 10 процента планираха да следват в колеж.²⁰

Подобни несъответствия могат да бъдат видени в цялата страна. Ню Трайър Хай Скул (гимназия – бел. пр.), в едно от най-богатите предградия на Чикаго, плащаше на своите учители 50 процента повече, отколкото получаваше най-високоплатеният учител в Дю Сейбъл, едно от най-бедните градчета в [Илинойс](#). Държавните училища в Уайт Плейс и Грейт Нек, богати предградия на Ню Йорк, харчеха два пъти повече на ученик, отколкото училищата в [Бронкс](#). Началната заплата на учител в предградията на [Милуоки](#) е два пъти колкото тази на преподавател в селскостопанския Уисконсин. Учениците от Хайленд Парк Хай Скул, богато предградие на Далас, се радват на закрит комплекс с планетариум, закрит басейн, собствено телевизионно студио, и модерна научна лаборатория. Хайленд Парк отделя около 6000 долара на година за образование на всички свой ученик. Това е почти два пъти повече от разходите за един ученик в гра-

¹⁹ *Statistical Abstract of the United States*, Table 223, p. 137

²⁰ Данните са от списание *Boston*, September 1989, p. 144

довете Уилмър и Хътчинс в южния окръг Далас, в чиито средни училища без излишни екстри липсваше дори достатъчно място в класните стаи.²¹

Нещата опряха до съда, но казусът не е юридически. Между четирите пет и ошетен при отделянето на символите аналитици американци фигурират множество бедни чернокожи, но расовото разделение не е основен фактор за социално разслоение, нито неизбежно следствие. Белите с ниски доходи биват изолирани по същия начин, а чернокожи символни аналитици са добре дошли. Сегрегацията е икономическа, а не расова (макар че в Америка икономически мотивираната сегрегация често води до де факто расова сегрегация). Там, където съдилищата разкриват случай на расова сегрегация, тя обикновено засяга общности на малоимотни бели, граничещи с чернокожи съседи с ниски доходи. Там, където съдът се разпореди щатът да разпределя по-равномерно федералните разходи между училищните окръзи, големите разлики в оценките на местни владения – и оттук местните данъчни постъпления, – все пак водят до съществено неравенство. Там, където съдилищата или щатски правителства опитаха да наложат ограничения на учителските заплати в богатите общини, както Калифорния, немалко родители просто изтеглиха децата си от държавните училища и вместо натам, пренасочиха парите, които иначе биха платили под формата на по-висока такса в местно учебно заведение, към частното образование. Независимо колко добре балансирани бяха щатските разходи, по-бедните щати пак щяха да бъдат в далеч по-лошо положение в сравнение с по-заможните.

5

Идеята за „жилищна общност“ винаги е хранила особено очарование за американците. Понятието е еднакво драго на политиците отдясно и отляво на политическия спектър. Роналд Рейгън приветстваше „основния принцип“ на Америка, „нейните общности, където съседи си помагат един на друг, семейства отглеждат своите деца заедно, и където се раждат американските ценности“.²² [Марио Куомо](#), с други политически възгледи, бе почти също толкова лиричен. „Жилищната общност ... е реалността, на която е основан нашият национален живот“.²³ В призивите на Рейгън и Куомо в полза на жилищната общност е залегнал един-единствен проблем. В реалния живот, повечето американци вече не живеят в традиционни общности. Мнозинството населяват крайградски квартали, оградени от аутобани, редуващи се с пазарни алеи, в изискани кондоминиуми и жилищни райони, или в рушащи се блокове и общински жилища. Болшинст-

²¹ *Dallas Times Herald*, February 26, 1990, p. 5

²² Обръщение към Annual Concretes and Aggregates Convention, January 31, 1984

²³ The Newsday Educational Symposium, March 4, 1989

вото пътуват до работа и обратно и общуват с хора извън непосредствената среда, определена от географска близост на места за ношуване. Мнозина си събират багажа и се местят от комплекс в комплекс приблизително на всеки пет години.²⁴


Едно-единствено нещо все по-често свързва американците с техните съседи, която връзка е залегнала в същината на новата американска „общност“. Това е нивото на техните доходи. Можете да се хванете на бас без особен риск, че печелите горе-долу колкото всеки друг обитател на същата улица. Имате сходен образователен ценз, плащате приблизително същите данъци, и имате същите потребителски склонности. Най-меродавен белег на „общността“ днес е пощенският код, на база който търговци по пощата издирват вероятни клиенти. „Кажки ми нечий пощенски код и аз ще отгатна какво яде, пие и кара – дори какво мисли“ – перчеше се основателят на една фирма за търговия по пощата.²⁵ Известно е, например, че жителите на Челси, Масачузетс, четат *Нешънъл Инкуайърър*, гледат Ролър Дерби²⁶, използват машини за къдрене и лосиони за коса, и ядат бял хляб и кифли. Обитателите на Белмонт играят рокитбол²⁷ и голф, използват електрически четки за зъби, депилатоари и персонални компютри, и ядат пшеничен хляб и овесени мекици. Доходите и съпътстващите ги вкусове все повече определят новата американска общност.


Американците, притежатели на къщите, в които живеят, имат обща политическа кауза със своите съседи. Обзети са от почти маниакална грижа да поддържат или повишат стойността на недвижимия имот. На този общ интерес се дължи много от онова, което сплотяваше съседите в последните години. Хора, напълно чужди едни на други, макар и живеещи на една улица или общ съвладелски комплекс, неочаквано биват обзети от силна солидарност, когато тръгне слух, че в непосредствена близост ще се строи приют за бедни, или че към тях ще се присъединява по-беден училищен окръг.

Възроденият акцент върху „общността“ в живота на американците оправдава и легитимира тези икономически анклавни. Ако щедростта и солидарността изникват на прага на общата ни собственост, символните

²⁴ За американската склонност към преселване, вж. U.S. Bureau of Census, *Current Population Survey* разни издания. Вж. също Michael Weiss, *The Clustering of America* (New York: Harper & Row, 1988), p. 30

²⁵ Weiss, op. cit., p. 1.

²⁶ [Roller Derby](#) () – отборно надбягване с ролкови кънки, популярно в САЩ (бел. пр.)

²⁷ [Racquetball](#) () – игра с ракети и топка в корт с четири стени (бел. пр.)

аналитици могат да бъдат добри граждани със скромни разходи. След като почти всеки в тяхната „общност“ е по дефиниция толкова заможен, колкото и те, няма място за особени скрупули. Ако обитателите на съседния квартал са по-неуредени, нека се погрижат сами за себе си. Защо *ние* да плащаме за *техните* училища? Така върви спорът, без да се вземе предвид, че крайното условие е априорно установено: „ние“ и „те“ принадлежат към напълно различни общности. Подобни разсъждения подпомагат придобиване желаното чувство на щедрост и солидарност със своята „общност“, без да се носи отговорност за „ония“, в другата „общност“. Символните аналитици – непосредствено свързани с глобалната икономика – по този начин чувстват все по-оправдано своето оттегляне в анклав, съвместно с други символни аналитици, заплашайки само необходимото да се предостави на всеки член на микрообществото достъп до добро образование и инфраструктурата, нужна му за да успее в глобалната икономика.

6

Читателят би могъл да възрази, че символните аналитици всъщност насочват съществени ресурси и енергия за подпомагане други членове на обществото, но са избрали да го сторят доброволно, вместо да плащат данъци. „Време е да отхвърлим идеята, че отстояването на правителствени програми е форма на лична благотворителност“, заяви Роналд Рейгън. „Щедростта е отражение на това, което човек прави със собствени средства а не това, за което подкрепя правителството да върши, бъркайки в общата каса”.²⁸ Напълно резонен довод. Правителството не е единствено формиране за преразпределяне на обществен ресурс. Може би символните аналитици далеч не са се оттеглили; формалното им дистанциране от останалите граждани вероятно е компенсирано с щедра лична благотворителност. По думите на Джордж Буш, истинското великодушие на Америка се крие в „яркото многообразие“ от частна благотворителност, „разпръснато като звезди, хиляди светли точки на необятното мирно небе”.²⁹

Никоя нация не се самопоздравява по-ентузиазирано за благотворителни постъпки и действия, както американската; никой не организира толкова много благотворителни балове, разпродажби, търгове и живи вериги от граница до граница за благотворителни каузи. Повечето имат искрени мотиви; много заслужават адмирации. Щателно вглеждане обаче разкрива, че тези и други форми на благотворителност всъщност рядко

²⁸ Рейгън, *op. cit.*

²⁹ Реч при неговото утвърждаването пред Националната конференция на Републиканската партия, 1988 г.

помагат на онеправданите. Особено подозрителни са от една трета, докъм една втора от всички частни дарения, постъпили от американците в най-горната графа подходящо облагане. Изследвания разкриват, че такива пожертвования не отиват преимуществено за социални услуги за по-бедни членове на обществото – по-добри училища, общински поликлиники и почивно дело за семейства в нужда. Вместо това, повечето средства от американските богаташи отиват на места, където имотните хора се забавляват, лекуват или образоват и черпят вдъхновение – за художествени музеи, оперни и драматургични театри, симфонични оркестри, балети, частни болници (почти всички измежду чиито пациенти имат здравни осигуровки) и елитни университети. Приносът на не така заможните символни аналитици е по-скромен, но следва същия цялостен курс.³⁰

С други думи, когато символните аналитици доброволно поделят своето богатство, правят го на същия принцип, по който го обединяват за другите си нужди: с цел подобряване качеството на живот за себе си и други символни аналитици. Единствена разлика между благотворителни жертви и другите начини, по които символните аналитици обединяват свои ресурси е, че първото кара останалите данъкоплатци да добавят 28 цента (при текущите данъчни правила) за всеки долар, насочен в него направление. Благотворителните акции следват същата тенденция. В свое



изследване, политологът Лестър Салъмон (Lester Salamon) и негови колеги констатираха, че под една трета от благотворителните акции в Съединените щати са ориентирани към действително нуждаещи се.³¹

Същото остава в сила и за корпоративната филантропия. В последните години, най-големите корпорации на Америка бият тревога във връзка с бързо влошаващото се състояние на началните и средни училища в страната. Малко хора са по-развълнувани и красноречиви по повод нуждата от по-добри училища от американските директори на корпорации. „Това колко добре образоване всички наши деца, ще предопредели глобалната ни конкурентоспособност, собственото икономическо здраве, характера и жизнеспособността на нашите общини“, отбеляза Стопанската кръгла маса, вашингтонска асоциация на управляващите директори на най-крупните американски корпорации.³² Съответно, понастоящем съ-

³⁰ Данните са заимствани от T. Odendahl, *Charity Begins at Home: Generosity and Self-Interest among the Philanthropic Elite* (New York: Basic Books, 1990), pp. 12 - 27

³¹ L. M. Salomon, J. C. Musselwhite, Jr. и C. J. De Vita, "Partners in the Public Service: Government and the Nonprofit Sector in the Welfare State", *Working Papers* (Washington, D.C., Independent Sector and the United Way Institute, 1986), pp. 3 - 38

³² "The Role of Business and Education: Blueprint for Action", Business round Table, Washington D.C., September 1988 Вж. също "Business Means Business about Education: A Synopsis

ществуват многобройни „съдружия“ между корпорации и държавни училища, стипендии на корпорации за бедни деца, приети да следват в колеж, и програми, чрез които корпорации „осиновяват“ местни училища, правейки разточителни подаръци от компютри, книги, часове за висши служители, и дори понякога – пари. Това, че тези благотворителни дейности гръмка се рекламират от служители на корпорацията по обществени събития, не бива да negliжира общия положителен ефект от тях.

Въпреки цялата шумотевица, обаче, корпоративните дарения в образованието видимо се свиха през 80-те години. Докато през 70-те, корпоративните дарения за образование скачаха средно с 15 процента на година, към края на 80-те едва-едва пълзяха нагоре – през 1987 г., само 5,1 процента повече от 1986; през 1988 г., само 2,4 процента над 1987. При това, забележете, повечето средства бяха насочени към колежи и университети – главно *alma mater* на самите символните аналитици, където техните деца и внуци вероятно ще последват стъпките на своите предци. Само 1,5 процента от корпоративните дарения през 1989 г. бяха предназначени за начални и средни училища.³³

Въпросната скромна сума, забележете, бе по-малка от парите, които корпорациите получаваха от щатските и местни управи под форма на субсидии и данъчни облекчения, осигурени тихомълком при заплаха че инак корпорацията ще се премести в щат с по-благоприятни данъчни условия. Нелепият резултат е, че щатските и местни управи останаха с по-малко приходи от корпорациите, отколкото предстоеше да похарчат за училища и други общински нужди. Директорите на Джеренърл Моутърз, например, - сред най-гласовитите радатели, възвестили нуждата от подобри училища – бяха измежду най-гласовитите при възвестяване нуждата от снижаване на местните данъци и такси. По думите на кореспондент на *Ню Йорк Таймс*, упоритите опити на Джи-Ем да избегнат плащането на данъци в Теритаун, щат Ню Йорк, където корпорацията имаше фабрика от 1914 г., намалиха местните приходи с 2,81 милиона долара през 1990 г., с което принуди града да уволни десетки учители.³⁴ Общо-взето, делът на корпорациите в местните постъпления от имуществени данъци спадна от 45 през 1957 г., на около 16 процента през 1987 г. Новопроявената щедрост на американските корпорации към по-бедните американски

of the Business Round Table's Company Educational Partnerships", Business Round Table, Washington, D.C., June 1989

³³ Council of Economic Priorities, "Corporate America in the Classroom", January 1990. Вж. също "Giving in the U.S.A.", American Association of Fund Raising Council, 1989

³⁴ Carin Rubenstein, "The Deadbeat of America", *The New York Times*, March 17, 1990, p. A 22

общности не се връзва с резкия отлив на корпоративни данъчни постъпления в същите тези общини.³⁵

³⁵ “Significant Features of Fiscal Federalism”, Advisory Commission on Intergovernmental Relations, Washington, D.C., разни издания

Политически ходове на разцеплението

Желанието за раздяла е необходимо, но недостатъчно условие за пристъпване към фактическа разцепление. Разколниците трябва също така да преустановят политически и законови отношения със своите сънародници. Закономерна би било отсрещната страна да окаже съпротива срещу подобни опити, особено в случай, че такава близост е била благотворна и полезна за тях. Поради това, политическите ходове при разцепление рядко биват почтени и сърдечни.

Все пак, отцепването на символните аналитици от работната сила на Америка протича мирно и спокойно. Четирите пети от населението, чието икономическо бъдеще става все по-нерадостно, не протестират гласно срещу оттеглянето на едната пета, чиито стопански перспективи стават все по-обещаващи. Разширяващата се пропаст в доходите, растящата разлика в условията на труд, неблагоприятното преразпределение на данъчния товар, разликите в качеството на достъпното за техните деца начално и средно образование, растящите неравенства в достъпа до висше образование, огромните разлики в условия за почивка, пътна инфраструктура, сигурност, и други разполагаеми местни блага – никоя част от широката тенденция към социално неравенство не е била подлаган на широко обсъждане сред болшинството граждани. Не са предявявани искания нацията да се върне към прогресивно данъчно облагане; отсъстват организирани настоявания големите парични средства, набрани по този начин, да бъдат изразходвани за образование, обучение, транспорт и общо благоденствие на населението; не се наблюдава и осезаемо оттегляне на подкрепата на някоя от двете партии, при чието управление се зароди това неравенство. Подобна отстъпчивост предполага специално разискване.

2

Известно време американските рутинни производители привидно като че ли имаха достатъчно политическа сила и воля да наложат мита, квоти и други по-неявни форми търговска защита на американския пазар, принуждавайки по този начин американските символни аналитици и всички други американци да плащат по-високи цени, договаряйки се с тях, вмес-

то с по-нископлатените чуждестранни рутинни производители. Такава бе масовата практика през 70-те и 80-те години. Немалко политици биваха избирани и преизбирани вследствие общопризнатите им убеждения, че Америка трябва да бъде защитена от безскрупулните чужденци.

В крайна сметка, обаче, протекционизмът изгуби политическата си харизма. Политиците – най-изявени негови проповедници – се представиха зле на последователните избори за президент през 1984 и 1988 г. Към последното десетилетие на века, политици от всички партии твърдо отричаха да са „протекционисти”. Единствен отчасти приличен довод за затваряне на американския пазар бе използването му като средство друга държава да бъде принудена да отвори своя пазар, като дори тогава на тактическото оправдание се гледаше с нескрито съмнение. Тепърва можем да очакваме исканията американската индустрия да бъде защитена от нископлатени чуждестранни конкуренти да изчезнат напълно. Причините за това са няколко.

Първа е промяната в стратегията на основните американски корпорации и символните аналитици, населяващи техните щаб-квартири. Американските корпорации, които заедно с рутинните производители отстояваха защита на пазара в края на 60-те, през 70-те и в началото на 80-те години, към края на 80-те бяха еволюирали в глобални мрежи, зависещи от свободното движение на стоки, услуги, пари и технологии през граница. През 1984 г., [Гудиър Тайър енд Рабър](#) се присъедини към своите организирани работници с искане правителството на САЩ да накаже безмилостно няколко южнокорейски фирми за „дъмпинг” на гуми в Америка на цени под тяхната себестойност. Пет години по-късно, обаче, Гудиър придобиха по-космополитен кръгозор. Когато администрацията на Буш заплаши, че ще вземе мерки срещу Южна Корея, задето били ограничили американския внос, директорите на Гудиър бяха сред първите, които настояваха за по-примирителен подход. Промяната в позицията не беше в резултат от по-дълбокомислени съждения относно полза от политика на ненамеса от страна на висшето ръководство на компанията. Бе по-скоро следствие от радикална промяна в следвания конкурентен модел. През 1989 г., стратегическите брокери на Гудиър бяха на път да придобият голям поземлен парцел в Южна Корея, където планираха да инвестират 110 милиона долара в построяване на фабрика за гуми – завод, достатъчно голям да произвежда 10 000 гуми на ден. Всеки ход на администрацията на Буш, който би могъл да ограничи пласмента на тези гуми в Съединените щати, или по друг начин подразнил южнокорейското правителство, би снижи стойността на подобна съществена инвестиция. Без подкрепа на основните американски корпорации като Гудиър и техните аналитици, обаче, профсъюзите трябваше сами да търсят подкрепа. Гласът на синди-

ката, затихващ непрестанно с намаляване броя рутинни производители в Америка, не можеше да се мери с мощния хор на отсрещната страна, все по-гръмък и убедителен.

