

Кузеванова Ангелина Леонидовна

кандидат социологических наук,
доцент кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса
angelina2000@list.ru

Kuzevanova Angelina Leonidovna

Candidate of Sociology,
associate professor of the chair of
economics and management,
Volgograd Institute of Business
angelina2000@list.ru

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ
УРОВЕНЬ РЕАЛИЗАЦИИ
БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
И ЕЕ ЦЕННОСТНЫХ ПРИНЦИПОВ:
ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО
АНАЛИЗА**

**INSTITUTIONAL LEVEL OF
REALIZATION OF
BUSINESS ACTIVITY
AND ITS VALUABLE PRINCIPLES:
EXPERIENCE OF
SOCIOLOGICAL ANALYSIS**

Аннотация:

В статье рассматриваются уровни реализации бизнес-деятельности и ее ценностных принципов: индивидуальный, организационный, институциональный. Особое внимание уделяется исследованию специфики макроуровня, связанного с деятельностью социального института бизнеса, выполняющего общественно значимые функции.

Ключевые слова:

бизнес, бизнес-деятельность, социальный институт, ценностные принципы, ценности, бизнес-организация, конструктивный и деструктивный типы деятельности.

The summary:

The levels of realization of business activity and its valuable principles are considered in the article: individual, organizational, institutional. The special attention is paid to the research of the specificity of the macrolevel connected with the activity of social institute of business, carrying out the socially significant functions.

Keywords:

business, business activity, social institute, valuable principles, values, business organization, constructive and destructive types of activity.

Бизнес-деятельность в современных российских условиях стала одним из распространенных видов социально-экономической активности населения, значение которого определяется не только тем, что благодаря бизнесменам удовлетворяются потребности общества в товарах и услугах, но и тем, что в рамках социального института бизнеса в полной мере реализуется бизнес-потенциал граждан. В связи с этим актуализируется проблема научного изучения процесса осуществления коммерческой деятельности и анализа ее ценностных принципов.

При исследовании сущности бизнес-деятельности необходимо учитывать наличие трех уровней ее реализации: институционального, организационного, индивидуального. На первом из них осуществляется функционирование бизнеса как социального института, который представляет собой устойчивую форму организации и регулирования совместной деятельности людей, направленность которой связана с получением и распределением прибыли в сфере коммерции, торговли, торгово-посреднических услуг. В основе появления этого института лежит удовлетворение социально значимой потребности в приобретении необходимых товаров и услуг, именно бизнес призван осуществлять организацию совместной деятельности людей для реализации данной потребности. Одним из условий институционализации бизнеса является также и удовлетворение потребности в реализации экономического потенциала членов общества, имеющих основания для ведения самостоятельной бизнес-деятельности. Изучаемый институт возникает на основе социальных связей, взаимодействия и взаимоотношений конкретных бизнесменов, бизнес-организаций, профессиональных объединений в этой сфере деятельности и др. Однако, имея надындивидуальный характер, обладая собственным системным каче-

ством, бизнес как институт приобретает черты обособленного общественного образования, имеющего свою логику развития. При таком подходе рассматриваемый институт может быть представлен в качестве организованной социальной системы, характеристиками которой являются: структурная устойчивость, интеграция элементов, определенная изменчивость функций.

Система ценностей, ценностных принципов, идеалов, образцов деятельности, действующая в рамках института бизнеса, создает основания для согласования экономического поведения бизнесменов и коммерческих организаций, установления способов удовлетворения их потребностей, обеспечения состояния равновесия и стабильности. Важным условием институционализации бизнеса является не только наличие этих социокультурных элементов, но и процесс их интернализации бизнесменами, формирования на их основе соответствующих потребностей, принципов, ориентаций и ожиданий. При анализе организационного оформления социального института бизнеса следует отметить, что он представляет собой определенную совокупность лиц (бизнесменов, персонала бизнес-организаций, чиновников, работающих в ведомствах, занимающихся проблемами развития бизнеса и т. д.), которые действуют в рамках коммерческих структур, общественных организаций и органов государственного управления, располагающих определенными материальными ценностями.

