

Ю.В. ЛАТОВ, к.э.н.,
с.н.с. АУ МВД России, доцент ГУ-ВШЭ, доцент РЭА

НЕФОРМАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ТЕНЕВУЮ ЭКОНОМИКУ

В борьбе с теневыми экономическими отношениями основные надежды возлагают на правоохранительные органы. Последние десятилетия показали, однако, что в большинстве бывших советских республик правоохранительным органам не только не удалось добиться заметного снижения теневой экономики, но и сами эти органы стали активнейшими участниками теневых экономических отношений [1; 2; 3]. Добиться реальных успехов в сдерживании теневой экономики в постсоветской России (и других экс-советских государствах) удастся лишь тогда, когда формальные запреты начнут опираться на систему неформальных норм деловой этики и неформальных запретов на нарушения правил хозяйственной деятельности. Речь идет о необходимости таких мер социальной инженерии, направленных на преобразование ментальных стереотипов, как формирование позитивного образа предпринимательской деятельности и формирование представлений о дозволенности и моральности помощи рядовых граждан правоохранительным органам в борьбе с теневой экономической деятельностью. Важность этих неформальных институтов доказывается в нашем докладе от противного: поскольку сейчас в России доминируют противоположные культурно-ментальные установки, постольку издержки нелегальности оказываются ниже издержек легализации.

Проблема формирования позитивного имиджа предпринимательства

Негативный имидж постсоветского предпринимательства. Среди специалистов по проблемам переходной экономики широкое распространение получила концепция американских транзитологов А. Шляйфера – Р. Вишни, согласно которой постсоветская экономика России – это экономика «грабящей руки» [4]. Речь идет о том, что предприниматель в России рас-

сматривается государственными чиновниками как объект надуманных придинок и вымогательства. Поскольку предприниматели не могут в такой атмосфере законопослушно заниматься бизнесом, они вынуждены «уходить в тень».

Почему российские граждане на протяжении долгого времени мало озабочены подобным предвзятым отношением власти к бизнесу? Для "простого" россиянина ответ не составит особого труда. Дело в том, что в бизнесменах видят не трудолюбивых производителей, а аморальных хищников, грабить которых – не преступление, а своего рода восстановление социальной справедливости («экспроприация экспроприаторов»).

Приведем данные социологических исследований, подтверждающих наличие у россиян «антикапиталистической ментальности» как неформального культурно-ментального института.

Первые опросы по поводу отношения к бизнесменам проводились под руководством В.В. Радаева еще в СССР, когда предпринимательская деятельность маскировалась под деятельность кооперативов: в 1990 г. 30% респондентов по общесоюзной выборке выражали положительное отношение к кооператорам и 42% отрицательное [5, p.25].

Когда в 1992-1995 гг. под руководством Н.Е. Тихоновой проводилось мониторинговое исследование поведения и сознания россиян, то вновь было обнаружено преобладание негативных оценок тех, кто смог «взлететь» на волне реформ. Негативное отношение к тем, кто разбогател в последние годы, проявляли 31%, позитивное – только 22%, остальные 47% были нейтральны. Если учесть, что при этом 45% опрошенных были готовы поддержать принудительное изъятие у современных богачей «неправедно нажитых ими состоя-

© Ю.В. Латов, 2006

ний», то преобладание нейтральных оценок надо рассматривать как проявление скорее скрытой неприязни к «новым русским», чем скрытого их одобрения [6].

Может быть, когда шок от рыночных реформ начал проходить, «антикапиталистическая ментальность» россиян рассеялась? Увы, негативный имидж «новых русских» стал устойчивой чертой общественных умонастроений.