Нещо повече, растяща част от намаляващия брой американци, все още заети в рутинно производство, се включваше в глобалните мрежи. Много от тях към момента са или наети, или разчитат за компоненти и услуги, или обслужват чуждестранни корпорации. За тези работници търговската защита повече вреди, отколкото помага. Тя може да доведе до по-високи цени на доставки от чужбина или да отблъсне чуждестранни инвеститори и стратегически брокери в роля на потенциални техни работодатели. В края на 80-те години, американските производители на компютърни чипове оттеглиха своите искания да се забранят евтините японски чипове в Съединените щати, след като купувачите на техни компютри заявиха, че ще изнесат производството навън, с оглед да запазят достъпа до ценни японски чипове.¹

Докато протекционистките бариери отпаднат, символните аналитици, свързани с корпорациите американска собственост, разбира се, ще продължат да настояват за нови субсидии, благоприятни данъчни условия, извънредни изключения от антитръстовия закон и всякакви други облекчения – при все, че именно те енергично заклеят протекционизма. Ще твърдят, че такива привилегии са фатални за „американската конкурентоспособност”. Пряка защита на американския пазар би навредила на глобалната им стратегия, но специални облекчения, благоприятстващи свободно преминаване на стоки и услуги през границите на САЩ, може само да подобри крайния им финансов резултат. В преследване на подобни държавни благодеяния, управляващи те американските глобални корпорации директори (или по-точно, стратегически брокери в глобалните мрежи, управляващи частните американски капиталовложения) ще продължат да упражняват съществено влияние във Вашингтон. Правителствените им лобисти са тясно преплетени; търговските им асоциации са големи и гръмогласни; вноските им в [Комитетите за политически действия](#) са все по-големи и отчетливо оповестени. Претенциите им за специално отношение, на каквото чуждестранните корпорации нямат право (сиреч, за дялове от глобалните мрежи, които са нечия чужда, или най-малкото: чуждестранна, собственост) звучат убедително на много законотворци и чиновници в изпълнителната власт свикнали да вярват, че подобни привилегии ще помогнат на корпорациите, олицетворяващи американската

¹ Впечатление прави отсъствието на Моторола и Тексас Инструментс сред групата американски производители на полупроводници, които отначало търсеха защита през 1985 г. И двете компании тогава вече произвеждаха големи количества чипове в Япония – възнамерявайки да продават част от тях в Съединените щати.

индустрия, и оттам – на американската икономика. Никоя чуждестранна глобална корпорация не ще съумее да придобие толкова влияние край Потомак², дори и разточителните в своите разходи японци. Както, обаче, отбелязахме, исканията на корпорациите американска собственост за специални привилегии стават все по-съмнителни. Всички глобални мрежи – независимо от националността на мнозинството акционери или висши директори, - трескаво инвестират средства, развиват технологии и наемат работна сила в цял свят. От гледна точка на гражданите на конкретна страната, критичният въпрос би бил чия работна сила добавя най-много стойност в тези глобални мрежи и коя се научава тепърва да внася добавена стойност – а не инвеститорите от коя страна, какъв дял притежават.

3

Без значение дали и доколко пряката защита на рутинните производители спада (както и самият им брой), на нейно място назрява друг конфликт. Претенциите на символните аналитици за неограничен достъп до всякакви ресурси ще станат предмет на спор с персоналните обслужващи. Припомняме, че (както показва името им,) персоналните обслужващи изпълняват своите функции *лично*. Символните аналитици няма как да наемат чуждестранни граждани за персонални услуги. Ето защо, символните аналитици споделят част от печалбите в глобален план с персоналните обслужващи всеки път, когато влязат в досег с тях (посетят магазин или ресторант, ремонтират къщи и коли или се лекуват; при всяко качване в такси, ползване услуги на секретарка, гледачка или охрана). Поради това, жизненият стандарт на персоналните обслужващи се покачва и спада паралелно с глобалните успехи на техните символно-аналитични клиенти. Относително малък брой изтъкнати софтуерни проектанتي, адвокати, производствени инженери, консултанти по фирмено управление или филмови директори могат пряко да поддържат значително по-голям брой персонални обслужващи, когато глобалните печалби на символните аналитици се разпростират в рамките на местната икономика.

Символните аналитици, разбира се, биха предпочели споменатото ограничение да отпадне – в смисъл, че в идеалния случай биха желали да получават персонални услуги от най-високо качество на най-изгодна цена откъдето и да е на Земяното кълбо – точно както могат да получат рутинна продукция и символно-аналитични услуги от цял свят. От своя страна, американските персонални обслужващи, естествено, разчитат ограничението да остане в сила, така че символните аналитици да не могат да ги

² Град Вашингтон е край река Потомак (бел. пр.)

заместят с други навсякъде в глобален мащаб, склонни да работят срещу по-ниско заплащане.

Символните аналитици не са лишени от избор. Могат, например, да стимулират внедряването (пресичайки всякакви опити за блокиране) на автоматизирани банкови касиери, роботизирани паркинги и гаражи, отдалечени покупки през домашния компютър и други технологии, осигуряващи персонални услуги на по-добра цена. Подобни технологии обаче, както вече отбелязахме, могат да заместят само част от персоналните обслужващи. Нещо повече, със забавяне прираста на американското население, търсенето на персонални услуги вероятно ще превиши предлагането, довеждайки до закономерно тяхно поскъпване.

Към 1990 г. вече бе изразено безпокойство във връзка с предстоящ недостиг на работна ръка. Търговци на дребно, болници, ресторанти за бързо хранене и агенции за охрана, както и други стопански субекти съобщиха за трудности при набиране на персонални обслужващи за работа срещу минимално или съизмеримо с него заплащане. Други работодатели срещаха недостиг на по-квалифицирани персонални обслужващи, като: изпълнителни секретарки, помощник-адвокати, сестри и болнични техници.

Следва да имаме предвид, че изразът „недостиг на работна ръка” не винаги означава, че работници не могат да бъдат намерени на каквато и да е цена. Истинското му значение е, че нужните работници не могат да бъдат наети на цената, която работодателят и неговите клиенти са склонни да платят. Във всеки отделен момент има много частично заети хора, които биха предпочели да работят на пълен работен ден. Налице е и резервна работна сила, в т.ч. пенсионери, гимназисти и родители (най-вече майки), гледащи деца, които биха желали да работят на непълен работен ден в случай, че заплащането е добро дотолкова, че да ги отклони от други техни амбиции. И най-важно, на разположение са голяма група хора без нужните умения. Няма и понятие как да поправят кола, как се зидат тухли, или как се взема кръвна проба. Или пък са функционално неграмотни и/или не знаят да смята, и затова не могат да прочетат прости указания или да върнат правилно ресто. Работодатели обикновено не наемат подобни работници, но при жесток „недостиг на работна ръка”, нямат друг избор. Налага се не само да ги наемат, но и да ги обучават. С две думи, най-просто средство за преодоляване „недостига на работна ръка” е да се предложи по-добра заплата и обучение. Такава стратегия очевидно подобрява относителното положение на субекти, облагодетелствани с по-високо заплащане, плюс обучение.

Символните аналитици, изправени пред „недостиг на работна ръка“, обаче, разполагат и с по-евтина алтернатива: отворените национални граници за емигранти, неизменно стремящи се да предложат персонални услуги при по-ниско заплащане. Ако имигрантите са вече квалифицирани, толкова по-добре. „Имиграцията ... може да ни осигури всякакви умения, които биха могли да ни липсват [и] да няма недостиг на работна сила, какъвто вероятно ни очаква.“, потриваха доволно ръце двама политически анализатори от Вашингтонския консервативен Институт за Американска инициатива (American Initiative Institute) на едно събиране в края на 1989 г. Потенциалните икономии се виждат с просто око: „Когато те идват, това ни струва изключително малко. Много имигранти вече са завършили образование, платено от други.“³ Обърнете внимание на логиката тук. Имигрантите могат да компенсират „недостига на работна сила“, смекчавайки натиска нагоре върху заплатите на персоналните обслужващи, вече находящи се в Съединените щати, а също и ликвидирайки нуждата от обучение на американци за такава работа. *Уолстрийт джърнъл*, чиито редакционни статии представляват почти идеален барометър за налягането на консерваторите, бе далеч по-откровен: „Собствената ни гледна точка продължава да гласи, че проблемът не е в прекалено многото, а в твърде малкото имигранти ... Докато сами не обучим достатъчно [американци], имиграцията ни осигурява спасителна отсрочка.“⁴

По времето, когато съветите биваха отправени, страната вече бе отворила по-широко границите си за имигранти. Около 8 милиона влязоха легално в Съединените щати през 80-те години – почти колкото и през първото десетилетие на века. В страната убежище са намерили, според още една оценка, и 3,4 милиона нелегални имигранти.⁵ Конгресът бе отзивчив към нуждите на работодателите от допълнителна работна сила. Изправени пред „недостиг на работна ръка“ от медицински сестри през 80-

³ [Ben Wattenberg](#) и Karl Zinmeister, American Enterprise Institute Policy Conference, December 198

⁴ Редакционна статия, *The Wall Street Journal*, February 2, 1990, p. A8. Администрацията на Буш предложи следния съвет: „При предвижданията за повишено търсене на квалифицирани работници през идните години, нацията може да получи още по-голяма полза от имиграцията.“ Докладът препоръчва „повишени квоти за потенциални имигранти с по-високо ниво на базова и специална квалификация“. *Economic Report of the President* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, February 1990)

⁵ За метода на оценка броя нелегални имигрант, вж. George J. Borjas, *Friends of Strangers: The Impact of the Immigrants on the United States Economy* (New York: Basci Books, 1990), pp. 22 – 31. Борхас основава оценката си за нелегални чужденци на база броя хора, родени в Мексико и починали в Съединените щати, и броя на задържаните при опит да пресекат мексиканската граница, за да влязат нелегално в Съединените щати. Забележете, че тази оценка се ограничава само до нелегалните чужденци от Мексико; общият брой изглежда е много по-голям от този

те години, американските болници започнаха да набират сестри от Филипините и Ирландия за работа в Съединените щати с временни работни визи; през 1989 г. Конгресът реши, че недостигът на сестри е достатъчно сериозен, така че на тези временни сестри – над 10 000 – трябва да се даде постоянно американско гражданство. Друга поправка на законите за имиграцията, подкрепена от републиканците в Конгреса с явна поддръжка на американските корпорации, създава нова категория квалифицирани „независими“ имигранти, на които ще се издават 54 000 допълнителни визи всяка година. В резултат на тези и други мерки, частта от американското население, родено в друга държава, започна отново да расте след продължително спадане, като стигна доста над 6 процента през 1990 г.⁶

Благо ли е неограничената имиграция за американската промишленост? А за Америка като цяло? Отговорите, още веднъж, зависят от смисъла, вложен в тези понятия. Приехме, че „американска икономика“ означава съвкупност от хора, живеещи и работещи в границите на Съединените щати. Успехите ѝ не са функция от рентабилността на предприятията американска собственост, а от стойността, която тези хора добавят в световната икономика – която се предопределя от техните обучение, образование и здравен статус, и от лекотата, с която могат да пренасят и предават продуктите на своите усилия.

Ако самите вие сте символен аналитик в Америка, потокът нови имигранти вероятно би ви спестил пари, особено в случай, че имате добро образование и притежавате ценна квалификация. Ако, обаче, сте представител на персоналните обслужващи член на американската работна сила, имиграцията е благо за вас в доста по-малка степен. Печелите от образованието, енергията и готовността им за работа срещу ниско възнаграждение не по-малко от веки друг американец. Доколкото обаче напливът им компенсира „недостига на работна ръка“, той отслабва пазарния натиск върху други американци да плащат повече за вашите услуги. Поради това, заплатите на вашето съсловие няма да могат да нараснат в такава степен или толкова бързо, колкото в противен случай при равни други условия (макар че и едва ли биха спаднали драстично).⁷ По-важно в дългосрочна

⁶ U.S. Department of Justice, U.S. Immigration and Naturalization Services, *Statistical Yearbook of the Immigration and Naturalization Service* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1990).

⁷ Изследванията показват, че средните заплати на родените в Америка работници са значително по-ниски на пазари с концентрация на имигранти. (при отчетени образователно ниво, възраст и икономическа активност). Вж., напр., Jean B. Grossman, „The Substitutability of Natives and Immigrants in Production”, *Review of Economics and Statistics*, Vol. 64 (November 1982), pp. 596 – 603; George J. Borjas, „The Sensitivity of Labor Demand Functions to Choice of Dependent Variable”, *Review of Economics and Statistics*, Vol. 68 (Febru-

перспектива е, че символните аналитици ще имат все по-малки и по-слаби стимули да вложат свои печалби в нечие обучение и образование, с цел той да стане по-ценен въбще. В изказаната в Уолстрийт Джърнъл теза, че образованите имигранти са „спасителна отсрочка”, докато „ние не обучаваме достатъчно” подготвени работници и служители в Съединените щати за работа в персоналното обслужване, „ние” се отнася до по-бедните сред нас, които иначе биха могли да потърсят у себе си творчески порив да насочат по-голяма част от своите доходи към образование и социален напредък.

По същите причини, имиграционната политика ще стане тема на разтягащи противоречия през идните години между американските символни аналитици и персонални обслужващи. Докато полемики колко достъпен а американският пазар за чуждестранни стоки и услуги губят своя смисъл, дебатът трябва ли той да бъде широко отворен за чуждестранни работници тепърва предстои да се разгаря. При това, тук символните аналитици най-вероятно отново ще вземат връх.

4

Договорка, доколкото свободното придвижване на стоки, услуги, пари, технологии и хора през граница обогатява допълнително символните аналитици, налице са повече финансови средства за споделяне с рутинните производственици и персоналните обслужващи – на теория. Символни аналитици са не повече от 20 процента от гласоподавателите в Америка. Другите четири пети, с голямо мнозинство, биха могли да постановят съществена част от преизобилните доходи на символните аналитици да се обложат и прехвърлят на тях – пряко, като добавка към техния доход или косвено, под формата на държавни инвестиции в тяхното образование, обучение, здравеопазване, и достъп до добри пътища, чиста вода и качествен отход. На практика, обаче, вероятност долните четири пети от американците да наложат подобна воля на горната петина, е изключена.

Една от причините вероятно се корени в елементарна липса на разбиране. Тънкостите на данъчни закони и система за социално осигуряване, федерален бюджет, извънбюджетно субсидиране и данъчни изключения, щатските и местни бюджети са трудно разбираеми дори за пословичните със своите интелект и добросъвестност политици (и техните гъмжащи от експертиза щабове), камо ли за редовия гражданин. Като насложим и превратностите на международните икономика и финанси, картината става прекомерно енигматична и трудна за възприемане. В малкото минути

време между прибиране от работа вкъщи, слагане на децата да спят и падане капнал в леглото, отсъстват особени стимули да се заровиш в купича правителствена статистика. Вестниците и новините по телевизията малко помагат в него отношение. Бедствия, убийства, грабежи и военни конфликти са далеч по-интригуваща храна за въображението от глобалните преки инвестиции и облагането на нарасналия капитал. Медиите упорито отбягват сложни тълкувания и съдържание от боязън забързаната аудитория да не си потърси други, по-забавни, занимания.

Навсякъде край нас се шири и господства вечното рудиментарно мислене. За болшинството хора, американската икономика все още е съставена от американски промишлени отрасли а те, от своя страна, включват американски корпорации, чиито устойчива рентабилност и дял в глобалния пазар, на свой ред, зависят от американските инвеститори; последните трябва да имат стимул, за да рискуват своя капитал. И понеже в масово възприетата картина американските работни места и съответни заплати зависят от жизнеността на американската икономика, значи всички американци следва да осигуряват на американските инвеститори възщедри печалби, за да бъдат те достатъчно мотивирани. Съответно приема се, че държавата не може да отделя повече пари за пътища, мостове, пречиствателни станции, масово здравеопазване, обучение и образование. В края на краищата, обаче, за икономическото здраве на нацията, частните печалби са главен приоритет. Действителността, - както вече видяхме – е тъкмо противоположна, но старата картина не спира да господства. Меродавна е, защото възпроизвежда начина, по който някога бе организирана икономиката – каквато я помнят повечето американци – в бурните дни отпреди едно поколение; и защото стопанските лидери и медиите я представят в такава светлина. За промяна на отколешно схващане за реалността, са нужни значителна енергия и немалко инициатива. И действително, подобна радикална промяна е немислима до момента, в който пропадта между действителност и възприети схващания не се разшири дотолкова, че да направи традиционните тълкувания безпредметни. Такъв ден рано или късно ще дойде, но моментът още не е настъпил.