Представляется возможным выделение двух типов экономической деятельности в рамках бизнеса как социального института: *конструктивного*, имеющего отношение к выполнению социально и экономически важных функций данного института; *деструктивного*, связанного с возникновением дисфункций в его деятельности. В случае если общественная потребность в товарах и услугах не удовлетворяется, возникает ситуация, при которой появляются нормативно не регулируемые виды бизнес-деятельности, направленные на восполнение дисфункции института, что нередко осуществляется с нарушением правовых норм. Так, феномен «теневой экономики» является следствием появления дисфункциональных изменений в развитии института бизнеса.

На организационном уровне реализации бизнес-деятельности в качестве субъекта выступает коммерческая организация, являющаяся сформировавшейся общностью, существующей в условиях рыночной среды. Будучи коллективным субъектом экономической активности, бизнес-организация характеризуется взаимосвязанностью своих сотрудников, их совместным трудом и групповой идентификацией. Основными компонентами деятельности коммерческой организации являются: система целевых установок и управления, специфика взаимодействия с покупателями, комплекс мер, предпринимаемых для создания положительного имиджа компании. Важнейшим показателем эффективности деятельности бизнес-организации является прибыль, в которой находят свое отражение результаты ее активности в рамках рыночной среды (уровень продаж и затрат, производительность труда, состав произведенной продукции и т. д.) В современных условиях социально ответственная внутрикорпоративная и внешняя деятельность становится конкурентным преимуществом коммерческих организаций, что основывается на взаимосвязи внутренней и внешней эффективности функционирования компании.

Являясь сообществами, имеющими единое представление о целях своей работы, ее значении и смысле, о ценностях и нормах коллективного поведения, бизнес-организации осуществляют свою деятельность на основе организационной культуры, которая представляет собой систему принятых в компании подходов к ведению дел, формам отношений и к процессу достижения поставленных целей. Культурные образцы, считающиеся эталонными в данной организации, воздействуют на различные стороны деятельности компании: на систему отношений соподчинения и контроля, трудовые взаимо-

отношения, связь с внешней средой, мотивационный комплекс и т. д. Именно корпоративная культура определяет направленность интеграционных процессов и особенности требований к исполнению социально-профессиональных ролей, оказывает помощь компании в адаптации к внешней среде. Решая задачи интеграции внутренних ресурсов, этот тип культуры устанавливает нормы, выполняющие функции регуляторов отношений по линии «сотрудник – организация», создает механизмы закрепления определенного статуса за теми или иными членами коллектива, устанавливает границы социальной группы, складывающейся в рамках корпорации, вырабатывает набор оценок того, что является в деятельности работников предпочтительным, а что нежелательным. Содействуя достижению целей во взаимодействии с внешней средой, организационная культура способствует решению комплекса проблем, связанных с определением миссии компании, ее философии, целевых установок и средств их достижения.

Стремление бизнес-организации к экономической эффективности своей деятельности предполагает, что корпоративная культура, организационная стратегия, внешнее окружение и внутренняя среда компании были приведены в соответствие. При этом стратегия организации, осуществляющей свою бизнес-деятельность в соответствии с рыночными требованиями и находящейся в рамках динамично развивающегося окружения, предполагает формирование культуры, в основе которой лежат ценности, связанные с проявлением инициативности, риска, самостоятельности, с высокой степенью интеграции, созданием команды единомышленников.