В Табл. 1 показаны результаты исследования, выполненного в 1998 г. в Санкт-Петербурге Центром социологических исследований факультета социологии СПбГУ [7]. Когда предлагалось ответить на открытый вопрос «Закончите следующее предложение: “В России, чтобы достичь успеха в бизнесе, нужно...”», то почти половина опрошенных (47,4%) недвусмысленно называла такие качества, нужные, по их мнению, для занятия бизнесом, которые вызывают однозначно негативные ассоциации, – наличие «лапы», готовность нарушать нормы закона и морали, умение изворачиваться. Петербуржцы, для которых занятие предпринимательством ассоциируется с положительными человеческими качествами, составили менее трети респондентов (30,9%).

В «глубинке», где либеральная ментальность укоренилась гораздо слабее, имидж предпринимателей вряд ли более привлекателен.

Когда в 2001-2002 гг. по программе Центра конфликтологии ИС РАН проводили анкетирование в некоторых «провинциальных» областях (Табл. 2), то на открытый вопрос «Чтобы стать богатым в России, больше всего необходимо...» указывали «быть безнравственным человеком», не менее часто, чем противоположное – «быть порядочным». Впрочем, большинство нижегородцев и туляков вообще игнорировали дилемму «порядочность – безнравственность»: они, очевидно, считали «богатеньких» бизнесменов людьми не откровенно безнравственными, но и явно не порядочными. Среди уфимцев число сторонников безнравственности богатства вдвое превысило число тех, кто считал богатых порядочными людьми. Очень парадоксальные результаты получены во время опроса в Тюмени. Здесь тоже примерно одинаковы доли тех, кто считает богатых безнравственными, и тех, кто считает их порядочными, но при этом большинство опрошенных выбирали оба ответа, не замечая их взаимоотрицания.

Таблица 1

**Мнения россиян о том, что необходимо для занятия бизнесом
(по данным социологического обследования в Санкт-Петербурге, 1998 г.)**

Названные факторы	Доля опрошенных, давших ответы, в %	Совокупная доля опрошенных по категориям ответов, в %
<u>Факторы, ассоциируемые с негативными человеческими чертами</u>		
Иметь связи, покровительство	17,3	47,4
Преступать закон	14,2	
Нарушать нормы морали	10,9	
Крутиться, приспосабливаться	5,0	
<u>Факторы, ассоциируемые с положительными человеческими чертами</u>		
Обладать умом, творческими способностями	9,7	30,9
Иметь знания, навыки, опыт	7,6	
Иметь силу, волю, энергию, целеустремленность	6,2	
Работать	4,7	
Обладать честностью, порядочностью	2,7	

Составлено по: Безгодов А.В. *Очерки социологии предпринимательства*. СПб.: ООО «Издательства “Петрополис”», 1999. С. 201.

Таблица 2

**Мнения россиян о том, что необходимо, чтобы стать богатым
(по данным социологических обследований 2001-2002 г.)**

Регионы, где проводились опросы	Доля опрошенных (в %), указавших, что «Чтобы стать богатым в России, больше всего необходимо...»	
	«быть безнравственным»	«быть порядочным»
Нижний Новгород	15%	12%
Тула	13%	12%
Уфа	14%	7%
Тюмень	85%	91%

Можно констатировать, что для очень многих россиян, согласно данным социологических опросов, свойственна «антикапиталистическая ментальность». Они убеждены, что бизнес и честность – «две вещи несовместные».

Культурные основы отрицательного отношения к предпринимательству. Зададимся теперь вопросом – каковы причины устойчиво критического отношения россиян к предпринимательской деятельности. Быть может, это нормальная реакция на "прихватизацию" и финансовые пирамиды 1990-х гг.? Но негативное отношение к предпринимателям фиксируется уже в горбачевский период, еще до начала массового экономического мошенничества. Не срабатывают ли здесь глубинные архетипы российской культуры?

Существует ли в российской экономической культуре благожелательное отношение к предпринимателю – деятельному индивиду, обязанному своим успехам лишь самому себе? Для ответа на этот вопрос необходимо выяснить, насколько велика в российской культуре ценность индивидуализма.