В допълнение към трудностите при осъзнаване и възприемане на протичащото край нас, изниква понятието за справедливо възмездяване – тема, дълбоко вкоренена в американското съзнание още от времето на основаване на [Конфедерацията](#). Съгласно него принцип, богатите са достигнали своя статус, защото са го заслужили. Богатството е стойностен еквивалент на тяхното достойнство; достойнството им е белег на техни заслуги. Отделяне на богатите от тяхното богатство е равносилно на несправедлива конфискация. Разбира се, те следва да плащат данъци като всеки друг и това, че внасят по-голяма сума от останалите граждани е

справедливо, защото приносят им е пропорционално по-голям. Не следва обаче да бъдат принуждавани да носят непосилна по-голяма част от общото бреме. Тук е залегнало едно по-съществено - изцяло американско - допускане, а именно че всеки може да успее с достатъчно упорита работа, воля, и съобразителност. Някой ден аз, или моите деца, може да се причислим към богатите, и когато този апогей настъпи, не бих желал *моето* (или на мое дете) състояние да бъде конфискувано. Възможността за издигане и напредък е неразделна част от американското верую.

Ето че отново се сблъскваме с рисковете на рудиментарното мислене. Оттеглянето на символните аналитици в анклав с добри училища, отлично здравеопазване и първокласна инфраструктура – принуждавайки по-голяма част от населението да се задоволява с далеч по-скромни условия на живот, - намалява вероятността рутинните производители или персонали обслужващи, или техни наследници, някога също да станат символни аналитици. Такава реалност несъмнено пресича пряката предполагаемата връзка между високи доходи и налични възможности за развитие. Високите доходи са по-скоро следствие на късмета да се родиш и израснеш в символно-аналитично семейство, в символно-аналитичен анклав, отколкото на притежаван уникален талант или умения за работа в динамична среда. Постепенно, когато и тази истина придобие гражданственост, принципът на справедлива отплата ще звучи не така убедително.

5

Предстои да доизясним това, че примирителната позиция на изостаналите четири пети е вследствие усещането, че политически мерки не биха имали реални последствия. Примирени са с хода на нещата защото приемат, че всички козове са в ръцете на символните аналитици: каузата е предварително обречена; какъв е смисълът да се надпреварваме? В сравнение с повечето развити демокрации, американците упражняват правото си на глас с впечатляващо отсъствие на ентузиазъм. Участието в национални избори спадна до под 50 процента, а сред действително гласувалите преобладават американци с високи доходи.⁸ Що се отнася до останалите: „Болшинството младежи, бедни с ниски доходи, безработни, или бед-

⁸ Вж. V. R. Teixeira, *Why Americans don't Vote: Turnout Decline in the United States; 1960 – 1984* (Westport, Conn.: Greenwood Press, 1987); Frances Fox Piven и Richard Cloward, *Why Americans don't Vote* (New York: Pantheon, 1989), pp. 114 – 15; William Crotty, *American Parties in Decline* (2nd ed.; Boston: Little Brown, 1984), Ch. 1; Walter Dean Burnham, *The Current Crisis in American Politics* (New York: Oxford University Press, 1982), pp. 172 – 73; Thomas Byrne Edsall, *The New Politics of Inequality* (New York: W. W. Norton, 1984), особено гл. 5

ни на издръжка ... са хора, които по принцип не гласуват, или все по-често се отказват да гласуват на поредните избори”.⁹

Широко разпространеното схващане за безполезността на политиките е [самосблъдващо се пророчество](#). Политическите дейци не изглеждат особено загрижени за нуждите на „избиратели”, които не си правят труда да гласуват, да подпомагат набирането на привърженици и да даряват средства за политически кампании. Мнозина представители на долните четири пети американци се въртят в затворен порочен кръг, където недоверието в ходовете на политиките предизвиква правителствени решения в подкрепа на най-мрачните подозрения на избирателите, от своя страна водещи до още повече неверие и пасивност.

Дори политици от [Демократическата партия](#), черпили много сила през отминалите десетилетия именно от долните четири пети, са склонни да загърбят по-бедните американци, точно както тези американци са обърнали гръб на политиката. Когато парите от богати избиратели, корпорации и търговски асоциации за кампанията през 1980 г. валиха като дъжд в касата на републиканците, множество демократи осъзнаха, че трябва да ухажват именно такива спонсори. Съпартийците им в Конгреса не срещнаха особени трудности да убедят лидерите на американския бизнес и bankerите от Уолстрийт, че е по-разумно да подкрепят законно избраните демократи, вместо претенциозни републиканци. Сделката беше честна. Партията на власт има много повече шансове да спечели, особено с малко помощ от свои приятели. Условията явно бяха доста убедителни. В изборите през 1988 г., 97 процента от членовете на Камарата [на представителите – бел. пр.] и 85 процента от членовете на Сената, които се надпреварваха да бъдат преизбрани, спечелиха отново местата си. В резултат, парите от традиционно републикански източници потекоха към демократите. През 1988 г., 64 процента от всички средства, събрани от Комитетите за политически действия (КПД) отидоха при демократическите членове на Камарата на представителите и Сената, докато почти нищо не постъпи при републиканските им съперници. Повечето от тези средства (31,7 милиона долара) дойдоха от КПД на корпорациите, Уолстрийт и търговските асоциации, а не от профсъюзите (които внесоха под 24 милиона долара)¹⁰ или други традиционни източници за финансиране на демократите.

Трудно е, разбра се, да представляваш малкия човек, когато големият му събрат плаща сметката. Нещата не опират до корупция. Новото табу, тегнещо връз много политици демократи, е по-изтънчено. Очакваната

⁹ Richard Valeyly, “Vanishing Voters”, *The American Prospect*, Vol. 1 (Spring 1990), p. 140

¹⁰ Данните са от Federal Election Commission and Common Cause, 1989

нужда от допълнителни средства за предстоящи кампании възпрепятства открито възприемане на националните проблеми и орязва алтернативи от типа на прогресивното данъчно облагане, на които силно биха се противопоставили притежателите на финансови средства. Заглушени биват и гласовете на хора, недотам склонни или способни да осигурят финансиране, или другояче да вземат участие в политическата дейност. Вниманието на демократите към интересите на символните аналитици естествено потвърждава убежденията на останалите членове на американската общественост в безполезността на политически действия, подтиквайки го към още по-силна апатия.

Ако долните четири пети от американците бяха по-активни политически, общите вноски в кампанията и усилията им да привлекат гласове биха имали превес над финансовите ресурси на символните аналитици, които, макар и богати, са значително по-малобройни. Няма обаче лесен начин за мобилизиране на тази велика сила и разкъсване порочния кръг на политическа безизходица. Считано от 30-те, докъм 60-те години, профсъюзите мобилизираха американската работническа класа в подкрепа на образователни амбиции, социални услуги, и прогресивно подоходно облагане. Глобалната икономика, обаче, подкопа устоите на организирания труд, като броят американски рутинни производители продължи да спада. Персоналните обслужващи, чийто брой расте, не могат да се организират така лесно; обичайно работят в малки организации, разпръснати на голяма площ, много и различни видове работа. Докато в повечето други западни демокрации все още присъстват активни профсъюзни движения, даващи политическа гласност на икономическите интереси на представляваната работна сила, в Америка ситуацията е вече по-различна. Препреки последствия от това са политическа летаргия у повечето американски работници и самосбъдващото се пророчество гласящо, че политиките обслужват ония по върховете.

6

Дори и всички изброени препятствия да не съществуваха, долните четири пети от населението пак нямаше да имат воля да наложат своите искания на горната една пета. Причината е икономическа. Останалото население зависи от това как и къде символните аналитици ще решат да вложат усилия и финансови средства. Персоналните обслужващи са пряко зависими; богатите символни аналитици привличат финансови средства от целия свят, като част от тях харчат за местни услуги в своя полза. Рутинните производственици не зависят изцяло от *американските* символни аналитици, а разчитат на стратегически брокери от всички националности

да им осигурят работа и се надяват да получат обучение, с цел да стана по-ценни и продуктивни.

Зависимостта е асиметрична. Символните аналитици са най-мобилната част от работната сила на всяка страна. Те не разчитат на близост до фабрики (като рутинните производители), нито зависят от голям брой потребители в конкретна област с оглед да пласират своя продукт (както персоналните обслужващи). Символните аналитици могат да работят почти навсякъде, където разполагат с телефон, факс, модем, и летище. Макар че символните аналитици с положителност черпят интелектуална сила от присъствие на други символни аналитици в специалната градска зона или „извънградие“, където работят, те дори не са длъжни да работят там; могат да се преместят в редица други символно-аналитични центрове. Нито пък бремето на традиции или голямо семейство обременява решението къде да се заселят, както понякога става с рутинните производители или персоналните обслужващи. Разполагайки с повече средства за домакинството и грижи за децата, символните аналитици по-слабо зависят от роднини, живеещи в непосредствена близост. Всъщност, символните аналитици прекарват голяма част от времето си в движение – по срещи с клиенти и потребители в отдалечени градове, на временно назначение в задгранична фабрика или лаборатория, на търговски изложби и конгреси по цял свят.

Тази асиметрия дава на символните аналитици силен коз при водене на преговори. Рутинните производственици и персоналните обслужващи не желая и не предприемат нищо, което би отблъснало символни аналитици да дойдат в града, района, и дори в страната им; не по-малко острожно избягват противопоставяне със символни аналитици вече находящи се сред тях. Всъщност, тенденцията е обратна. Долните, по-малко подвижни четири пети от населението, са склонни да предложат щедри възнаграждения на символните аналитици, за да дойдат и останат при тях.

7

Споменатата неравномерна пазарна сила е най-явна, когато рутинните производственици се опитват да склонят символните аналитици да ги наемат на работа. Нека вземем, например, директорите на Хистър Къмпани, които срещнахме по-рано, когато опитваха да попречат японски компании да продават евтини кари-повдигачи в Съединените щати. През септември 1982 г., стратегическите брокери на Хистър информираха държавни чиновници в пет щата и четирите държави, където рутинни производители сглобяваха техни повдигачи, че някои заводи на Хистър ще трябва да бъдат закрити. Щатските правителства бяха поканени да надда-

ват за запазване на местните работни места; операциите щяха да бъдат извършвани там, където получените субсидии са най-щедри. Проведеният търг се превърна в триумфален успех за Хистър. До февруари 1989 г., компанията събра 72,5 милиона долара преки помощи от различни райони. Обединеното кралство предложи 20 милиона долара откуп за 1500 работни места в [Ървайн](#), Шотландия. Няколко американски града – в т.ч. Киуани, Илинойс; Сълиджънт, Алабама и Бирма, Кентъки – поднесоха общо 18 милиона долара в преки дарения и субсидирани заеми с цел да привлекат или запазят около 2000 работни места. Земляческите връзки няхаха нищо общо. В Портланд, Орегон, където е разположена световната щаб-квартира на Хистър, 20-милионният заем от пенсионния фонд на щата бе достатъчен да предотврати затваряне на местния завод на Хистър. Най-облагодетелстван бе Данвил, Илинойс. 39-хилядното градче – с 16 процента безработица тогава – се съгласи да осигури около 10 милиона долара текущи субсидии и стипендии за обучение. За зла ирония, дори запазените рутинни производствени места бяха под въпрос. Дългосрочното търсене на кари-повдигачи в Съединените щати расте бавно, а рутинните производственици в Третия свят ги сглобяват значително по-евтино.

Други глобални мрежи подхванаха същите войни на наддаване. Когато [Дайъмънд Стар Моутърз](#) (Мицубиши) обяви през 1985 г., че ще започне да сглобява автомобили в Америка, четири щата (Илинойс, Индиана, Мичигън и Охайо) се надпреварваха за завода. Победител бе Илинойс, с десетгодишен пакет преки помощи и стимули за 276 милиона долара – или около 25 000 долара годишно за всяко работно място, което Мицубиши щеше да открие в щата. Тези стимули стават все по-щедри: През 1977 г., щатът Охайо придума Хонда да построят своя завод там, обещавайки им 22 милиона субсидии и данъчни облекчения; през 1986 г., на Кентъки им трябваше 100-милионен пакет, за да убедят Тойота да създаде в щата горе-долу същия брой работни места.¹¹

Щатските и местни чиновници нямат и най-малки съмнения, когато надават за бизнеса на глобални мрежи, дори ако мрежите номинално принадлежат или се контролират от чужденци. Това е, разбира се, напълно обратно на федералните чиновници, които, както видяхме, правят голяма разлика между корпорации американска и чужда собственост. Стратегическите брокери, управляващи корпорациите американска собственост, имат достатъчно влияние във Вашингтон, за да искат федерална щедрост само за себе си. Влиянието им се умножава чрез националните им търгов-

¹¹ Вж. *The Economist*, February 18, 1989, p. 32; вж. също James K. Jackson, "Japan: Increasing Investment in the United States", Congress Report Service, Report № 87-747E (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1987).

ски асоциации, а често – и чрез техните „щабове по правителствени въпроси“ (вашингтонски евфемизъм за корпоративните лобита), намиращи се на крачка както от [Капитолийския хълм](#), така и от скъпите вашингтонски ресторанти. Имат обаче далеч по-слабо влияние в щатските столици и градските съвети, освен в тези, където вече са разположили щабквартирите на най-големите свои заводи. Дори най-крупната американска корпорация не поддържа служба за контакти с правителството или търговска асоциация за оказване на влияние в [Индианаполис](#) или Литъл Рок. Щатските и местни чиновници са оставени да преговарят свободно със символни аналитици по цял свят. Всъщност, подобно на иронична гримаса, щатските и местни управи често държат офиси в *чуждестранни* градове с цел набиране на потенциални контрагенти.

Вследствие градове, щати, и дори държави се оказаха въввлечени в наддаване един срещу друг за едни и същи глобални работни места. Този, който съумее да прилапа местата, - и следователно: съответна заетост – става субект на щатска и местна гордост; такива места могат да повлияят съществено върху бъдещата кариера на щатски и местни политици, тупащи се в гърдите, че са ги спечелили. Перспективата за изграждане на нова фабрика в района поставя начало на бясно наддаване; неизбежната заплаха от изместване на вече инсталирани съоръжения дава ход на редица странични преговори. Общият обем субсидии и данъчни облекчения, отпращени към глобални компании от всякакви националности е много по-висок, отколкото би бил при отсъствие на всякакви наддавания. Държавите, предпазващи се от подобни междуособни войни, в крайна сметка плащат далеч по-малко за честта да привлекат повече работни места; държави, които се договарят взаимно да се въздържат от наддавания въобще, печелят още повече.¹²

Подобни субсидии и данъчни облекчения очевидно намаляват наличния обществен ресурс, останал за поддържане на начални и средни училища, местни пътища и мостове, почивно дело, депониране на отпадъци и всякакви локални благини. За ирония, както видяхме, това са именно видовете инвестиции, нужни за създаване на ценни работни места в перспектива. По-бедните щати и градове, повечето от които правят отчаяни опити

¹² Сходна ситуация илюстрира колко голяма е разликата. Когато започнаха наддавания във връзка с телевизионни права за Олимпийските игри 1992, Европейската икономическа общност надаваше колективно. В Съединените щати, напротив, всяка телевизионна мрежа внесе свое собствено предложение. Двата пазара обхващаха приблизително равен брой зрители и нямат съществени разлики в покупателната способност. Въпреки това, вследствие различния характер на наддаването, ЕИО получи телевизионните права за Олимпиадата в Европа за 70 милиона долара. Спечелилата телевизионна мрежа в Съединените щати плати 700 милиона долара, за да предава Олимпиадата в Америка.

да разкрият (или задържат) рутинни производствени места, се озовават под натиск: или да осигурят въпросните субсидии и данъчни облекчения срещу рутинни работни места, които може да не оцелеят и десет години, или да се откажат от пазарлъци и инвестират стопяващите се данъчни постъпления в образование и инфраструктура, които ще се изплатят след десетки години.

8

Когато нещата опрат до пазарлъци със символните аналитици, персоналните обслужващи не са в по-изгодна позиция от рутинните производственици. Възможността символните аналитици да изместят своите домове, лаборатории или канцеларии там, където персоналните услуги са по-евтини или данъците – по-ниски, играе роля на съществен рестриктивен фактор.

Наличието на по-евтини персонални услуги зад граница не е достатъчен стимул символите аналитици да емигрират, но не са изключени редица по-умерени варианти. Една от привлекателните страни на почивка на някой [карибски](#) остров, крайбрежието на [Мексиканския залив](#) или [Баха Калифорния](#), за разлика от [Маями Бийч](#) и Сан Диего, например, е, че в горните райони същото обслужване може да бъде получено срещу част от цената му в Америка. Аналогична е ситуацията и при втория дом, конгресите и деловите срещи. Туризмът се превръща в едно от най-големите износни пера на Третия свят, любимо на богатите символни аналитици от Севера.

Нещо повече, със спадане на разходите за транспорт и комуникации, символните аналитици могат по-лесно да сменят своето работно място с локации, където добри персонални услуги могат да бъдат получени на изгодни цени. Американски и западногермански инвеститори, например, строят най-модерно филмово студио за 100 милиона долара в Баха Калифорния, където ще отиват американски режисьори, сценаристи, продуценти и актьори, когато решат да снимат нов филм. Поддръжката на студиото и всички персонални услуги ще се осигуряват от мексиканци срещу незначителна част от цената, която биха им поискали холивудските персонални обслужващи.