Для изучения индивидуального уровня реализации бизнес-деятельности представляется возможным использование категории «диспозиция», которая рассматривается нами как готовность субъекта к осуществлению поведенческого акта. Такой подход детерминирует рассмотрение бизнес-диспозиции как предрасположенности индивида к бизнес-деятельности. Взяв за основу принципы организации общей диспозиционной структуры личности, мы можем выявить иерархически организованную структуру бизнес-диспозиции. Высший диспозиционный уровень представлен обобщенными диспозициями, которые выражают готовность личности к экономической активности в широком смысле слова. Средний уровень связан с оценочными характеристиками отношения к бизнес-деятельности в целом. Низшему диспозиционному уровню соответствуют конкретные бизнес-установки в профессиональной деятельности, содержание которых определяется требованиями социальной среды и личностными характеристиками индивида, занимающегося изучаемым видом экономической активности. Готовность к бизнес-деятельности будет более высокой, если ценностно-ориентационная структура личности не вступает в противоречие с необходимостью или желанием делать свой бизнес. Иными словами, если имеет место внутренняя согласованность бизнес-диспозиции, возрастает предрасположенность субъекта к осуществлению бизнес-инициатив.

Высокий уровень эффективности бизнес-деятельности на индивидуальном уровне обеспечивается рядом факторов, в том числе и личными, и профессиональными качествами бизнесмена. Именно способность к риску, систематическому планированию своей деятельности, установлению контактов, целеустремленность, ответственность, коммуникабельность, информированность, энергичность, практичность, инициативность, настойчивость, самостоятельность становятся залогом успешной работы в сфере бизнеса.

Основным признаком изучаемого вида социально-экономической активности является ориентация на получение прибыли. Так, американский экономист М. Селиген утверждает, что «история американского бизнеса, его основная предпосылка говорит о том, что главной заботой бизнесмена является получение прибыли... Погоня бизнесмена за прибылью воспринимается как нечто самоочевидное. Все другие его цели представляются

второстепенными» [1, с. 11]. Динамика прибыли определяет характер организации профессиональной деятельности бизнесмена, являясь показателем ее успешности. Рост доходов способствует тому, что субъект бизнес-деятельности активизирует процесс привлечения инвестиций, наращивает объемы товарооборота, расширяет масштабы торговли. Снижение прибыльности заставляет бизнесмена вносить коррективы в организацию своего дела, изменять маркетинговую политику, предпринимать антикризисные меры. Иными словами, прибыль можно рассматривать и как цель, и как индикатор его деятельности.

Однако при анализе целевых установок бизнеса на индивидуальном уровне следует учитывать, что в своей деятельности бизнесмен взаимодействует со значительным по численному составу кругом лиц: с потребителями, поставщиками, конкурентами, посредниками, контактными аудиториями (СМИ, органы государственной власти, финансовые круги, общественные организации и т. д.). Эффективное, осуществляемое на долговременной основе взаимодействие с этими группами невозможно без учета целей социального характера, к которым, к примеру, можно отнести удовлетворение общественных потребностей в материальных благах, обеспечение надлежащего уровня качества продаваемых товаров, соблюдение императивов бизнес-этики, содействие в решении социально значимых проблем. Таким образом, формируется иерархия целей деятельности бизнесмена, где главной целевой установкой становится стабильное и успешное развитие бизнеса, для которого получение прибыли является определяющим, но не единственным фактором.

В ходе реализации бизнес-деятельности формируется профессиональное самосознание бизнесмена, которое выступает в роли интегральной характеристики профессиональной культуры, нравственных и мировоззренческих предпосылок его экономической активности. В профессиональном самосознании аккумулируется комплекс норм, правил, ценностей, алгоритмов, являющихся неотъемлемой частью бизнес-деятельности. В нем находят свое отражение представления о социально-политической, нравственно-психологической и профессиональной идентичности членов социальной группы бизнесменов. Формирование профессионального самосознания связано с появлением осознания общности интересов, механизмов социальной консолидации группы и поддержания устойчивости ее положения в обществе.