Мнение, что русские, в отличие от западноевропейцев и тем более американцев, ставят коллективистские ценности намного выше индивидуалистических, встречается настолько часто, что его можно считать тривиальной банальностью. Сравнительные этнометрические исследования подтверждают эту точку зрения. Англо-саксонские страны (США, Великобритания, Австралия), где доминирует протестантская этика, характеризуются самыми высокими индексами индивиду-

ализма, в странах Западной Европы с преобладанием католицизма индивидуализм развит слабее, еще слабее – в конфуцианских и мусульманских странах Азии и в православной Восточной Европе[8].

При слабости индивидуалистических ценностей himselfmademan воспринимается большинством окружающих как выскочка, который делает свою карьеру, «идя по головам». Естественно, что в таких условиях бизнесмен классического типа – бизнесмен как единоличный лидер – выглядит маргиналом, антиобщественным элементом.

Благодаря исследованиям Макса Вебера давно осознано, что для успешного развития предпринимательства оно должно иметь моральную санкцию. Иначе говоря, люди должны научиться различать "честный бизнес" ("игру по правилам") и "нечестный бизнес" ("наживу любой ценой").

Существует ли в российской экономической культуре качественное разграничение «честного» и «нечестного» бизнеса? И на этот вопрос также придется дать отрицательный ответ. Дело отнюдь не сводится к тому, что в советскую эпоху жажда богатства клеймилась как моральное извращение.

Характерная деталь: в классической русской литературе XIX в. нет буквально ни одного вполне положительного образа предпринимателя, зато отрицательных – сколько угодно. Дореволюционные русские писатели, от А.С. Грибоедова до А.П. Чехова, считали людей, отдавших презренной материальной наживе, «мертвыми душами», рядом с которыми даже лентяй Обломов выглядит положительным персо-

нажем. Ничего похожего на поэтизацию предпринимательства в духе Дж. Лондона или Т. Драйзера в отечественной литературе нет и в помине. Единственный популярный литературный персонаж с предпринимательской «жилкой», который вызывает у читателя хоть какую-то симпатию, – это Остап Бендер.

Этнологический подход к анализу русского языкового сознания, развиваемый Н.В. Уфимцевой, также подтверждает глубокую укорененность «антикапиталистической ментальности». По ее наблюдениям, в российской культуре краеугольное для рыночного хозяйства понятие «деньги» ассоциируется главным образом с эпитетами «бешенные», «шальные» и «грязные», но крайне слабо – с эпитетами «заработанные» и «трудовые» [9, с.196].

Можно утверждать, что традиционная российская экономическая ментальность в принципе не знает понятия «честный бизнес» и склонна осуждать индивидуалистическое обогащение как таковое.

Даже когда после 1992 г. предпринимательство стало вполне легальным, человек, решившийся стать предпринимателем, сразу попадал в ситуацию морального вакуума: для подавляющего большинства россиян бизнес (любой бизнес!) однозначно ассоциируется не столько с «трудолюбием» и «инициативностью», сколько с «нечестностью» и «обманом». Начинаю-

щий предприниматель априори подвергнут со стороны общества моральному осуждению, и сам на себя он смотрит как на лицо, стоящее во многом за чертой общепринятых норм.

Поскольку бизнесмен обречен (независимо от своего личного поведения) олицетворять для сограждан жулика, то у него отсутствуют этические «тормоза». Заранее «осужденный», он с легкостью совершает противоправные действия: его уже подвергли моральному ostracismu, и потому действительно совершаемые правонарушения мало вредят его репутации. Бизнесмен не стесняется действовать против общества, общество (в лице правительства или отдельных индивидов) также не стесняется действовать против любого предпринимателя, не разбирая правых и виноватых (вспомним недавнее «дело ЮКОСа»).

В результате «новорожденный» российский предприниматель оказался отторгнут от легальных систем защиты прав собственности, и едва ли не главным его защитником стали «частные силовые структуры» – уголовные рэкетеры или, в лучшем случае, «милиейские крыши». Что касается чиновников, то их «потребительское» отношение к бизнесменам лишь отражает общенародные представления о том, какого отношения заслуживают «легальные жулики».