Още по-честа е ситуацията всеки от два региона да обещава по-ниски данъци. През цялото 8-мо десетилетие на XX-ти век, символно-аналитичната зона непосредствено край Бостън се местеше все по-навън към южен [Ню Хемпшър](#) и северен [Роуд Айлънд](#), защото символните аналитици предпочитаха да живеят и работят там, където данъците да по-ниски. Изследователи са документирали сходно движение на квалифици-

рани имигранти от страни, където те са принудени да споделят по-голяма част от своя доход към страни, където ги облагат по-умерено. „Изтичането на мозъци” от егалитарна Европа към по-либерална Америка е красноречив пример за подобно явление.¹³ Друг пример може да бъде почерпен от модела на емиграцията между Съединените щати и Канада. Повечето американци, емигриращи в Канада, са относително нискоквалифицирани рутинни производители и персонални обслужващи; болшинството канадци, идващи в САЩ, са висококвалифицирани символни аналитици. Защо? Двете страни предлагат сходен набор възможности за работа. Съществената разлика се състои в това, че Канада има по-уравниловъчно разпределение на доходите и предлага по-щедри социални осигуровки от Съединените щати. Поради това, неквалифицираните американци намират в Канада гостоприемна среда, където се радват на по-сигурни доходи; по същата причина, квалифицираните канадци намират в Съединените щати гостоприемна среда, където могат да задържат повече от спечеленото за себе си.¹⁴

С две думи, доколкото персоналните обслужващи и рутинните производители имат много по-голяма нужда от символните аналитици, отколкото обратното, първите имат слабо политическо влияние върху вторите. Не могат да накарат символните аналитици да поделят доходите си с тях или да инвестират в бъдещето им. С други думи, политическите ходове на разцепление са относително мирни, защото отсрещната страна няма никаква политическа артилерия.

¹³ Изследванията включват V. B. Agarwal и D. R. Wikler, “Migration of Professional Manpower to the United States”, *Southern Economic Journal*, Vol. 50 (January 1984), pp. 814 – 30, W. Huang, “A Pooled Cross-Section and Time-Series Study of Professional Indirect Immigration to the United States”, *Southern Economic Journal* Vol. 54 (July 1987), pp. 95 – 109. Икономиката на изтичането на мозъци е разгледана в Walter Adams, *The Brain Drain* (New York: Macmillan, 1968), и J. N. Bhagwati и M. Partington, *Taxing the Brain Drain: A Proposal* (Amsterdam: North-Holland, 1976).

¹⁴ Няколко изследвания разкриват споменатия модел. Вж., напр., George J. Borjas, *International Differences in the Labor Market Preferences of Immigrants* (Kalamazoo, Mich.: W. E. Upjohn Institute for Employment Research, 1988), Ch. 9; D. Bloom и M. K. Gunderson, “An Analysis of the Earnings of Canadian Immigrants”, в R. B. Freeman (редактор), *Immigration, Trade, and the Labor Market* (Chicago: University of Chicago Press, 1990); J. Edward Taylor, “Undocumented Mexico – U.S. Migration and the Return to Households in Rural Mexico”, *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 69 (August 1987), pp. 626 – 38.

Кои сме „ние“?

Справедливо е да предпочитаме собствената си страна
пред всички други, защото най-напред сме деца и граждани,
преди да станем пътешественици и философи.

ДЖОРДЖ САНТАЯНА,
Животът на разума (1905)

Каква е ролята на държавата във възникващата глобална икономка, където граници престават да съществуват? Моят отговор, надявам се, бе ясен. Икономическата роля на държавата не е да увеличава печалбата на корпорациите, носещи нейния флаг, или да умножава задграничните активи на своите граждани, а подобрявайки жизнения стандарт на членовете на нацията, да затвърждава стойността на вложеното от тях в глобалната икономика. Безпокойството за националната „конкурентоспособност“ често е погрешно насочено. Важно е не какво притежаваме, а това какво правим.

Погледнат в такъв ракурс, проблемът на Америка е, че малцина американци влагат сериозна, съществена, стойност. Вследствие, пропастта между лидери-предприемачи и болшинството останали граждани се разширява. Подобряване жизнения статус на долните четири пети предполага представители на имотната върхушка да инвестират в способности на другите американци да създават добавена стойност. Докато върхушката все по-здравно се свързва с глобалната икономика, обаче, интересът ѝ към положението и потенциала на по-бедните съотечественици става все по-слаб. Оттук произтича както нашата, така и дилемата на останалите нации.

Историята рядко следва праволинейна траектория. Тези, считащи че днешното неспирно подобрение (или влошаване) на вчерашни неща, утре ще бъде още по-ясно изразено, често остават объркани, когато дойде времето за равностетка. На моменти нова идея разтърсва света, избухва революция; проявяват се разриви в делови отношения, правят се научни открития – преобръщайки наопаки непоклатима довчерашна тенденция и карайки всички да се чудят как въобще са могли да считат друг изход за възможен. При все предвидимия провал на всякакви прогнози, широката

общественост не престава да следи изказвания на борсови аналитици, валутни брокери, футуролози, метеоролози, астролози и икономисти. Предполагам, че уважението към тях е вследствие не толкова точността на техните пророчества, колкото на увереността, с която ни ги поднасят.

Читателят на настоящите страници е изрично предупреден. Опростена екстраполация на миналото в бъдещето би предрекла непрестанно нарастващо богатство на символните аналитици и устойчив спад в имуществото на почти всички останали. Цените на световните транспорт и комуникации ще продължат да се снижават, създавайки все по-широк пазар и растящо търсене на услугите на американските „откриватели” и „решатели” на проблеми и стратегически посредници, но едновременно ще генерират все по-голямо предлагане на неквалифицирани работници. Вследствие, американските символни аналитици ще станат още по-богати; рутинните производители ще станат по-бедни и малобройни, а с увеличената мобилност на труда, персоналните обслужващи ще бъдат по-несигурни икономически.

Различията в имотния статус на най-заможните и най-бедните ще продължат да се увеличават. Към 2020 г., на горната една пета от американските данъкоплатци ще се падат над 60 процента от всички доходи, спечелени от американци, а на долната една пета – 2 процента. Символните аналитици ще се оттеглят в още по-изолирани анклавни, в които ще обединяват ресурсите си, вместо да ги споделят с други или да ги инвестират по начин, допринасящ за подобряване продуктивността на останалите американци. Все по-малка част от доходите им ще бъдат облагани и впоследствие преразпределяни или инвестирани в полза на всички членове на обществото. Държавните разходи за образование, преквалификация и инфраструктура ще продължат да спадат като дял от общия доход на нацията; всякакви икономии в резултат на съкращения във военния бюджет ще отиват за по-нататъшни данъчни съкращения и намаляване на финансовия дефицит. По-бедните градове, селища и щати не ще съумяват да покрият недостига.

Отделени от останалото население чрез глобалните си връзки, добрите училища, охолния начин на живот, елитното здравеопазване и множество охранители, символните аналитици ще се изолират напълно от останалите членове на обществото. Селищата и градските анклавни, където живеят, и символно-аналитичните зони, в които работят, няма да имат никаква прилика с останалите райони, нито ще имат никакви непосредствени връзки. Междувременно, най-бедните граждани на Америка ще бъдат изолирани в свои собствени градски и селски райони на човешкото отчаяние; все повече техни младежи ще пълнят затворите в страната. Ос-

таналото американско население, обедняващо постепенно, ще се чувства безпомощно да промени печалната ситуация.

Не всичко, разбира се, е толкова просто. Вероятно ще възникнат и други събития, които ще предотвратят подобно развитие на нещата. Характерна е неспособността на символните аналитици да защитават себе си, семействата и своето имущество от грабежи на многобройното и все по-отчаяно население извън тяхната общност. Спокойната и сигурна атмосфера, евентуално предпазена от взводове охранители, алармени системи последна дума на техниката и многобройни затвори, не е вечна и безгранична.

Възможно е символните аналитици да преценят, че носят отговорност за общото благосъстояние на своите съотечественици, без да търсят каквато и да е лична изгода. Това би породило нов тип патриотизъм, основан не толкова на собствения икономически интерес, колкото на вяроност към нацията.

2

Какво дължим един на друг като членове на едно общество, обединени в обща икономика? Отговорът зависи от това доколко се чувстваме членове на едно и също общество.

Емоционалната привързаност към мястото – роден град, край или държава – някога съвсем естествено се вписваше в собствения икономически интерес. Някои граждани подкрепят инвестиции в образование, пътна инфраструктура и културни придобивки дори в случай, че в близка перспектива не ще съумеят да се насладят на незабавна ответна придобивка, но с оглед достойна отплата след време. Подкрепата на граждани, държавни инвестиции и икономическо сътрудничество бяха в съгласие с принципа на Токвил за „правилно разбрания собствен интерес“. Когато нашите съграждани ставаха по-богати и по-производителни, ние печелехме от тяхната способност да ни дадат повече в замяна на предложено-то от нас. И както сами се противопоставяхме на използвачески прийоми, така правеха и те, и в крайна сметка всички печелехме повече. Изградена-та по този начин мрежа на икономическа взаимообвързаност възпитаваше порядки на гражданско съзнание.

Между 1950 и началото на 70-те години, американската икономика в най-общ план се превърна в нагледен пример за този принцип. Трудът, бизнесът и широката общественост чрез свои оторизирани представители мълчаливо отстояваха развитието на масовото производство; реализираните икономии от мащаба гарантираха съществени печалби, част от които биваха реинвестирани с оглед гарантиране на още по-голям мащаб, а дру-

га се връщаше при производствените работници и средни ръководители под форма на по-високи заплати и премии. Така голям брой американци станаха част от средната класа, готови да потребяват продуктите на процъфтяваща производствена система.

Когато обаче географските граници на градове, щати, и дори държави престават да разделят специфични области на икономическа взаимозависимост, принципът на Токвил за осъзнатия собствен интерес е все по-малко меродавен. Държавите се превръщат в райони на единна глобална икономика, а техните граждани – в работна сила на общ световен пазар. Националните корпорации стават глобални мрежи, чиито масови стандартизирани операции се извършват навсякъде по света, където трудът е най-евтин, и чиито най-печеливши дейности се изпълняват там, където квалифицирани и талантиливи специалисти могат най-добре да концептуализират нови проблеми и техни решения. При новите условия, шансът проявените в рамките на една държава жертви и стоицизъм да затворят кръга и генерират непосредствени печалби е значително по-малък, отколкото беше в една по-затворена икономика.

Въпросът е дали гражданските навици са достатъчно здрави, за да издържат на центробежните сили в новата глобална икономика. Запазили ли сме достатъчно най-обикновено колективно чувство – гражданско самосъзнание, независимо доколко съпроводено от осъзнат собствен интерес – за да сме готови на жертви в името на ближния въпреки всичко? В края на краищата, освен икономически актьори, всички сме най-напред граждани; работим на и ежедневно посещаваме пазари, но сме членове на единно общество. Здрави ли остават обаче социалните ни и политически взаимоотношения при положение, че икономическата зависимост се разпада?

Въпросът касае всички нации, подвластни на световните икономически сили, разкъсващи взаимоотношването на техните граждани и разделящи ги на глобални победители и победни. В някои общества, където чувството за дълг към нацията е по-меродавно, отколкото в други общности, социалните взаимоотношения бележат превес над икономически зависимости. Въпреки натиска т страна на глобалната икономика, чувството за национален дълг е достатъчен стимул победителите да не спират да подпомагат онеправданите. Национализмът „всички сме в купа”, характеризиращ такива общности, се основава не само на принципа за осъзнат собствен интерес, но и на дълбоко вкоренено чувство за единно наследство и национална участ. Японците, шведите, австрийците, швейцарците и германците, например, възприемат себе си като нация, чиято сила и оцеляване зависят до известна степен от жертви на по-богатите сред тях. Нещата опират до национален дълг и достойнство. Отчасти вследствие това, разпределението на доходите в тези страни бе сред най-

равномерните от всички държави (при все, че глобалното разделение на труда започна да забива клин между техни бедни и богати, поставяйки на проверка каузата за икономическа справедливост). Същите страни, между другото, в десетилетията на 60-те и 70-те години отбелязаха най-красноречивите рекорди по икономически растеж сред всички индустриални държави.¹

Можем ли, и нужно ли ни е да култивираме подобни чувства в Америка?

3

Национализмът може да бъде опасно явление. Позицията „всички сме в купа“, която подтиква дадена нация към взаимни пожертвования, може лесно да се изроди в шовинистично отношение към всичко чуждестранно. Въпросните две емоции действително взаимно се допълват. Пословична истина в Британия е, че гражданите на страната никога не са демонстрирали такова достойнство и взаимна солидарност, както през Втората световна война. Студената война на Америка със Съветския съюз вдъхнови и намери обосновка на милиарди долари държавни разходи за пътни съоръжения, образование и изследвания. Готовността на надарените граждани на Япония да работят дълги часове срещу относително ниско възнаграждение за честа да изпълнят своя дълг към родината е подхранвана от същия комплекс емоции, каращи японците с неохота да отварят своите граници за чуждестранни продукти и имигранти.

Историята предлага изобилие от предупреждения за това как „национализмът с нулева сума“² – постулатът, че някоя от страните задължително е губеща – може да разяде обществените ценности до степен такава, че гражданите да подкрепят политика, която при все че не подобрява тяхно-

¹ Много са материалите на тема „развиващата се държава“ в съвременна Япония. Южна Корея и Хонконг, някога рекламирани от ортодоксалните привърженици на свободния пазар като модели на икономическа разкрепостеност тип „laissez-faire“, при щателно разглеждане поразително напомнят по-напредналия си северен съсед. Вж., напр., Alice Amsden, *Asia's Next Giant* (New York: Oxford University Press, 1989), и M. Castels и L. Tyson, „High Technology and the Changing International Division of Production“, W. R. Pur-



cell (редактор), *The Newly Industrializing Countries in the World Economy* (Boulder, Colo: Lynne Rienner, 1989) Австрия, Швейцария и Швеция следват различен път, разбират се, но за тези страни също са характерни системи за вътрешно договаряне, които смекчават приспособяването за най-бедните им граждани, и изискват жертви от най-богатите. Вж., напр., Peter Katzenstein, *Corporatism and Change: Austria, Switzerland, and the Politics of Industry* (Ithaca, N. Y.: Cornell University Press, 1989)

² Теория на игрите, „игра с нулева сума“ е тази, в която едната страна печели точно толкова, колкото другата губи (бел. пр.).

то благосъстояние, вреди на всички останали страни, принуждавайки и тях да предприемат аналогична ответна мярка. Въоръжени конфликти ескалират, издигат се търговски бариери, студени войни преминават в действителни. Същите жестока дисциплина и фанатична вяроност, изисквали чутовни жертви от германци и японци, в същото време накараха света да потръпне при проявените зверства и жестокости.

Непремереното национално чувство може да изкриви и самите местни граждански ценности. Обществото става изключително чувствително на тема „чужди агенти сред нас“; ограничават се граждански свободи от съображения за национална сигурност. Съседи губят доверие един в друг. Стадният мироглед може да подрони националното самосъзнание. Периодическото насилие, проявявано между кипърските турци и гърци, арменци и азербайджанци, сърби и албанци, фламандци и валонци, вьетнамци и кампучийци, израилтяни и палестинци, сикхи и други индуси, [тамили](#) и сингали, между ливански християнски и мюсюлмански секти, е мрачна равностетка за цената на племенния шовинизъм.

Доводите срещу национализма с нулева сума и в полза на по-широка и космополитна перспектива изглеждат особено силни в светлината на ширещото се неравенство в света. Пропастта между горната една пета и останалата част от обществото в Съединените щати е доста скромна в сравнение с разцеплението в глобален мащаб. На Северна Америка, Западна Европа и Източна Азия – съставляващи заедно горната една пета – се падат три четвърти от brutния световен продукт и 80 процента от стойността на световната търговия. В случай, че тези богати райони се отделят от останалия свят, много от останалия свят стремително би затънал в мизерия и нищета.

Между 1970 и 1980 г., броят недохранени хора в развиващите се страни (като изключим Китай) нарасна от 650, на 730 милиона. От 1980 г. насам, темповете на икономически растеж в повечето от тези страни се забавиха и реалните заплати допълнително спаднаха. В Африка и Латинска Америка, доходите на глава от населението през 1990 г. бяха значително по-ниски от тези през 1980 г. Цените на суровините се сринаха; задължността към Световната банка осакати много развиващи се икономики, защото над 50 милиарда долара се изпомпват всяка година към напредналите страни. Опустошенията от обезлесяване, ерозия, и екстензивно земеделие, са взели своя дан в голяма част от Третия свят. В същото време, бедното население по света ражда с много по-големи темпове от богатото. Шестдесет процента от 12-те хиляди деца, които се раждат на всеки час, допълват семейства с годишен доход на човек под 350 долара. През 1990 г., на планетата живееха малко над 5 милиарда души; броят човешки същества се очаква да достигне 8 милиарда към 2025 г., и 16 милиарда

към края на двадесет и първи век. Броят обеднели хора рязко нараства в Бразилия, Чили, Гана, Ямайка, Перу, и Филипините. Средната продължителност на живота спадна в девет африкански страни на юг от Сахара; смъртността от недохранване сред новородени и деца се нараства.³

Тясното съсредоточаване единствено върху националното благосъстояние също е опасно предвид други проблеми, изискващи национално сътрудничество: киселинни дъждове, изтощаване на озоновия слой, замърсяване на океаните, глобално затопляне вследствие използването на изкопаеми горива, разрушаване на богатите на растителни и животински видове тропически гори, разпространение на ядрени оръжия, търговия с наркотици, заболявания от СПИН, международен тероризъм. Тясно националистическият подход прави решенията на тези и други транснационални проблеми още по-трудни за постигане.