Реализация ценностных принципов бизнес-деятельности осуществляется на микро-, мезо- и макроуровнях, первый из которых связан с ценностным сознанием бизнесмена, включающим в себя как устойчивые, так и динамичные структуры, испытывающие воздействие факторов ситуативного и конкретно-исторического плана. Второй из перечисленных уровней – это бизнес-организации, в рамках которых складывается своя совокупность ценностных принципов, определяющих характер и направленность их деятельности. На макроуровне действует система ценностных принципов, являющихся институционализирующими для бизнеса в целом.

Тематика данной работы предполагает изучение реализации ценностных принципов бизнес-деятельности на макроуровне, на котором совокупность этих принципов выступает в роли признака институционализации бизнеса, выполняющего в обществе ряд значимых функций:

- 1) экономическую, связанную с реализацией товаров и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей конкретных потребителей, осуществляемую под воздействием всего комплекса законов рыночной экономики. Развитие бизнеса относится к тем условиям, которые определяют темпы экономического роста, увеличение национального дохода и объемов валового внутреннего продукта;

2) политическую, которая предполагает осуществление представления политических интересов социальной группы бизнесменов и предпринимателей;

3) социальную, выражающуюся прежде всего в формировании слоя бизнесменов, то есть индивидов, проявляющих самостоятельную хозяйственную инициативу, готовых к организации собственного дела и к преодолению препятствий, имеющихся в рыночной среде, способных достигать поставленных целей. Именно развитие бизнеса создает основания для появления новых рабочих мест, преодоления проблем, связанных с безработицей, укрепления социального положения наемных работников.

4) культурную, связанную с формированием культуры бизнеса, оказывающей влияние на общественное сознание и духовную атмосферу, складывающуюся в обществе.

Основой для реализации перечисленных функций бизнеса является совокупность ценностных принципов, определяющих характер, направленность, целевые установки бизнес-деятельности. Так, при выполнении первой из перечисленных функций на первый план выходят принципы содействия экономическому прогрессу страны, реализации бизнес-потенциала граждан. Вторая функция основывается прежде всего на принципе представительства властно значимых интересов бизнес-сообщества, достигаемого путем активного проникновения бизнеса в политическую жизнь общества, способствующего укреплению его позиций и получения доступа к законодательной деятельности. Реализация социальной функции невозможна без следования принципу социальной полезности, позволяющему бизнес-организациям находить оптимальный баланс между соблюдением собственных и общественных интересов. В осуществлении этой же функции немаловажную роль играет, к примеру, учет принципа уважения трудовых и потребительских прав, что влечет за собой максимально ответственное поведение компаний по отношению к своим сотрудникам и покупателям. Если рассматривать содержание культурной функции, то ценностные принципы образуют ядро культуры бизнеса, определяя ее специфику, роль и значение в жизни социума, характер ее восприятия общественностью, уровень ее влияния на ход общественного развития. Так, реализация принципа максимизации дохода приводит к изменению имеющихся в реформирующемся обществе образцов экономического поведения индивидов и формированию «рыночного» мировоззрения.

Рассмотрим реализацию ценностных принципов российской бизнес-деятельности на институциональном уровне в исторической ретроспективе. Анализ исторического материала приводит нас к заключению о том, что во второй половине XIX – начале XX вв. в России завершился процесс формирования социального института бизнеса. Аргументируя этот вывод, подчеркнем, что именно в данный период сложились наиболее благоприятные условия для институционализации российского бизнеса: во-первых, в ходе Великих реформ 60-х гг. XIX в., проведенных Александром II, впервые на законодательном уровне была закреплена свобода коммерческой деятельности: в податном законе от 1863 г. особо подчеркивалось, что свидетельства на занятие торговлей могут выдаваться всем лицам вне зависимости от сословной и половой принадлежности. Во-вторых, по закону от 9 февраля 1865 г. провозглашалась возможность приобретения прав купечества в полном объеме все подданным России, у которых имелись соответствующие капиталы, что способствовало значительному расширению состава и увеличению численности торгового слоя. В-третьих, со стороны государства были созданы юридические гарантии лицам и организациям, занимавшимся бизнес-деятельностью: в «Положении о пошлинах за право торговли и других промыслов» (1863, 1865) закреплялось предоставление торговцам свобод и прав в осуществлении коммерческой деятельности. В-четвертых, именно во второй половине XIX – начале XX вв., как отмечалось выше, активно развивалась меценатская и

благотворительная деятельность представителей купеческой среды, что способствовало нравственной легитимизации бизнес-деятельности в глазах общественности.