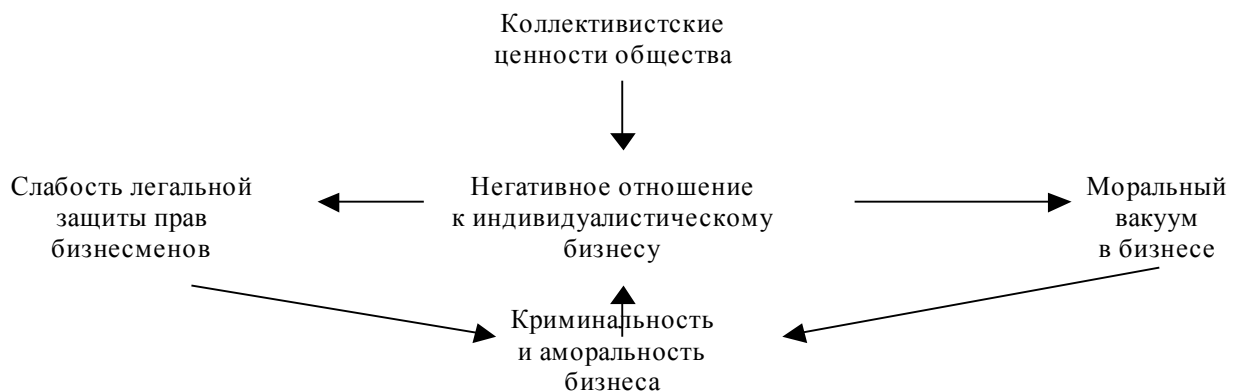


Рисунок 1. Порочные круги отчуждения российского бизнеса от общества

Таким образом, одну из главных причин криминальности российского биз-

неса мы видим в принципиальной рассогласованности ценностей классического

либерализма и российских культурных традиций. Российская экономическая этика неизбежно провоцирует развитие в процессе рыночных реформ криминального капитализма, который, в свою очередь, закрепляет стереотип аморальности предпринимательства. Образуются порочные круги отчуждения (см. *Рис. 1*), обрекающие отечественного предпринимателя на незавидную роль «чужого среди своих», к которому испытывают сложную смесь чувств зависти и брезгливости и к которому ни официальные лица, ни рядовые граждане не торопятся прийти на помощь.

Чтобы избавить российских бизнесменов от вредного имиджа «легального преступника» и тем самым завершить легитимизацию бизнеса, необходимо, прежде всего, продолжить целенаправленную пропаганду предпринимательства, начатую было в СМИ во второй половине 1980-х гг., но быстро захлебнувшуюся. Чтобы она дала эффективные результаты, нужно, видимо, переключить внимание с американских «звезд бизнеса» на предпринимателей восточного типа. В самом первом приближении можно предположить, что следует пропагандировать лидерство во главе команды единомышленников вместо индивидуального успеха, стремление к личному обогащению надо заменить установкой на рост благосостояния работников фирмы, а на место конфронтации с государством поставить союз бизнеса и власти во имя национального успеха.

При коренной смене форм организации бизнеса и его имиджа российский предприниматель перестанет быть маргиналом, обреченным на конфликт со своим социальным окружением, и начнет, наконец, восприниматься согражданами как истинный представитель национальной элиты.

Проблема формирования позитивного отношения к сотрудничеству с правоохранительными органами

«Синдром Павлика Морозова». Правоохранительные органы принципиально не могут сами по себе, без поддержки граждан, вести эффективную борьбу с массо-

вым распространением теневых экономических отношений. Однако сама идея апелляции к помощи добровольных информаторов наталкивается в постсоветской России на неформальный институт, который можно назвать «синдромом Павлика Морозова». Этот синдром является интересным примером того, как можно конструировать неформальные институты, очень сильно влияющие на борьбу с теневыми экономическими отношениями. К сожалению, «синдром Павлика Морозова» доказывает важность этих институтов от противного. Ведь в данном случае оказался сконструированным институт молчаливого попустительства теневой экономике.