4

Национализмът с нулева сума е пречка и пред международния икономически напредък. Неомеркантилният постулат, че или те ще спечелят, или ние ще спечелим, просто не е верен. Когато работниците от една държава станат по-образовани и работят по-творчески, те са способни да добавят повече богатство в световната съкровищница. Всеки на планетата печели от по-миниатюрните и по-мощни полупроводникови чипове, независимо кой го произвежда.

Естествено, държавата, чиито работници първи достигнат до творческите идеи, има шанс да спечели непропорционално много. Такова предимство може да накара гражданите на други държави да се чувстват *относително* по-бедни, въпреки абсолютната печалба. Социолозите отдавна са констатирали феномена „относително обедняване”, когато хората преценят своето благосъстояние в светлината на нечие чуждо богатство. Средният гражданин на Великобритания в абсолютни показатели е далеч по-добре, отколкото преди двадесет години, но се чувства по-беден сега, когато средният италианец е дръпнал напред. Когато попитам моите студенти дали биха предпочели да живеят в свят, където всеки американец е с 25 процента по-богат, отколкото сега и всеки японец е много по-богат от средния американец, или в такъв, където американците са само с 10 процента по-богати, но са пред средния японец, голям брой от тях обикновено подкрепят втория вариант. Хората често са склонни да се откажат от абсолютно всички придобивки, за да попречат на предполагаеми съперници да получат още по-съществени. Макар и разбираеми, подобни импулси с нулева сума едва ли биха били препоръчителен принцип на

³ Вж. *Global Outlook 2000* (New York: United Nations 1990), pp. 202 – 21, 285 – 97.

международно икономическо поведение. След като икономическият напредък рядко облагодетелства гражданите на всички страни в еднаква степен, подобен подход, възприет на широка основа, би блокирал повечето опити за подобряване на световното благосъстояние.

Икономическата взаимозависимост е навлязла така дълбоко, че, всъщност, всяка стратегия с нулева сума се удря като бумеранг, както установиха членовете на ОПЕК през 70-те години, когато високите до небето цени на нефта хвърлиха света в рецесия, и доведоха до спад в търсенето на петрол. Днес централната банка на никоя страна не може да контролира паричното ѝ обръщение или цената на нейната валута самосиндикатно, без помощта на централните банки на други страни, нито пък една държава може да вдигне лихвения процент, или да допуска големи бюджетни излишъци или дефицити, без сътрудничество или съгласие на останалите участници. Технологиите не са стоки с ограничено глобално търсене, нито идват в ограничено количество, така че или те ще вземат, или ние ще вземем. Технологиите са области на знанието. Наподобяват външните клони на гигантски храст, на който през цялото време растат безброй нови клони. Макар че на американците им трябва пряк опит в изследователските, проектантски и производствени технологии на външните клони, ако искат да имат дял в бъдещото развитие, не е задължително това да бъдат същите клони, вече заети от работната сила на друга нация.

5

Така, космополитният човек, възприемащ себе си за гражданин на света, има правилен подход към глобалните проблеми и възможности. Лишеният от силен патриотичен импулс символен аналитик най-вероятно би се противопоставил на решения с нулева сума, държейки се поотговорно (в този смисъл) от гражданин с по-тесен кръгосор.

Дали обаче космополитът с глобален мироглед ще реши да постъпва честно и състрадателно? Дали нашите сегашни и утрешни символни аналитици – необременени от по-специално отношение към конкретна страна и нейните граждани – ще споделят своето интелектуално богатство с по-бедни хора по света и ще пожертват ресурси и усилия за подобряване шансовете на други да внасят своя дан в световното богатство? Тук се сблъскваме с тъмната страна на космополитизма. Защото, при липса на силна привързаност и посветеност, разпростираща се отвъд пределите на семейство и тесен кръг, символните аналитици може никога да не придобият инициативност и социално отговорна позиция. Ще бъдат граждани на света, но без да приемат или дори признаят някое от задълженията, които гражданството на една държава обичайно предполага. Ще се възп-

ротивят на решения с нулева сума, но може да се противопоставят и на всякакви други решения, предполагащи жертви и задължения. При липса на действителна политическа общност, в която да научат, овладеят, и практикуват идеалите на справедливостта и честността, те може да наме-рят подобни идеали за безсмислени абстракции.

Чувството за справедливост и щедростта се придобиват. Източниците са много, но водещо е членството в политическа общност. Учим се да носим отговорност за другите, защото споделяме общи ежедневие, участваме в едни и същи културни събития, имаме обща съдба. По думите на социалния философ [Майкъл Игнатиев](#), „Най-напред възприемаме себе си не като социални фигури, а като синове, дъщери, ... съплеменници и съседи. Именно тази мрежа от взаимоотношения и значения, които придаваме на живота, задоволяват потребности, действително важни за нас”.⁴

Ако за единства обща черта между нас и обкръжаващите намираме принадлежността към човешкия род, това едва ли би ни подтикнало към особени жертви в полза на ближния. Консултант по мениджмънт, живеещ в [Чапакуа](#), който пътува за работа до стоманено-стъклената кула на Парк Авеню и работи с клиенти по цял ден, вероятно би чувствал малко по-сериозна отговорност за бедно семейство, живеещо на 3000 мили в Източен Лос Анджелис, отколкото за бедно мексиканско семейство на 3200 мили в Тихуана, но допълнителната капка близост може да не стигне, за да впрегне неговите ресурс и енергия. Бидейки член на света, консултантът по мениджмънт може да не храни по-специална близост към никое конкретно общество.

Космополитизмът също може да бъде източник на смирение. Дори ако символният аналитик е съпричастен към глобалните проблеми, подобни дилеми може да изглеждат дотолкова нерешими и непреодолими в своя глобален мащаб, че всеки опит за намиране на изход да изглежда напразен. Най-голям враг на прогреса е чувството на безпомощност; след равностойност на цялата глобална несправедливост, всякакъв напредък е може би привидно непосилен. В по-малки политически единици като селища, градове, щати, и дори държави, проблемите обичайно изглеждат решими в конкретния по-малък мащаб. В резултат там, където националистът или местен патриот е склонен да счете, че жертвата е както доблестна, така и потенциално оправдана, космополитът би могъл да остане разколебан от нейната привидна незначителност.⁵ Читателят трябва само да размисли над своя личен опит. Нищо не охлажда по-сигурно реформаторското усърдие от прилежно четене на Ню Йорк Таймз или друг голям

⁴ Michael Ignatieff, *The Needs of Strangers* (New York, Viking Penguin, 1985), p. 29

⁵ Jonathan Glower, "It Makes No Differences Whether or Not I Do It", *Supplemental Proceedings of the Aristotelian Society*, New York, 1975.

глобален всекидневник в който глобалните размери на глада, расизма, увреждането на околната среда и политическите несправедливости биват отразени подробно всеки ден. Не е изненада фактът, че всички велики социални движения са възниквали локално. Хората, целящи да реформират света с един голям замах, често срещат трудности в набирането на доверчиви верни последователи.

Накратко, докато космополитният поглед предоставя точна и вярна перспектива по множество наболели глобални проблеми и предпазва от капаните на мисленето с нулева сума, той може да лиши от апломб самите стъпки, нужни за отстраняване на открити нередности. Спорен е въпросът дали човечеството би било действително по-богато с изобилие от мъдри космополити, апатични или неспособни да преодолеят световните злини, отколкото с шепа посредствени националисти, решени да направят своето микрообщество Номер Едно.

6

Исправени ли сме пред избор между национализъм с нулева сума и равнодушен космополитизъм? Нима тези две позиции изчерпват единствените възможни алтернативни модели на бъдещото гражданско съзнание? За зла участ, много от беседите за националните интереси на Америка, на които ставаме свидетели, са капсулирани именно в тези дихотомни понятия. От едната страна са представителите на национализма с нулева сума, обичайно изповядващи възгледите на рутинни производители и персонални обслужващи, настояващи правителството да прокаква икономическите интереси на Америка – дори за сметка на останалите страни. Според тях, докато не станем по-напористи, чужденците, отрасъл след отрасъл, ще продължат да увеличават пазарните си дялове в ущърб на Америка – възползвайки се от нашата честност и откритост, извоювайки конкурентно предимство пред нас, и в крайна сметка ще придобият контрол над собствените наши съдби. От другата страна са космополитите “laissez-faire”, обичайно подкрепящи възгледите на символните аналитици отстоявайки теза, че правителството трябва просто да си гледа работата, без да се меси. Според тях, предприемачите и стопанските субекти да далеч по-способни да решат какво къде да произвеждат; правителствата само объркват нещата. Свободното движение на всякакви производствени фактори през националните граници, в края на краищата, ще способства за подобряване участта на всички ни.

Това, което липсва в подобен спор е трета, по-извисена позиция: позитивен икономически национализъм, при който гражданите на всяка страна поемат отговорност преди всичко за подпомагане способността на своите съотечественици да водят пълноценен продуктивен живот, но в

сътрудничество с други нации, за да бъдат сигурни, че новите подобрения не идват за нечия чужда сметка. Това не е позицията на космополитите „Laissez-faire”, почиваща на чувството за национално предназначение – принципна историческа и културна принадлежност към единен политически проект. Тя се стреми да поощри нови знания, придобити от членове на нацията, да изглади прехода на работната сила от стари към нови индустрии, да образова и обучи националната работна сила, да подобри инфраструктурата и да създаде международни правила за fair play при осъществяване на всичко дотук. Целите на подобни инвестиции са в несъмнена обществена полза.

Не става дума за позиция на националист с нулева сума: Наша главна цел е подобряване на глобалното благосъстояние, а не да благоприятстваме благоденствието на една нация за нечия сметка. Не коментираме фиксирана крайна печалба в глобален план или ограничен пазар за подялба. Не са изправени „техните” срещу „нашите” корпорации в борба за световно надмощие. Напротив, срещаме се на разширяващото се до безкрайност поле на човешките умения и знания. Човешкият капитал, за разлика от материалния или финансовия, няма иманентни граници.

Действително, *тези* националистически чувства има шанс да донесат по-голямо световно богатство, отколкото космополитни подбуди, изхождащи от липса на привързаност към конкретна нация. Защото както селяните, чието усърдие в грижата за собствената градина носи изобилна реколта за всички, така и гражданите, които усещат лично задължение да култивират талантите и способностите на своите съотечественици, в крайна сметка допринасят както за благото както на своето общество, така и на всички останали. Благосъстоянието на една нация се увеличава винаги, когато други нации подобряват способностите на своите граждани. В духа на същата метафора ще добавим, че всеки градинар може да се чувства в конкуренция с всеки друг, но и всеки разбира също, че за успешно добиване на цялата реколта е нужно сътрудничество. Всеки носи първична отговорност да обработи своята градина, но има и вторично задължение – и действителен интерес да види – всички градини да цъфтят.

Подобен позитивен икономически национализъм би избегнал търговски бариери срещу изделията на чиято и да е работна сила, както и пречки пред движението на пари и идеи през границите. Дори да можеха да бъдат наложени, подобни пречки биха единствено намалили възможностите на работната сила от всяка нация за се радва на плодовете от инвестираните в нея и всички останали средства. Но не всяка държавна намеса ще бъде избягвана. Напротив, подобен подход би насърчил обществените разходи във всяка държава по всякакъв начин, увеличаващ способностите на нейните граждани да водят пълноценен и продуктивен живот – в т.ч. пред- и

следродилна болнична помощ, детско здравеопазване и предучилищна подготовка, първокласно начално и средно образование, достъп до колеж независимо от финансовото състояние, обучение и преквалификация, добра инфраструктура. Такива инвестиции биха оформили ядрото на националната икономическа политика.

Позитивният национализъм би допуснал – и дори поощрявал – държавни субсидии за стопански субекти, които в рамките на държавата предприемат високотехнологично производство (сложно проектиране, конструиране, производство, интегриране на системи, и т.н.), така че работната сила на страната, даваща субсидии, да придобие висока практическа квалификация. Но той (позитивният национализъм) не би правил разлика между предприятия според националността на техните акционери или главни директори. С цел да се подсилят срещу игри с нулева сума, в които държави наддават една срещу друга за привличане на група глобални предприятия и свързани с тях технологии, страните ще договарят удачни нива и цели на подобни субсидии. В резултат ще се получи своеобразен „ГАТТ за преки инвестиции” – логично продължение на Общото споразумение за митата и търговията, което Съединените щати спонсорираха след Втората световна война – определящо правилата, по които държавите могат да наддават за високостойностни инвестиции от глобалните корпорации. Ще бъдат забранени заплахите със затваряне на домашни пазари, докато в тях не се направят определени инвестиции, защото подобни заплахи вероятно ще прераснат в надпревари с нулева сума. Вместо това, правилата ще се стремят да определят честни тактики, зависещи от спецификите на конкретна икономика и вида търговски инвестиции. Размерът допустими субсидии, например, може да бъде право пропорционален на обема национална работна сила, но обратно пропорционален на средната ѝ квалификация. На страните с голяма и относително неквалифицирана работна сила ще се предоставя по-голяма свобода при наддаване за глобални инвестиции, отколкото на страни с по-малка и по-висококвалифицирана работна сила.

Други видове субсидии ще се обединяват и разпределят по места, където ще донесат най-голяма полза, както Европейската общност вече прави по райони. Например, държавите ще финансират съвместно фундаментални изследвания, чиито плодове често почти на момента преминават националните граници – проекти като ускорителя за високоенергийни частици, човешкия ген и космически изследвания. (Отделни производства едва ли биха подкрепили самостоятелно такива проекти при положение, че целият свят лесно се възползва от тях.) Как да се разпределят тези фондове и за какви цели ще бъде решено, разбира се, след преговори.

Позитивният икономически национализъм ще облекчи и изтеглянето на работна сила от по-старите отрасли и технологии, в които вече е налице глобален свръхкапацитет. Това може да стане под формата на съдействие при напускане, помощи за преместване, допълнителни стипендии за обучение, извънредно осигуряване за безработица, регионални икономически помощи, и фондове за реоборудване и модернизиране на машините за по-висока производителност. След като всяка нация печели, когато някъде се намали свръхкапацитет, подобни субсидии може да дойдат от общ фонд, формиран съвместно от всички страни. Вноските във фонда може да бъдат разпределени съобразно частта от капацитета, нахождана се в границите на дадена страна към момента на неговото разкриване.

Не на последно място, позитивният икономически национализъм ще се стреми да развие капацитета на работната сила в Третия свят – не като средство за възпиране на световния комунизъм или за стабилизиране на режимите в отдалечени части на света, така че глобалните компании да могат безопасно да извличат суровини и продават завършени изделия в тях, - а като способ за стимулиране на местното развитие и оттам, увеличаване на глобалното благосъстояние. С тази цел, преместването на масовото производство към страните от Третия свят ще бъде приветствано и пазарите в напредналите икономики ще бъдат отворени за тях. Развитите страни ще намалят дълговото бреме на Третия свят, ще направят достъпни нови кредити и ще следят обслужването на заемите по-стриктно, отколкото досега.

7

Стремителното навлизане на глобалните промени раздели американските избиратели. Рутинните производители и персоналните обслужващи – гравитиращи към национализма с нулева сума – се боят, че чужденците и най-вече японците, изкупуват националните активи и тайно влияят на американските политики. Те презират нископлатените работници в Югоизточна Азия и Латинска Америка, които получават много от американските рутинни производствени места, при което изглежда, че нахлуват в американските градове. Множество символни аналитици – гравитиращи към космополитизма “laissez-faire” – не изпитват никаква особена грижа за икономическото положение на другите американци, от една страна, а от друга, се чувстват безпомощни и подтиснати, предвид плеядата посъществени проблеми пред останалия свят.

С други думи, никое избирателно тяло не е естествено предразположено към позитивен национализъм. Хората, заплашени от глобална конкуренция усещат, че биха могли да изгубят много и спечелят малко от един подход, целящ да увеличи световните блага, докато печелещите най-

вече от размиването на националните граници усещат, че могат да изгубят много и спечелят малко от държавната намеса, предвидена за разпределяне на тези блага.

Посоката, в която се движим, е пределно ясна. Ако бъдещето можеше да се предвиди въз основа тенденциите, които днес са вече в ход, космополитизмът “laissez-faire” би станал господстваща икономическа и социална доктрина в Америка. Оставено да се развива самостоятелно, световното разделение на труда не само ще породи огромни разлики в имущественото състояние вътре в нациите, но може да отслаби волята на глобалните победители да сторят каквото и да е в опит да преодолеят тенденцията към неравенство – както вътре в страната, така и навън. Символните аналитици, държащи повечето карти в тази игра, могат да бъдат сигурни в „победата”. Но какво да правят победените?

Поднесен ни е рядък исторически момент, в който заплаха от световен конфликт изглежда далечна, прогресът на икономики и технологии размива границите между националности. Съвременната нация-държава, на възраст около двеста години, вече не е това, което бе някога: заличава национализмът, основан върху практическите нужди на икономическа взаимозависимост вътре в географски граници, и на сигурност срещу чужденците отвън. Пред нас, както и пред всички общества, се разкрива възможност да си дадем отново равностойка кои сме ние, кое ни обединява, и какво дължим един на друг и на други хора по света. Изборът е наш. Подвластни сме не толкова на днешните тенденции, колкото на остатъци от миналото. Можем да потвърдим, стига да пожелаем, че нашите взаимни задължения като граждани се простират отвъд стопанските взаимни ползи, и да процедираме по съответния начин.