Следуя логике социологического анализа, отметим, что о завершении процесса формирования социального института бизнеса в России второй половины XIX – начала XX вв. свидетельствуют следующие признаки:

- отечественный бизнес в рассматриваемый исторический период уже представлял собой устойчивую форму организации и регулирования совместной деятельности людей, направленность которой была связана с получением и распределением прибыли в сфере коммерции, торговли, торгово-посреднических услуг, с удовлетворением социально значимой потребности в приобретении необходимых товаров и услуг;

- в этот период сложилась и оформилась система социальных связей и взаимодействия конкретных представителей деловой среды, торговых предприятий, представительных организаций и политических партий, выражавших экономические и социальные интересы торгового слоя;

- социальный институт бизнеса получил организационное оформление, поскольку представлял собой определенную совокупность лиц (купцов, торговых служащих, чиновников, работавших в ведомствах, занимавшихся проблемами развития торговли и т. д.), которые действовали в рамках коммерческих и представительных организаций, органов государственного управления, располагающих определенными материальными ценностями;

- бизнес развивался на основе сложившихся ценностей, ценностных принципов и ориентаций российской бизнес-деятельности того периода, которые создавали основания для ориентации и регулирования социально-экономической активности бизнесменов и коммерческих организаций, для установления способов удовлетворения их потребностей, обеспечения состояния равновесия и стабильности.

Если рассматривать процесс реализации ценностных принципов российской бизнес-деятельности второй половины XIX – начала XX вв. на институциональном уровне, то следует прежде всего отметить принцип содействия социально-экономическому прогрессу общества, чье действие нашло свое отражение в деятельности представительных организаций делового мира того периода, которые отстаивали экономические и социальные интересы бизнес-слоя перед правительством и общественными учреждениями [2, с. 135–136]. Деятельность этих организаций создавала предпосылки для дальнейшего развития капиталистических отношений в стране и укрепления позиций торгового слоя. Так, в частности, ежегодно собирались Съезды представителей промышленности и торговли, деятельность которых осуществлялась по нескольким основным направлениям. Во-первых, благодаря участникам съездов проводилось наблюдение за состоянием развития торговой и промышленной сфер; во-вторых, члены этой организации обсуждали наиболее актуальные проблемы деловой жизни и выработывали рекомендации по их решению; в-третьих, одобренные на съездах законопроекты, доклады, записки доводились до сведения правительственных органов; в-четвертых, представители этой организации принимали участие в работе государственных комиссий по вопросам развития промышленности и торговли. Важно подчеркнуть, что деятельность съездов оказывала значительное влияние на развитие отечественной экономики того периода, укрепление позиций деловых кругов, формирование положительного общественного мнения о бизнесе.

Таким образом, проведенный анализ приводит нас к выводу о том, что институциональный уровень реализации бизнес-деятельности и ее ценностных принципов имеет свою специфику, связанную с тем, что на этом уровне субъектом изучаемого вида социально-экономической активности является социальный институт бизнеса, выполняющий общественно значимые функции, влияющий на развитие различных сфер жизни социума.

Ссылки:

1. Цит. по: Волков Н.В. Сто страниц о бизнесе. М., 1991. 128 с.
2. Барышников М.Н. История делового мира России. М., 1994. 224 с.

References (transliterated):

1. Cit. by: Volkov N.V. Sto stranits o biznese. M., 1991. 128 p.
2. Baryshnikov M.N. Istoriya delovogo mira Rossii. M., 1994. 224 p.