Главную роль в конструировании этого института сыграл писатель-диссидент Юрий Дружиников, автор книги-расследования «Доносчик 001, или Вознесение Павлика Морозова». В ней он, обобщая материалы публикаций о деле Павлика Морозова и опираясь на материалы личного журналистского расследования, выступил с сенсационным разоблачением: оказывается, никакого «подвига пионера» не было, «дело» являлось пропагандистской акцией, призванной развить доносы в тоталитарном обществе и делать людей совершенно беспомощными перед «политической полицией». «Герой-доносчик 001, – писал Ю. Дружиников уже в 1990-е гг., – остается напоминанием и тревожным предупреждением нам всем – и тем, кто доносит, и тем, кто жертвы доносов. Дай бог, чтобы старое не повторилось. Такая опасность есть».

Завершенная в начале 1980-х гг., книга Дружиникова некоторое время ходила в самиздате; когда в 1988 г. она была опубликована за рубежом, то ее идеи немедленно начали широко транслироваться в зарубежных и отечественных СМИ*. В результате уже в последние годы существования СССР сформировался четкий стереотип: человек, сообщающий правоохрани-

* Полная публикация книги на русском языке произошла уже в постсоветской России: Дружиников Ю.И. Доносчик 001, или Вознесение Павлика Морозова. М.: "Московский рабочий", 1995.

нительным органам о незаконном поведении своих близких, есть бесчестный предатель.

Легко заметить, что в дискурсе о «деле Павлика Морозова» сознательно или бессознательно смешиваются две проблемы – с одной стороны, конкретно-исторические достоверность и смысл официальной советской версии событий 1932 г. в сибирской деревне Герасимовка, с другой стороны, смысл культурного образа «Павлик Морозов – пионер-герой».

Исторические события и их отражение в стереотипах массового сознания могут сильно отличаться друг от друга. Профессиональные историки никогда не пытаются добиться тождественности «истории для ученых» и «истории для масс», ограничиваясь лишь заботой о том, чтобы между этими версиями не возникало резкого противоречия. В СССР феномены массовой культуры считались достоянием «империалистических» стран Запада; поэтому информация о том, «как все было на самом деле», воспринималась как разоблачение злостных фальсификаций советского режима. В современном постсоветском обществе эти «разоблачения» потеряли актуальность. Настало время серьезного анализа смыслов советских «мифов» как культурно-ментальных институтов.

«Миф» о Павлике Морозове как институт противодействия теневой экономике. Взглянем на «миф» о Павлике Морозове как на культурный институт, стимулирующий определенную манеру экономического поведения.

К чему он призывает? К инициативному сотрудничеству с правоохранительными органами, кем бы ни были нарушители закона.

О каких нарушениях идет речь? Если следовать исходному смыслу «мифа», то речь идет о теневой экономической деятельности, причем в наиболее опасной ее разновидности – «беловоротничковой». Ведь согласно официальной советской версии, отец «пионера-героя», Трофим Морозов, председатель сельсовета, был осужден по «доносу» сына за тайную продажу справок ссыльным крестьянам, т.е. за

коррупцию.

Следует учитывать, что Россия относится к патерналистским обществам, где личные связи превалируют над официальными. Это значит, что формальные служебные отношения имеют тенденцию трансформироваться в неформальные отношения «братства». Не случайно в 1990-е гг. важнейшим капиталом начинающих отечественных бизнесменов были не деньги, а личные знакомства с «нужными людьми», часто тянущееся с детских и студенческих лет. Поэтому российская коррупция – это не столько торговля незаконными услугами, сколько реципрокный взаимообмен в социальной сети.

В таком культурном контексте «дело Павлика Морозова» означает призыв ставить членство в гражданском обществе выше членства в малых группах, отказываясь от круговой поруки «своих людей».