Бележки към допълнителните източници

Както всеки труд, свързан със синтез и интерпретация, текстът дотук е основан на широк кръг изследвания, проучвания и анализи, събрани от много и различни области. Разчитах и на множество интервюта, проведени в рамките на няколко години. Уцелването на точен баланс между анализи и синтез – или, както би казал Айзая Бърлин, експерт-таралеж и интердисциплинарна лисица – е, разбира се, рисковано упражнение, и аз дължа на читателя списък с главни източници, в допълнение към изрично цитираните в текста.

За осъзнаване развитието на идеята за икономически национализъм и централното място на националната корпорация в нея еволюция, за особено полезна намерих монументалната тритомна студия на Fernand Braudel „Цивилизация и капитализъм, 15 – 18ти век” *Civilization and Capitalism, 15th – 18th Centuries* (American ed. New York: Harper & Row, 1984)¹, която помага да поставим икономическия национализъм в по-широк контекст на формиране на държава-нация и епоха на меркантилизма. Книгата на Eric Hobsbawm „Векът на империята, 1875 - 1914” *The Age of Empire, 1875 – 1914* (New York: Pantheon, 1987) дава полезно обобщение на силите, влияещи в съвременната епоха на национално икономическо съревнование. Особено изчерпателна студия на европейската индустриализация и нейния политически контекст е поместена в книгата на Sidney Pollard „Мирно нашествие: Индустриализацията на Европа: 1760 - 1970” *Peaceful Conquest: The Industrialization of Europe: 1760 – 1970* (Oxford: Oxford University Press, 1981). За еволюция на национализма въобще, полезно изследване представлява „Историческа еволюция на съвременния национализъм” на Carlton J. H. Hayes *The Historical Evolution of Modern Nationalism* (New York: Macmillan, 1948). Книгата на Boyd C. Shafer „Национализмът: мит и реалност” *Nationalism: Myth and Reality* (New York: Harcourt, Brace & World, 1955) поставя развитието на национализма в по-широка социална и икономическа рамка.

За история на развитието на основната корпорация в Съединените щати, е ненадмината книгата на Alfred Chandler „Видимата ръка: Мениджърска революция в американския бизнес” *The Visible Hand: The Mana-*

¹ Заглавията на източниците са дадени и в превод, и в оригинал, с оглед запазване цялостния смисъл на бележките за читател, невладеещ свободно английски (бел. пр.)

gerial Revolution in American Business (Cambridge: Harvard University Press, 1977). Относно връзките на това развитие с американската политика, есето „Преосмисляне на въпроса с тръстовете” (“Rethinking the Trust Question”) на Thomas McGraw в тома под негова редакция „Държавното регулиране в перспектива” *Regulation in Perspective* (Cambridge: Harvard Business School, 1981) е особено полезно, както и биографичният му труд „Пророци на държавното регулиране” *Prophets of Regulation* (Cambridge: Harvard University Press, 1984). Книгата на Morton Horowitz „Трансформация на американското право: 1780 - 1860” *The Transformation of American Law: 1780 - 1860* (Cambridge: Harvard University Press, 1977) предлага задълбочен анализ на ролята на публичното право в развитието на американската индустрия. Louis Galambos и Joseph Pratt правят щателен преглед на възникването на уникална връзка американски бизнес – правителство на Съединените щати в книгата „Възход на корпоративната общност” *The Rise of the Corporate Commonwealth* (New York: Basic Books, 1988) Съкровеният характер на тази връзка е очертан от Grant McConnell в „Частна власт и американска демокрация” *Private Power and American Democracy* (New York: Knopf, 1966) и от Jonathan R. T. Hughes, „Управленски привички: Контролът върху икономиката от колониални времена до наши дни” *The Governmental Habit: Economic Control from Colonial Times to the Present* (New York: Basic Books, 1877). Връзката може да бъде възприета като елемент на европейската либерална традиция от осемнадесети век, представена от Louis Hartz в книгата му, превърнала се в класика „Либералната традиция в Америка” *The Liberal Tradition in America* (New York: Harcourt, Brace & World, 1955), и от James Weinstein в „Корпоративният идеал в либералната държава, 1900 - 1981” *The Corporate Ideal in the Liberal State, 1900 - 1918* (Boston: Beacon Press, 1968).

С оглед да представим развитието на американската корпорация през двадесети век в политическа перспектива, полезни ще ни бъдат книгите на Ellis Hawley „Ню Дийл и проблемът с монопола” *The New Deal and the Problem of Monopoly* (Princeton: Princeton University Press, 1966), на Richard Hofstadter “Бек на реформата” *The Age of Reform* (New York: Knopf, 1955), и на James Willard Hurst „Право и пазари в историята на САЩ” *Law and Markets in U.S. History* (Madison: University of Wisconsin Press, 1981). За разбиране на връзката корпорации – американски национализъм през голяма част от XX-ти век, широко са използвани съвременните отчети, публикувани в популярни издания, като „Форчън” (*Fortune*) и „Ню Рипаблик” (*The New Republic*).

По повод възникването на локализирани области с експертен опит, които нарекохме „символно-аналитични зони”, в последните години се появяват голям и растящ брой изследвания. Сред най-важните пионери са Raymond Vernon с „Метрополис 1985” *Metropolis 1985* (Cambridge: Har-

vard University Press, 1960) и М. Hall с „Произведено в Ню Йорк” *Made in New York* (Cambridge: Harvard University Press, 1959), като и двамата описват как местности привличат и стимулират формирането на общности квалифицирани служители; Сред последни приложения и доуточнения по темата, които намирам за особено полезни, са Annalee Saxenian „Урбанистични противоречия в Силициевата долина: Регионален растеж и преустройство на полупроводниковата индустрия” (*“The Urban Contradictions of Silicon Valley: Regional Growth and the Restructuring of the Semiconductor Industry”*) в книгата под редакция на L. Sawers и W. Tabb „Слънчев пояс/снежен пояс” *Sunbelt/Snowbelt* (New York: Oxford University Press, 1984); Bennett Harrison, „Регионално преустройство и добрият бизнес-климат: икономическа трансформация на Ню Ингълънд” (*“Regional Restructuring and Good Business Climate: The Economic Transformation of New England”*) в същата книга; R. Miller и M. Cote „Отглеждане на следващата Силициева долина” (*“Growing the Next Silicon Valley”*) в [Harvard Business Review](#), July-August 1985, pp. 114 – 23; Ann Markusen с „Разходите за отбрана и разположение на високотехнологичните отрасли” (*“Defense Spending and the Geography of High Technology Industries”*), в J. Rees (редактор) „Технология, райони и политика” *Technology, Regions, and Policy* (Totowa, N. J.: Rowman & Littlefield, 1986) и Nancy Dorfman с „Курс 128: Развитието на регионален център за високи технологии” (*“Route 128: The Development of a Regional High Technology Center”*) *Research Policy*, Vol. 12 (1983), pp. 299 – 316. Полезно обобщение на растящата литература по въпроса може да бъде намерено у Peter Doerminger et al. „Невидими фактори в местното икономическо развитие” *Invisible Factors in Local Economic Development* (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, 1987).

Читателите, заинтригувани как официалното образование може да развива критично мислене, ще срещнат обширен и непрестанно разширяващ се списък източници. Лично аз счетох няколко работи за особено ценни. Книгата на Donald A. Schon „Мислещият практик: Как професионалистите мислят в движение” *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action* (New York: Basic Books, 1983) предлага творчески предизвикателен анализ на това, как хората поемат отговорност за продължаване на своето обучение и за връзката между абстрактно съждение и практическо действие. В обширната литература по експериментално обучение изпъкват две изследвания: D. A. Kolb „За управлението в процеса на обучение” (*“On Management and the Learning Process”*) в D. A. Kolb et al. (редактори) „Организационна психология: сборник лекции” *Organizational Psychology: A Book of Readings* (2nd ed.; Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, 1974), и A. Whimbey и J. Lockhead, „Разрешаване на проблеми и тяхно осъзнаване” *Problem-solving and Comprehension* (Philadelphia: Franklin

Institute Press, 1982). Особено интересно мнение за преподаването на „повисш порядък“ умение да се разсъждава е поместено в Lauren Resnick, „Образование и обучение как да мислим“ *Education and Learning to Think* (Washington, D.C.: National Academy Press, 1987).

В крайна сметка, за да проумея последните икономически и политически промени, особено протекли след края на 70-те години, разчитах на разговори със служители от частния и обществен сектор, при което всички охотно пожертваха част от своето време. Никой от тях или организациите, които те представят, не носи отговорност за данни или изводи, направени от мен в настоящата книга.

В недържавния сектор мои източници бяха служители от извадка компании, включваща малки и големи предприятия, производители и доставчици услуги (в традиционен смисъл) както с частен, така и с обществен капитал, американски и чуждестранна собственост. Сред тях са Aries Computer, Arthur Andersen & Company, AT&T, AT&T Bell Laboratories, Atex Corporation, Bell south, British Steel, Bull HN, Burlington Northern Corporation, Cargill, La Cie Minière Québec, Cincinnati Milacron Inc., Consolidated Edison, CSX Corporation, Erving Paper Mills, First Bank of Minneapolis, First Commercial Bank of Arkansas, Frito-Lay, Fijisankei Communications, Fujitsu Microelectronics Inc., General Foods Corp, GTE Inc, Honeywell Inc, IBM, IBM Canada, Imo Delival Inc, John Hancock Mutual Life Insurance Co, Kendall Corp, Loram Companies, McKinsey & Company, NEC Corporation, Newmont Mining Corp., Newsday Corp., Onex Corp., Polysar Inc., Prescott Ball & Turben Inc., Prime Computer Inc., R. R. Donnelley Inc., Sara Lee Corp., Schott America Inc., Scotts Hospitalities (Canada), Shamrock Holdings Corp., Sony, Square D Corp., Steelcase Corp., Sun Chemical Corp., Touche Ross Inc., Towers Perrin Company, The Williams-Companies и Wyatt Company.

В обществения и нетърговски сектор, сред източниците ми бяха служители на федералното, щатски и местни правителства на Съединените щати, както и от няколко чуждестранни правителства и профсъюзни организации. Сред тях бяха Асоциация на директорите за промишлени изследвания от Квебек, Департамент за икономическо развитие на Масачузетс, Съюз по възможности за растеж в Лорънс, Масачузетс, Изследователски съвет за промишлено развитие на Сан Антонио, Тексас, Отдел за индустриални профсъюзи на АФТ-КПП, Комисия по международна търговия на Съединените щати, Министерство на финансите на Япония, Министерство на международната търговия и индустрията на Япония, Служба за наемни отношения в щата Ню Йорк, Пристанищна служба на Ню Йорк о Ню Джърси, Провинция Онтарио, Научно-инженерен съвет на Ве-

ликобритания, Търговски департамент на щат Мичиган, Планово-бюджетна комисия на Мексико, Търговски представител на САЩ и Център за челни технологии в Западна Пенсилвания.²

² Association des Directeurs de Recherche Industrielle du Québec, Commonwealth of Kentucky Department of Economic Development, Commonwealth of Massachusetts Department of Economic Development, Growth Opportunity Alliance of Lawrence, Massachusetts, Industrial Development Research Council of San Antonio, Texas, Industrial Union Department of the AFL-CIO, International Trade Commission of the United States, Ministry of Finance of Japan, Ministry of International Trade and Industry of Japan, New York State Office of Employee Relations, Port Authority of New York and New Jersey, the Province of Ontario, Science and Engineering Council of Great Britain, State of Michigan Department of Commerce, State of Minnesota Bureau of Mediation Services, La Secretaría de Programación y Presupuesto de México, the U.S. Trade Representative, the Western Pennsylvania Advanced Technology Center.

Указател

- абстрахиране (като символно-аналитично умение), [236](#)
- автомагистрала, [69](#), [258](#)
- автомобилостроене
- външно възлагане, [100](#)
 - вътрешно спрямо външно производство, [124](#)
 - глобални мрежи, [119](#)
 - Големите трима, [54](#)
 - компании японска собственост, [131](#), [299](#)
 - презгранични връзки, [133](#), [154](#)
 - протекционизъм, [78](#)
- авторски права, [109](#)
- Администрация за национално възстановяване (National Recovery Administration), [49](#)
- Ай-Би-Ем (IBM), [74](#), [88](#), [92](#), [93](#), [98](#), [103](#), [113](#), [127](#), [130](#), [132](#), [146](#), [147](#), [149](#), [166](#), [173](#), [226](#)
- Ай-Си-Ел (ICL), [74](#)
- Ай-Ти-Ти (ITT), [82](#)
- Айзенхауер, Дуайт Д. (Eisenhower, Dwight D.), [73](#)
- Активи, интелектуални, [113](#), [115](#)
- Албания, [164](#)
- Алайд Кемикъл (Allied Chemical), [54](#)
- Алис-Чалмърс (Alis-Chalmers), [142](#)
- Американска държавна жилищна корпорация, [47](#)
- американска икономика, [15](#), [84](#)
- мотор на масовото производство, [54](#)
 - отъждествяване с основните корпорации, [54](#)
 - вж. също национални икономики
- Американска революция, [25](#), [51](#)
- американски колонии, [21](#)
- американски корпорации
- в средата на века, [71](#), [74](#)
 - възнаграждение на ръководителите, [212](#), [230](#)
 - възходът, [51](#), [64](#)
 - гражданство, [147](#), [148](#)
 - залезът, [77](#), [84](#)
 - използване на чуждестранни работници, [127](#)
 - съглашения за съвместно производство, [173](#)
 - трансформацията, [88](#), [124](#)
 - вж. също основни корпорации
- Американ Експрес (American Express), [88](#), [114](#), [211](#)
- Американ Кен (American Can) [88](#), [142](#)
- Американ Тобако (American Tobacco), [44](#), [46](#), [54](#)
- Американ Уулън (American Woolen), [44](#)
- Американ Шугър Рифайнинг (American Sugar Refining), [34](#)
- Англо-иранска нефтена компания, [72](#)
- антитръст, [172](#)
- Арбенс, Гусман, Хакобо, [72](#)
- Ар-Джей-Ар Набиско (RJR Nabisco), [200](#)
- Ар-Джей Рейнолдс (R. J. Reynolds), [54](#), [82](#)
- Ар-Си-Ей Билдинг, [55](#)
- Ар-Си-Ей (RCA), [60](#), [77](#), [113](#), [129](#), [142](#)

- Ар-Си-Ей Рекърдс (RCA Records), [172](#)
 Арко Солар (Arco Solar), [155](#), [157](#)
 Армко Стийл (Armco Steel), [77](#)
 Артър Андерсен (Arthur Andersen), [139](#)
 Атлантик Ричфийлд (Atlantic Richfield),
[155](#), [157](#)
 АФТ-КПП, [64](#)
 Ашет (Hachette), [172](#)
 Аштън-Тейт (Ashton-Tate), [99](#)
- БанкАмерика (BankAmerica), [113](#)
 Бантам (Bantam), [172](#)
 Бател (Battelle), [136](#), [227](#)
 Бевърли Ентерпрайзиз (Beverly
 Enterprises), [182](#)
 бедни спрямо богати
 граждани, [207](#)
 общини, [278](#)
 безработица спрямо инфлация, [67](#)
 Бейкър енд Макензи (Baker & McKenzie),
[139](#)
 Бектел (Bechtel), [139](#), [227](#)
 Бел Атлантик (Bell Atlantic), [128](#)
 Бел Саут (Bell South), [127](#)
 Бертелсман, [172](#)
 Бетлеем (Behlehem Steel), [54](#)
 бизнес класа, [57](#)
 Бисмарк, Ото фон, [46](#)
 Биътрис Фуудз (Beatrice Foods), [83](#)
 благотворителност, [282](#), [283](#)
 Блау, Роджър (Blough, Roger), [76](#)
 Блу, Ароу Пи-Ел-Си (Blue Arrow PLC),
[183](#)
 Блумингдейлс (Bloomingdale's), [142](#)
 богати спрямо бедни
- индивиди, [208](#)
 общини, [279](#)
 училищни окръзи, [280](#)
 „Богатството на нациите” (А. Смит),
[26](#)
 Болингброк (Bolingbroke, Lord), [23](#)
 Бонапарт, Наполеон, [25](#)
 Бостън, [240](#)
 Бриджстоун (Bridgestone), [52](#), [152](#)
 Британия
 основни корпорации, [75](#)
 политика на свободна търговия, [36](#)
 Бритиш Лейланд (British Layland), [74](#)
 Бритиш Стийл (British Steel), [74](#)
 брокери – *вж.* стратегически брокери
 Бул (Bull – френска корпорация), [75](#)
 Буш, Джордж (Bush, George), [232](#),
[263](#), [271](#), [277](#), [282](#), [286](#)
 Бърл, Адолф А. (Berle, Adolph A.),
[49](#), [105](#)
 Бюро за преброяване (Census Bureau),
[180](#)
 Бюджетно бюро, [67](#)
- Вашингтон (град), [240](#)
 Венг Кок Сю (Weng Kok Siew), [138](#)
 Виетнам, [73](#)
 високостойностни предприятия
 брокерство, [100](#)
 властта в тях, [105](#)
 глобален обсег, [117](#)
 експериментиране, [97](#)
 извън САЩ, [129](#)
 лицензионни съглашения, [99](#)
 международни продукти, [119](#)

- независими профит-центрове, [98](#)
 организация, [94](#)
 печалби в тях, [92](#)
 придобиване, [110](#)
 сдружения, [103](#), [139](#)
 спрямо предприятия за масово производство, [88](#)
 умения, [91](#), [115](#)
 форми, [98](#)
 чужда собственост, [157](#)
 „Владей, Британия” (Rule Britannia), [23](#)
 внос, [78](#), [121](#)
 Военен трудов съвет, [48](#)
 Военна финансова корпорация, [47](#)
 Волво (Volvo), [137](#)
 Втора световна война, [48](#), [52](#), [61](#)
 въздушно замърсяване, [195](#)
 външно възлагане, [100](#), [101](#)
 Върховен съд на САЩ, [46](#)
- Галвин, Робърт Х. (Galvin, Robert H.), [149](#)
 Ганди, Махатма, [38](#)
 ГАТТ (Общо споразумение по митата и търговията), [71](#), [79](#), [315](#)
 Гватемала, [128](#)
 Германия, [25](#), [24](#)
 гигантски корпорации, *вж.* основни корпорации
 Гимбелс (Gimbels), [53](#)
 Гласмън, Алън (Glassman Alan), [128](#)
 глобална икономика, [15](#)
 глобална конкуренция, [146](#)
 глобални мрежи, [117](#), [118](#), [119](#), [178](#)
 домашни спрямо „чужди”, [119](#), [123](#),
 наддаване на местните власти, [299](#)
 продукция под формата на международни изделия, [120](#)
 Голдман Сакс (Goldman Sachs), [144](#)
 Големите профсъюзи, [75](#)
 градове
 богати и бедни, [277](#)
 вътрешно разслоение, [276](#), [277](#)
 движение на работниците, [39](#)
 наддаване за глобален бизнес, [300](#), [302](#)
вж. също символно-аналитични зони
 граждански дълг; добре осъзнат, [273](#)
 Гранд Юниън (Grand Union), [142](#)
 Грейс, Питър (Grace Peter), [82](#)
 Грийн, Харолд (Gineen Herold), [82](#)
 Гудийър (Goodyear), [142](#), [287](#)
 Гълф Ойл (Gulf Oil), [72](#)
 Гърстнър, Луис (Gerstner, Louis), [212](#)
 Гюбър, Питър (Guber, Peter), [155](#)
- Даблю-Ар-Грейс (W. R. Grace), [82](#)
 Дабълдей (Doubleday), [142](#)
 Даймлер-Бенц (Daimler-Benz), [137](#)
 Дайъмънд Мач (Diamond Match), [34](#)
 данък върху дохода, [207](#), [251](#), [267](#)
 данъци, [207](#), [208](#), [209](#), [252](#), [265](#)
 данъчни облекчения, [269](#), [284](#)
 Дарвин, Чарлз (Darwin, Chalres), [45](#)
 Дау Дзоунз, индекс (Dow Jones Industrial Average), [83](#)
 демокрация, възход, [22](#), [22](#), [23](#)
 депресия, [51](#)
 дерегулиране, [196](#)
 Деу Моутърз (Darwoo Motors), [133](#)

- Дж. К. Пени (J. C. Penney), [55](#)
 Дж. Уолтър Томсън (J. Walter Thompson), [139](#)
 Джайънт Фууд (Giant Food) [142](#)
 Джаксън, Андрю (Jackson, Andrew), [29](#)
 Дженеръл Електрик (General Electric), [54](#), [77](#), [88](#), [98](#), [110](#), [113](#), [129](#)
 Дженеръл Милз (General Millls), [54](#)
 Дженеръл Моутърз (General Motors), [51](#), [55](#), [73](#), [88](#), [126](#), [152](#), [178](#), [220](#), [226](#), [284](#)
 здание на щаб-квартирата, [55](#)
 и „Чарли Мотора“ Уилсън, [56](#), [61](#), [126](#)
 Дженеръл Фуудз (General Foods), [54](#)
 Джи-Ем, *вж.* Дженеръл Моутърз
 Джи-И, *вж.* Дженеръл Електрик
 Джонсън & Джонсън (Johnson & Johnson), [98](#)
 Джонсън, Линдън (Johnson, Lyndon), [73](#)
 Дисни (Disney), [113](#), [114](#)
 договаряне, *вж.* външно възлагане
 Доминиканска република, [73](#)
 доходи
 в други страни, [210](#), [213](#)
 в основните корпорации, [58](#), [214](#)
 данни за тях, [207](#)
 и образователно ниво, [215](#)
 и ръст на средната класа, [56](#), [58](#)
 на висшите ръководители, [216](#), [231](#)
 на работещите бедни, [211](#)
 неравенство, [207](#)
 разширяваща се пропаг, [208](#)
 Дрексел, Бърнъм Ламберт (Drexel Burnham Lambert), [201](#)
 дълг, национална идея, [11](#)
 дъмпинг, [78](#), [80](#), [123](#)
 държавен/обществн сектор спрямо частен сектор, [267](#)
 държавн инсвестции, [259](#), [271](#), [273](#), [316](#)
 Дюпон (Du Pont), [54](#), [60](#), [77](#), [130](#)
 Европа
 корпорации-гиганти, [42](#), [63](#)
 демокрация, [21](#)
 образование, [233](#)
 следвоенна помощ от САЩ, [71](#)
 Едсел (Edsel), [60](#), [97](#), [146](#)
 Ей енд Пи (A&P), [142](#)
 Ей-Ти енд Ти (American Telephone & Telegraph), [44](#), [46](#), [54](#), [88](#), [98](#), [129](#), [132](#), [166](#), [168](#), [170](#), [217](#)
 Ейбръмс, Франк (Abrams, Frank), [60](#)
 Ейвис Рент-А-Кар (Avis Rent-A-Car), [82](#)
 експериментиране (като символно-аналитично умение), [235](#)
 електрическа индустрия, [54](#)
 електрически уреди, [54](#)
 Ем-Си-Ай (MCI), [103](#)
 Ен-Би-Си (NBC), [168](#)
 Ен-Ем-Би Семикъндактър Къмпани (NMB Semiconductor Company), [166](#)
 Ен-И-Си, НЕК (NEC), [123](#), [132](#), [167](#)
 Ен-Ти-Ти (NTT), [137](#)
 Епъл Компютър (Apple Computer), [100](#), [130](#)
 Ес-Ар-Ай Интернешънъл (SRI)

- International), [136](#)
- железници, [55](#)
- жертвата, [31](#), [46](#), [48](#), [76](#), [147](#), [164](#), [203](#), [219](#), [283](#), [307](#), [308](#)
- жизнен стандарт, 80, 214, 259
- запазено име, [113](#)
- Закон за заетостта от 1946г.
(Employment Act), [67](#)
- Закон за магистралите на националната отбрана (National Defence Highway Act), [69](#)
- Закон за националните трудови Отношения (National Labor Relations Act), [219](#)
- Закон за образование по националната отбрана (National Defence Education Act), [69](#)
- Закон за търговията с автобуси, [163](#)
- Закон за чистия въздух (Clean Air Act), [195](#)
- Закон на Робинсън-Патман, [50](#)
- Закон на Тафт-Хартли, [63](#)
- Закон на Уогнър от 1935, [50](#)
- Закон на Шърман, Антитръстов (Sherman Antitrust Act), [43](#), [48](#)
- Законода за ценните книжа и борсата, [50](#)
- Законода за корабоплаването (Navigation Acts), [22](#), [26](#)
- Зенит Електроник Корпорейшън (Zenith Electronic Corporation), [167](#)
- “Знамето, обсипано със звезди”, [24](#)
- зони, симвоно-аналитични, [244](#)
- идейно сдружение, [139](#)
- издавателства, [98](#), [240](#), [242](#)
- изобретения, [33](#)
- изследвания, [130](#)
- икономика, *вж.* американска икономика, глобална икономика, национална икономка
- икономически национализъм
- бъдеще, [307](#), [308](#)
- възход, [22](#)
- и империализъм, [36](#), [37](#)
- свързан с патриотизма, [40](#)
- имигранти, [39](#)
- за персонално обслужване, [293](#)
- империализъм, [37](#), [38](#)
- имуществен данък, [276](#)
- инвестиции
- зад граница, [144](#), [145](#)
- държавни, [259](#), [264](#), [266](#), [268](#), [293](#)
- Индокитай, [72](#)
- индустриално производство, *вж.*
- предприятия за масово производство
- индустриалци-държавници, [50](#), [60](#), [61](#)
- инициативни мрежи, [94](#), [97](#), [98](#), [101](#)
- глобални, [113](#)-115
- спрямо многонационалните корпорации, [117](#)
- форми, [98](#)-100
- Инланд Стийл (Inalnd Steel), [221](#)
- Интел (Intel), [100](#), [103](#), [166](#)
- интелектуални активи, [112](#)
- Интернешънъл Фюъл Селс Корпорейшън (International Fuel Sales Corporation), [155](#)

Интернешънъл Харвестър (International Harvester), [34](#), [44](#)

инфлация спрямо безработица, [67](#)

инфраструктура

инвестиции, [260](#), [262](#), [317](#)

качество, [272](#)

разходи, [274](#)

Иран, [131](#)

ИРИ (IRI), [278](#)

Ийстмън Кодак, *вж.* Кодак

Исузу (Isuzu), [133](#)

Италия, [54](#)

Ийтна Лайф анд Кажуълти (Aetna Life And Casualty), [103](#)

Калхаун, Джон (Calhoun, John C.), [29](#)

Камара на Общините (британска), [22](#)

Канада, [119](#), [137](#), [233](#), [261](#), [302](#)

Канон (Canon), [114](#)

капитал

интелектуален, [112](#), [116](#)

световно движение, [268](#), [269](#)

цена, [270](#)

вж. също чужди инвестиции

капитализъм, американски, [74](#)

кари-повдигачи, [122](#), [299](#)

Карл Маркс, [37](#), [38](#), [57](#), [110](#)

Карнеги, Андрю (Carnegie, Andrew), [110](#)

Карнеги-Мелън, Университет (Carnegie-Mellon University), [226](#)

Карнеги Стийл (Carnegie Steel), [34](#)

картели, [45](#)

Кейтъпилър Трактър (Caterpillar Tractor), [88](#)

Кейнс, Джон Мейнард (Keynes, John Maynard), [39](#)

Кенеди, Джон Фицджералд (Kennedy, John F.), [76](#)

Киа Моутърз (Kia Motors), [133](#)

Кидър-Пийбоди (Kidder-Peabody), [110](#)

Кий, Франсис Скот (Key, Francis Scott), [24](#)

киностудии

външно възлагане, [100](#)

Сони купува Колъмбия Пикчърз, [154](#)

Китай, [38](#)

Клей, Хенри (Clay, Henry), [29](#)

Клемансо, Жорж (Clemanceau, Georges), [46](#)

Кодак (Kodak), [88](#), [98](#), [113](#), [114](#), [130](#), [171](#)

Кока-Кола, [73](#)

Колбер (Colbert, Jean Baptiste), [20](#)

Колгейт-Палмолив (Colgate-Palmolive), [146](#)

Колъмбия Пикчърз (Columbia Pictures), [142](#), [154](#), [155](#), [172](#)

Компак Компютърс (Compaq Computers), [100](#)

компютърна индустрия, [89](#), [90](#), [92](#)

Комсат, [103](#)

конгломерати, [81](#), [82](#)

Корнинг Глас (Corning Glass), [131](#)

корпоративни държавници, [50](#), [61](#)

корпоративни игри – финансови машинации, [81](#)

корпорации, *вж.* американски

- корпорации, основни корпорации,
чужди корпорации
- Косби, Бил (Cosby, Bill), [227](#)
- космополитизъм, [311](#), [313](#), [317](#)
- Крайслер (Chrysler Corporation), [47](#), [55](#),
[132](#), [133](#), [137](#), [142](#), [184](#)
- Крафчик, Джон (Krafcik, John), [152](#)
- Кристъл, Грег С. (Crystal, Graef S.), [212](#)
- Кроули, Хърбърт (Croly, Herbert), [47](#)
- Ксерокс (Херох), [88](#), [99](#)
- Куейкър Оутс (Quaker Oats), [54](#)
- Куелър, Джек (Kueer, Jack), [149](#)
- Куомо, Марио (Quomo, Mario), [280](#)
- Къбърли, Елууд П.. (Cubberly, Elwood P.), [68](#)
- левъридж-изкупуване, [99](#)
- Ливър Хауз (Lever House), [55](#)
- Лига за ограничаване на имиграцията
(Immigration Restriction League), [40](#)
- Лигет & Майерс (Liggett & Myers), [54](#)
- Лилиентал, Дейвид (Lilienthal, David), [52](#)
- Линд, Робърт С. (Lynd, Robert S.), [57](#)
- Линд, Хелън Мерел (Lynd, Helen Merrell), [57](#)
- Линкълн, Ейбрахам (Lincoln, Abraham), [30](#)
- Лойд Джордж, Дейвид (Lloyd George, David), [46](#)
- Локтайт Къмпани (Loctite Company),
[128](#)
- Лос Анджелис, [240](#)
- Лотус (Lotus Development Corp.), [99](#)
- Луи XIV, [20](#), [21](#)
- Люис Галуб Той Къмпани (Lewis Galoob Toy Company), [100](#)
- Люис, Джон Л. (Lewis, John L.), [63](#),
[110](#)
- Люлка (Люлька), [132](#)
- Мадзини, Джозеф (Mazzini, Joseph),
[25](#)
- Мадона (Madonna), [227](#)
- Мазда (Mazda), [133](#), [136](#), [137](#), [226](#)
- Майкрософт (Microsoft), [99](#)
- Мак Трак (Mack Track), [142](#)
- Макгроу-Хил (McGraw-Hill), [218](#)
- Макдоналдс (McDonald's), [88](#), [97](#)
- Макдонъл Дъглас (McDonnell Douglas), [89](#)
- Макиладора – фабрики (Maquiladora factories), [216](#)
- Маккинзи (McKinsey – консултантска фирма), [139](#)
- Максуел, Робърт (Maxwell, Robert),
[171](#)
- Маркс, Карл, *вж.* Карл Маркс
- Марсилезата, [24](#)
- Масачузетски Технологичен Институт (MIT; МИТ), [136](#)
- масово потребление, [53](#)
- Материълс Рисърч (Materials Research), [156](#)
- Мацушита (Matsushita), [114](#), [135](#), [167](#)
- Международен валутен фонд
(International Monetary Fund), [71](#)
- Менпауър Инк. (Manpower Inc.), [183](#)
- Мерил Линч (Merill Lynch), [103](#), [144](#)
- Мерк (Merck), [130](#)

- меркантилизъм, [22](#)
 Мерседес-Бенц, [226](#)
 местни правителства
 богати и бедни, [273](#)
 наддаване за бизнес от глобалните
 мрежи, [300](#)
 Мидълтаун (Middletown), [57](#)
 Мийнз, Гардинър (Means Gardiner), [49](#)
 микроелектроника
 зависимост от Япония, [162](#)
 и Сематек, [167](#)
 Мил, Джон Стюарт, [23](#)
 Мийни, Джордж (Meany, George), [64](#)
 Министерство на отбраната, САЩ, [70](#)
 Министерство на транспорта, САЩ, [260](#)
 мита, [36](#), [42](#)
 предложени от Александър Хамилтън,
 [28](#)
 дебати, [29](#), [30](#)
 Мицубиши (Mitsubishi), [132](#), [133](#), [134](#),
 [137](#), [166](#), [299](#)
 Мицуи (Mitsui), [132](#)
 многонационални корпорации
 възход, [74](#)
 спрямо инициативните мрежи, [117](#)
 Молекс (Molex Corporation), [128](#)
 Моментата (Momenta Corporation), [131](#)
 Монтгомъри Уорд (Montgomery Ward),
 [55](#)
 Монтедисон (Montediason), [75](#)
 Морган, Станли (Morgan, Stanley),
 [139](#), [144](#)
 Морита, Акио (Morita, Akio), [154](#)
 Мосадък, Мохамед, [72](#)
 Мосбакър, Робърт (Mosbacher,
 Robert), [167](#)
 Моторола, [130](#), [147](#), [149](#), [166](#)
 музикална индустрия, [242](#)
 Мусолини, Бенито, [48](#)
 Мърдок, Рупърт (Murdoch, Rupert),
 [172](#)
 Мърфи, Еди (Murphy, Eddie), [227](#)
 Набиско (Nabisco – National Biscuit
 Company), [44](#), [82](#)
 Наполеоновы войни, [24](#)
 национализъм
 на нулевата сума [308](#), [309](#), [310](#)
 позитивен икономически, [314](#)
 негово бъдеще, [307](#)
 възход, [22](#), [38](#), [39](#)
 национална отбрана, [69](#)
 национална сигурност
 в средата на века, [72](#)
 и митата, [28](#), [36](#), [39](#)
 в сферата на влияние, [36](#), [37](#)
 като райони на глобалната иконо-
 мика, [272](#)
 и появата на гигантски корпорации,
 [42](#), [44](#)
 промени, [13](#)
 традиционни възгледи, [12](#)
 Национално бюро за икономически
 изследвания (National Bureau of
 Economic Research), [56](#)
 Национална
 асоциация на индустриалците
 (The National
 Association of Manufacturers), [51](#)