Был ли в «мифе» о Павлике Морозове заложен и другой смысл, связанный именно с тоталитарным характером сталинского режима и сверхбдительным поиском «врагов народа»? Да, был. Но эти аспекты «мифа» можно было деактуализировать, не разрушая ментально-культурной установки о необходимости ставить гражданский долг выше личных связей. (Для этого можно было, например, «вспомнить» такую подробность событий 1932 г.: отец «пионера-героя» бросил свою старую семью, так что «донос» Павлика Морозова никак нельзя назвать предательством понастоящему близкого человека. А можно было актуализировать истории многих других пионеров-героев 1920-1930-х гг., чьи поступки не были связаны с чисто семейными «разборками».) Вместо этого в результате разоблачений оказалась разрушена неформальная установка на добровольное сотрудничество граждан с правоохранительными органами, ведущими борьбу с теневой экономикой.

Деконструкция «мифа» о Павлике Морозове была произведена удивительно несвоевременно. Именно в конце 1980-х гг., когда сформировался «синдром Павлика Морозова» – представление об аморальности «доносить» властям на близких лю-

дей, – начала активно развиваться полупрепятственная предпринимательская деятельность разных «неформалов». В это же время началась активная идеологическая подготовка массовой приватизации советских государственных предприятий, которая была затем произведена с массой нарушений закона.

Если бы продолжал действовать советский культурно-ментальный стереотип, то размах «беловоротничковых» теневых экономических отношений сдерживался бы опасением, что молчаливое несогласие коллег по работе выльется в «доносы» правоохранительным органам. Поскольку же позднесоветская элита успела создать систему институциональной коррупции и претендовала на роль главного «прихватизатора», то «синдром Павлика Морозова» был для нее очень полезен, уменьшая издержки нелегальности. Поэтому разоблачения Ю. Дружинникова не вызвали никаких контрпропагандистских мероприятий.

Сравнение «синдрома Павлика Морозова» с «виджилантизмом». «Синдром Павлика Морозова» сохраняется и в России 2000-х гг. В рамках современного российского культурного дискурса практически невозможно обсуждать проблему стимулирования добровольных информаторов, не используя осуждающих выражений («донос», «стукачество» и т.д.). Создается парадоксальное положение, когда либеральные СМИ, ориентирующиеся на пропаганду американских институтов гражданского общества, сообщают в резко осуждающем тоне об американском опыте «виджилантизма» (буквально – «дующих в свисток», «свистунов»)[10; 11]. Между тем этот опыт показывает, в отличие от российского «синдрома Павлика Морозова», как в ситуации обострения проблем теневых экономических отношений следует формировать позитивное отношение граждан к сотрудничеству с правоохранительными органами.

Как известно, осенью 2001 г. США поразил скандал, связанный с крахом «Энрон», одной из крупнейших корпораций. Причиной внезапного краха было сокрытие топ-менеджерами корпорации истин-

ной информации о финансовом положении фирмы. Крах «Энрона» привел к критическому разбирательству с положением дел во многих других крупных фирмах; обнаружилось, что в «большом бизнесе» Америки финансовое мошенничество встречается отнюдь не редко. Героями борьбы с этой «беловоротничковой» теневой экономической деятельностью были провозглашены те люди, которые по собственной инициативе сообщали о нарушениях в своих организациях. В 2002 г. среди «людей года» американские СМИ назвали Шерон Уоткинс, вице-президента «Энрона», с анонимного сигнала которой началось разоблачение махинаций.

Американский экономист Л. Зинглес прямо указал, что в современном сложно организованном хозяйстве, где эффективный внешний контроль корпораций крайне затруднен, спасти экономику от массового корпоративного мошенничества должны, прежде всего, именно «свистуны» [12]. Поскольку даже в индивидуалистической Америке те, кто сигнализирует о нарушениях своих коллег по работе, часто подвергаются формальным и неформальным санкциям, то их надо, указывает американский экономист, стимулировать не только морально, но и материально (премировать процентом из того штрафа, который платят виновные в «беловоротничковых» правонарушениях).

Системы морального и материального поощрения тех, кто информирует правоохранительные органы о хозяйственных правонарушениях, есть и в других странах мира. Постсоветской России, пораженной «синдромом Павлика Морозова», придется эти системы также создавать (вероятно, путем «реабилитации» Павлика Морозова), если она хочет добиться успехов в сдерживании теневых экономических отношений.

Литература

1. Экономическая деятельность работников милиции: масштабы, причины и последствия. /Материалы международной конференции, 13-14 февраля 2003 г. – Москва. М., 2003.
2. Коленникова О.А., Косалс Л.Я., Рывкина

Р.В. Коммерциализация служебной деятельности работников милиции // Социологические исследования. – 2004. – № 3.

3. Захаров Ю.В., Скобликов П.А. Коррупционные технологии в деятельности следователей органов внутренних дел // Закон. – 2004. – № 11.

4. Shleifer A., Vishny R. The Grabbing Hand: Government Pathologies and their Cures. Harvard University Press, 1999.

5. Radaev V. Practicing and Potential Entrepreneurs in Russia // International Journal of Sociology. 1997. Vol. 27. № 3. P. 25.

6. Рыночная трансформация в Восточной Европе: модели и реальность. Материалы международного коллоквиума 8-9 декабря 1995 г., Москва. – М.: Инфомарт, 1996. – С. 89 – 92.

7. Безгоднов А.В. Очерки социологии предпринимательства. – СПб.: ООО «Издательства “Петрополис”», 1999.

8. Латова Н.В., Латов Ю.В. Российская эконо-

номическая ментальность на мировом фоне // Общественные науки и современность. – 2001. – № 4. – С. 31 – 43.

9. Уфимцева Н.В. Русские: опыт еще одного самопознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 1996.

10. Иашвили А. Не хочешь сидеть – стучи на начальника // Известия. 2004. 5 февраля (<http://www.nomad.su/?a=3-200402060010>).

11. Бай Е. «Спасти человечество могут только доносчики» // Известия. 2004. 5 февраля (<http://www.izvestia.ru/world/article43941>).

12. Zingales L. Want to Stop Corporate Fraud? Pay Off Those Whistle-Blowers // Washington Post. January 18. 2004 (<http://www.aei.brookings.org/policy/page.php?id=173>).

Статья поступила в редакцию 12.01.2006

В.П. ВИШНЕВСКИЙ, д.э.н., профессор,

Институт экономики промышленности НАН Украины

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ

Проблемы функционирования налоговой системы постоянно находятся в центре внимания научных работников и практиков. Это закономерно, поскольку, с одной стороны, налоги являются главным источником доходов для финансирования общественных товаров и услуг, без которых обеспечить устойчивое развитие современной смешанной экономики просто невозможно. А, с другой стороны, налоговая политика, которая используется для государственного регулирования социально-экономических процессов, должна учитывать реалии сложного этапа рыночной трансформации хозяйства Украины, ее стратегического курса на интеграцию в международные экономические структуры.

Указанное не означает, что для украинской экономики нужно изобретать какие-то свои, особенные теории налогообложения. Это не так, поскольку фундаментальные цели и принципы построения системы налогов являются общими для всех государств, которые идут путем конституционного обеспечения естественных

прав и свобод человека. Однако реализовать их приходится в рамках необычных для развитых стран ограничений, связанных с отсутствием зрелых демократических и рыночных институтов, низкой степенью доверия граждан к органам власти, низким уровнем платежеспособности граждан и созданных ими предприятий и т.п.

Известно, что по всем этим вопросам уже также сделано немало. В частности, можно отметить работы таких украинских специалистов, как В. Андрущенко, Ю. Иванов, И. Лунина, А. Соколовская, В. Федосов и др. [1-5].

Но, во-первых, даже в развитых странах, где фискальная проблематика исследована намного глубже и научные работники которых опираются на многовековые традиции исследований в сфере финансов, сегодня продолжают острые споры относительно многих наиболее принципиальных вопросов теории и прак-

© В.П. Вишневский, 2006