- нация-държава, [17](#), [20](#)
 нация и нейната роля, [304](#)
 Нго Дин-Диен, [73](#)
 недружеско поглъщане (изкупуване), [82](#)
 НЕК, Ен-И-Си (NEC), [123](#), [132](#), [166](#), [168](#)
 Нешънъл Бискит Къмпани (National Biscuit Company - Nabisco), [82](#)
 Нешънъл Кеш Реджистър (National Cash Register), [73](#)
 Нешънъл Стийл (National Steel), [142](#)
 Нешънъл Старч (National Starch), [45](#)
 Нешънъл Уолпейпър (National Wallpaper), [45](#)
 Никарагуа, [72](#)
 Нипон Стийл (Nipon Steel), [221](#)
 Нисан (Nissan), [124](#), [136](#), [137](#), [151](#)
 Нордърн Телеком (Northern Telecom), [137](#)
 Нортън Саймън (Norton Simon), [82](#)
 Нью Дийл (New Deal), [47](#)
 Нью-Йорк (град), [240](#)
 Нью-Йорк Лайф Иншурънс Къмпани (New York Life Insurance Company), [218](#)
 Нью-Йоркската фондова борса (New York Stock Exchange), [200](#)
 Обединени автомобилни работници, [220](#)
 образование
 аналогия с масовото производство, [68](#)
 в движение, [253](#), [254](#), [255](#)
 в Съединените щати, [232](#), [233](#)
 възможности, [255](#), [256](#)
 и ниво на доходите, [215](#)
 на символните аналитици, [233](#), [235](#)
 [236](#), [237](#), [238](#)
 неравенство в разходите, [259](#)
 пожертвования на корпорациите, [284](#)
 разходи, [263](#), [264](#)
 обучение, [169](#), [263](#), [266](#)
 обществен/държавен сектор спрямо
 чаастен сектор, [269](#)
 община, в Съединените щати, [284](#)
 Огилви & Мейдър (Ogilvy & Mather), [139](#)
 Оливети (Olivetti), [226](#)
 „организационният човек”, [62](#)
 оръжеен пазар, [240](#)
 основни корпорации, [51](#), [55](#)
 антиръстови закони, *вж.* Закон на
 Шеъман
 в Европа, [42](#), [75](#)
 в Япония, [45](#)
 възходът, [44](#)
 дебати, [45](#)
 директори, [49](#), [61](#)
 и ценова конкуренция, [81](#)
 и националната отбрана, [69](#), [70](#)
 и протекционизъм, [78](#), [79](#), [288](#)
 и средната класа, [56](#), [58](#)
 като многонационални, [73](#)
 като финансови холдингови
 компании, [81](#)
 лобинг, [172](#), [175](#), [288](#), [300](#)
 подотчетност, [45](#), [49](#)
 променлива същност, [88](#), [90](#), [91](#)

- разширяваща се разлика в доходите, [213](#), [215](#)
сгради с щаб-квартири, [55](#)
спадане на печалбите, [83](#)
графици, [45](#)
създаване на работни места, [56](#), [59](#)
трансформацията, [88](#), [89](#), [101](#), [103](#)
филантропия, [284](#)
чужда собственост, [142](#), [169](#)
отбранителни контракти, [71](#)
отбрана, вж. национална отбрана
„откриватели” на проблеми, [91](#), [92](#), [94](#),
[95](#), [112](#), [113](#), [117](#), [139](#), [188](#)
патенти, [111](#)
патриотизъм, [20](#), [23](#), [25](#), [31](#), [147](#)
печалби, [81](#), [111](#), [142](#), [144](#)
персонални обслужващи, [183](#)
и национализъм на нулевата сума, [313](#)
недостиг на работна ръка, [290](#)
отношения със символните аналитици,
[292](#)
спадаци доходи, [215](#), [222](#), [223](#), [305](#)
Пилсбъри (Pillsbury), [142](#)
Питърс, Джон (Peters, John), [155](#)
позитивен икономически национали-
зъм, [314](#)
Полароид (Polaroid), [106](#)
полупроводници, [165](#)
популисти, [36](#)
потребление, [53](#), [267](#), [270](#)
правителство
възгледи за технологиите, [162](#)
и националната отбрана, [69](#)
лобинг за корпорациите, [174](#), [175](#),
[288](#), [300](#)
неравенство при услугите, [278](#)
вж. също държавни инвестиции и
данъци
Прат & Уитни (Pratt & Whitney), [55](#)
предлагане и търсене, [35](#)
предприятия за масово производство
в чуждестранните икономики, [77](#)
заплати в тях, [111](#)
национална принадлежност, [113](#)
предприятия за масово производство
(продължение)
печалбите в тях, [111](#)
високостойностни, [89](#)
производство на стомана, [54](#), [89](#), [92](#)
производство спрямо услуги, [101](#)
Проктър & Гембъл (Procter & Gamble),
[34](#), [113](#), [130](#)
промишлено производство, [31](#), [35](#)
осъзнат собствен интерес, [31](#), [76](#), [259](#),
[306](#), [307](#)
протекционизъм, [78](#), [80](#), [170](#), [287](#)
профсъюзи, [62](#), [63](#), [64](#), [219](#)
Първа световна война, [47](#)
Р. Р. Донъли (R. R. Donnelley), [218](#)
работещи бедни, [213](#)
работническа класа, [57](#)
развиващи се страни
преместване на масовото производ-
ство, [77](#), [137](#)
като пазар на работна сила, [137](#)
вж. също Третия свят
реактивни двигатели – производство,
[55](#)

- Революционна война, [27](#)
 Рейгън, Роналд (Reagan, Ronald), [83](#),
[129](#), [207](#), [208](#), [280](#), [281](#)
 Рено (Renault), [75](#), [137](#)
 „решатели” на проблеми, [91](#), [92](#), [94](#), [97](#),
[98](#), [99](#), [218](#)
 Рико (Rikoh), [125](#)
 Рипъблик Стийл (Republic Steel), [54](#)
 Роже джо Лил, Клод Жозеф, [24](#)
 Ройтер, Уолтър (Reuther, Walter), [63](#)
 Ролс-Ройс (Rolls-Royce), [132](#)
 Рузвелт, Теодор (Roosevelt, Theodore),
[37](#)
 Рузвелт, Франклин Делано (Roosevelt,
 Franklin Delano), [46](#), [48](#)
 рутинни производители, [182](#)
 в чуждестранни компании, [153](#)
 във високостойностните предприятия, [111](#)
 заплати, [112](#), [218](#)
 и национализъм с нулева сума, [316](#)
 по отношение на символните аналити-
 ци, [301](#), [303](#)
 примиренческа позиция, [295](#)
 спадаци доходи, [217](#), [252](#)
 СААБ (SAAB), [133](#)
 Сан Франциско (зона на залива), [240](#)
 Сасилор (Sacilor), [75](#)
 Сацтек Интернешънъл (Saztec Inter-
 national), [217](#)
 Световна банка, [71](#), [227](#)
 свръхкапацитет в промишлеността,
[36](#), [316](#)
 Сематек (Sematech), [165](#), [166](#)
 Централ Пасифик Рейлроуд (Central
 Pacific Railroad), [30](#)
 Серван-Шрайбер, Жан-Жак (Servan-
 Schreiber, Jean-Jacques), [74](#)
 Си-Би-Ес Рекърдс (CBS Records),
[142](#), [154](#), [154](#)
 Сийгейт Текнолоджи (Seagate
 Technology), [127](#)
 символни аналитици, [187](#)
 възход, [228](#)
 заплати, [230](#)
 практическо обучение, [243](#)
 спад на данъчното бреме, [265](#)
 филантропия, [272](#)
 юристи и финансисти, [199](#)
 символно-аналитични зони, [241](#), [246](#),
[320](#)
 Сименс (Siemens), [120](#), [131](#), [132](#), [155](#),
[166](#), [226](#)
 Сингер Сюинг Машин (Singer Sewing
 Machine), [34](#)
 системно мислене, [235](#)
 Сиърз (Sears), [55](#), [73](#), [88](#), [113](#)
 сливане и изкупуване, [82](#)
 Смит, Адам (Smith, Adam), [26](#)
 Сокони Мобайл (Socony Mobil), [72](#)
 Сони (Sony), [135](#), [149](#), [154](#), [155](#), [156](#),
[167](#), [169](#), [172](#)
 и ТВРС, [170](#)
 придобиване на Си-Би-Ен Рекърдс,
[154](#)
 придобиване на Колъмбия Пикчърс,
[155](#)
 придобиване на Матириълс Рисърч,
[157](#)
 спестявания (натрупвания), [140](#), [268](#)

- Спилбърг, Стивън (Spielberg, Steven), [227](#)
- спътник, [68](#)
- средна класа, [56](#)
- Сталоун, Силвестър (Stallone, Sylvester), [227](#)
- Стандард Ойл. (Standard Oil), [34](#), [46](#), [54](#), [60](#), [72](#)
- Стандард Роуп енд Туайн (Standard Rope and Twine), [45](#)
- Стандартна индустриална класификация, система (SIC), [101](#)
- стоки спрямо услуги, [92](#), [101](#)
- чужденци в САЩ, [153](#), [157](#)
- Сун Ят-Сен, [38](#)
- Суон Оптикъл Корпорейшън (Swan Optical Corporation), [128](#)
- Сухой Аэроспейс, [132](#)
- сфери на влияние, [37](#), [42](#)
- Съвет за военно производство, [48](#)
- Съвет по гражданска авиация (Civil Aeronautics Board), [194](#)
- Съветски съюз, [22](#), [71](#), [119](#), [308](#)
- сътрудничество (в работата на сим-волните аналитици), [238](#), [241](#)
- Тайм Инк. (Time Inc.), [172](#)
- Тачър, Маргарет (Thatcher, Margaret), [26](#), [124](#)
- ТВРС (телевизия с висока разделителна способност), [168](#)
- Тексако (Техасо), [72](#)
- Тексас Инструменте (Texas Instruments), [88](#), [129](#), [166](#), [168](#)
- телеграф, [33](#)
- технология
- отношение на правителството, [167](#), [169](#)
- собственст върху нея, [157](#)
- Ти-Ар-Даблю (TRW), [174](#)
- Ти-Ви Гайд (TV Guide), [172](#)
- Ти-Даблю-Ей (TWA), [88](#)
- Тиш, Лорънс (Tish, Lawrence), [155](#)
- Тойота (Toyota), [136](#), [152](#), [153](#), [221](#), [300](#)
- Токвил, Алексис дьо (Tocqueville, Alexis de), [31](#), [32](#), [76](#), [259](#), [307](#)
- Токийска фондова борса (Tokyo Stock Exchange), [144](#)
- Токио Електрик (Tokyo Electric), [156](#)
- Томсън (френска корпорация), [168](#)
- Тошиба (Toshiba), [135](#), [156](#), [166](#)
- Третият свят, [209](#), [299](#)
- Труман, Хари (Truman, Harry), [71](#)
- Туентиът Сенчъри Фокс (20th Century-Fox), [172](#)
- търговски дефицит (дисбаланс), [140](#)
- търговска марка, [113](#)
- търговски представител на САЩ, [171](#)
- тютюнева индустрия, [54](#)
- Уайнбъргър, Каспар (Weinberger, Caspar), [227](#)
- Уайт, Вана (White, Vanna), [227](#)
- Уестингхауз (Westinghouse), [54](#), [77](#), [113](#)
- Уилсън, Уудроу (Wilson, Woodrow), [46](#), [252](#)
- Уилсън, Чарлз Ъруин (“Чарли Мотора”), [56](#), [61](#), [126](#)
- Уолт Дисни (Walt Disney), [113](#)
- Уорнър Брадърс (Warner Bros.), [155](#)

- Уорнър Комюникейшънс (Warner Communications), [171](#)
- Уошингтън, Джордж (Washington, George), [27](#)
- Управление на федералния резерв (Federal Reserve Board), [67](#)
- услуги спрямо стоки, [92](#), [101](#)
- Уърлпул (Whirlpool), [127](#)
- Файърстоун (Firestone), [142](#), [153](#)
- Фанук (FANUC: Fanuc)**, [133](#)
- Феърчайлд Семикондактър Корпорейшън (Fairchild Semiconductor Corp.), [160](#)
- филантропия, [284](#)
- Филип Морис (Philip Morris), [114](#)
- Филипс (Phillips), [127](#), [132](#), [135](#), [167](#), [168](#), [221](#)
- филмова индустрия, [101](#), [245](#)
- Финансова корпорация за реконструкция (Reconstruction Finance Corporation), [47](#)
- Фихте, Й. Г., [25](#)
- Фокс, Броудкастинг (Fox Broadcasting), [172](#)
- Форд (Ford), [55](#), [60](#), [73](#), [88](#), [101](#), [124](#), [133](#), [137](#)
- Франция
- основни корпорации, [74](#)
- при Луи XIV, [20](#)
- Френска революция, [24](#)
- Фуджицу (Fujitsu), [160](#)
- Хамилтън, Александър (Hamilton, Alexander), [27](#), [36](#)
- Харпър & Роу (Harper & Row), [172](#)
- Хилс, Карла (Hills, Carla), [171](#)
- химическа индустрия, [54](#)
- Хистер Къмпани (Hyster Company), [122](#)
- Хитачи (Hitachi), [99](#), [166](#)
- Хо Ши Мин, [73](#)
- Хобсън, Дж. А. (Hobson, J. A.), [38](#), [39](#), [53](#)
- Хонда (Honda), [135](#), [226](#), [300](#)
- Хофшедтер, Ричард (Hofstadter, Richard), [52](#)
- Хрущов, Никита, [49](#)
- Хувър, Хърбърт (Hoover, Herbert), [47](#)
- Хъниуел (Honeywell), [123](#)
- Хюндай Моутърз (Hyundai Motors), [133](#)
- Централна Америка, [73](#)
- Циба-Гайги (Ciba-Geigy), [132](#)
- ЦРУ (Central Intelligence Agency), [72](#)
- Чарли Мотора (“Engine Charlie”), *вж.* Уилсън, Чарлз Бруин
- Чикаго, [240](#)
- чипове памет, [165](#)
- човешки капитал, [115](#), [116](#)
- чужди инвестиции, [144](#)
- чужди корпорации (чужда собственост), „изкупуване” на САЩ, [143](#)
- политика на САЩ към тях, [161](#), [171](#), печалби от тях, [145](#)
- корпоративно гражданство, [148](#)
- вж. също* Мацушита, Мазда
- Шлумбергер (Schlumberger), [161](#)
- Шулц, Джордж (Shultz, George), [227](#)
- Шулц, Чарлз (Schulz, Charles), [227](#)
- Ъпджон (Upjohn), [130](#)
- Ю-Ес-Екс (USX), [114](#)

Ю-Ес Ледър (U.S. Leather), [45](#)
Ю-Ес Стийл (U.S. Steel), [44](#)
Южна Африка, [123](#)
Юзинор (Usinor), [75](#)
Юнайтед Стейтс Ръбър (United States Rubber), [44](#)
Юнайтед Текнолоджиз (United Technologies), [156](#)
Юнайтед Фрут Къмпани (United Fruit Company), [72](#)
Юниън Карбайд (Union Carbide), [54](#),
[60](#)
Юниън Пасифик (Union Pacific Railroad), [30](#)
Якока, Ли (Iacocca, Lee), [132](#)
Ямаха Моутър Къмпани (Yamaha Motor Company), [133](#)
Япония, [36](#)
 страни, [136](#)
 образование, [234](#)

ЗМ, [99](#)

Робърт Б. Рийв

ТРУДЪТ НА НАЦИИТЕ
Как да се подготвим за капитализма
на ХХІ век

Американска

Първо издание

Преводач *Владимир Атанасов*
Езиков редактор *Елка Иванова*
Редактор *Гриша Александров*
Художник на корицата *Марио Петров*
Художествен редактор *Борис Драголов*
Технически редактор *Елена Пискова*

Формат 70x10/16 Печ.коли 17.75 Изд.коли 23.07

Университетско издателство „Св. Климент Охридски”

Грунт на нацията е основополагащ труд с огромно значение за нашият следващ оптимизъм - ние знаем на това, което държавите трябва да направят, ако искат гражданите да процъфтяват през двадесет първия век.

В продължение на повече от сто години във всяка индустриална страна жизненият стандарт на индивида се е качил и силно заедно с общото икономическо състояние на най-големите стопански организации в страната. Робърт Б. Рейм показва, че нещата са вече по-различни. Когато парите, технологиите и идеите текат лесно през границите, а работните места отиват там, където работата може да се извърши най-ефективно, тези неумоливи сили на световния капитализъм лишават корпорациите от националната им приваждателност.

Всичко, което остава, е коренно в границите на държавите: нейният народ - най-наистински и добре образован хора от него процъфтяват, защото огромният интегриран световен пазар ги възнагражда бързо; най-нискоквалифицираните хора обединяват, губейки за сметка на също така нискоквалифицираните хора в останалия свят. По-малко, понеже най-богатите граждани се чувстват по-слабо свързани със съвременния си, те имат по-малко желание да инвестират в тяхното бъдеще. В резултат, пропасти между двете групи се разширява с намаляване на държавните инвестиции.

Рейм призовава държавата да се обърне на ново към производителността и конкурентоспособността на всички граждани на страната. Защото, колкото се за двадесет и първия век, колкото уменията и способностите на нашия народ стават наши главни ценности и това трябва да стане фокус на икономиката.

Забележителен пример на анализ, проясняване и съчувствие към съдбата на народа ни. Дълбоко и модно ще даде насока на политическите дискусии през следващите десетилетия.

Робърт Б. Рейм, преподавател в Харвардския център по държавно управление Джон Ф. Кенеди, е един от най-истакнатите американски политикономи. Действително политик в администрацията на Форми Картер, сега той е автор и редактор на *Ню Амелик*, председател на редакционния съвет на *Американ Проспект*, чест автор на *Харвард Висок Висок* и *Атлантис*, и редовен коментатор на Националното държавно радио и държавната телевизия. Рейм е автор на *Възходният либерал* (*The Resurgent Liberal*), *Приказки за нова Америка* (*Tales of a New America*), *Следващата американска страна* (*The Next American Frontier*) и други книги. Живее в Кеймбридж, Масачузетс, със съпругата си двамата сина си.



УНИВЕРСИТЕТСКО
ИЗДАТЕЛСТВО
"СВ. КЛИМЕНТ
ОХРИДСКИ"