

Полтавская Мария Борисовна

кандидат социологических наук,
доцент кафедры экономики и управления
Волгоградского института бизнеса
poltavmb@mail.ru

Poltavskaya Mariya Borisovna

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

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

**МОДЕЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ
ЦЕННОСТНЫХ ПРИНЦИПОВ
БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:
УРОВНИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
(СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)**

**MODEL OF REALIZATION OF
VALUABLE PRINCIPLES OF
BUSINESS ACTIVITY:
LEVELS AND PATTERNS OF
FUNCTIONING
(SOCIOLOGICAL ANALYSIS)**

Аннотация:

В статье рассматриваются уровни и закономерности функционирования модели реализации ценностных принципов бизнес-деятельности. Авторы используют материал из истории российского бизнеса для подтверждения выдвинутых положений.

Ключевые слова:

бизнес-деятельность, ценностные принципы, бизнес-организации, бизнесмены, ценности, закономерности, диспозиция, ценностные ориентации.

The summary:

The article deals with the levels and patterns of functioning models of implementation of the valuable principles of business activity. The authors use the material from the history of Russian business to confirm the extended positions.

Keywords:

business activity, valuable principles, business organizations, businessmen, values, patterns, disposition, valuable orientations.

Ценностные принципы бизнес-деятельности, возникающие на основе ценностей этого вида социально-экономической активности, являются основаниями мировоззрения и внутренних убеждений бизнесмена, основными правилами деятельности бизнес-организаций, нормами деятельности, лежащими в основе функционирования социального института бизнеса. Реализация этих принципов 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.

При анализе описанной выше трехуровневой модели выявляются определенные закономерности ее функционирования. Прежде всего следует отметить, что при переходе от микро- к макроуровню происходит изменение диапазона действующих принципов в сторону увеличения, что объясняется сменой субъекта действия (бизнесмен – бизнес-организация – бизнес как социальный институт) и усложнением выполняемых им функ-

ций. Очевидно, что спектр ценностных принципов на организационном уровне гораздо шире, чем на индивидуальном, поскольку корпорация реализует в своей деятельности комплекс принципов, связанных с осуществлением политики в отношении своего персонала и формированием организационной культуры. Отметим, что на мезоуровне возрастает и качественно меняется степень ответственности, которую несет бизнес-организация в отношении субъектов внутренней и внешней среды, что в конечном счете стимулирует реализацию на практике новых ценностных принципов. На макроуровне диапазон принципов еще шире, поскольку субъектом действия становится не отдельно взятая организация, а социальный институт, для которого комплекс ценностных принципов является конститутивным. Именно ценностные принципы во всем их многообразии, будучи правилами, регулируют деятельность бизнеса как социального института. Таким образом, процесс приращения спектра ценностных принципов бизнес-деятельности при переходе от микро- к макроуровню изучаемой модели можно представить следующим образом:

1) индивидуальный уровень: базовые принципы свободы, независимости, экономической целесообразности, полезности, обмена, успешности и т. д. плюс принципы, на которых основывается взаимодействие с агентами внешней среды различного типа (покупателями, конкурентами, партнерами, государством, обществом);

2) организационный уровень: к перечисленным выше добавляются принципы взаимоотношений с персоналом;

3) институциональный уровень: предшествующий диапазон дополняется принципами, на основе которых реализуются функции бизнеса как социального института.

В функционировании рассматриваемой модели прослеживается закономерность, связанная со спецификой реализации одних и тех же ценностных принципов на разных уровнях. Так, формы осуществления принципов могут варьироваться при переходе от одного уровня к другому. Например, принцип политической активности на индивидуальном уровне может воплощаться в реальной практике в форме участия в выборных кампаниях и в работе политических объединений; на организационном – в виде лоббирования своих интересов в законодательных органах власти; на институциональном – в форме значительного влияния на ход политического развития общества в целом. Специфичной на каждом из уровней оказывается, к примеру, форма реализации принципа сотрудничества с государственными органами: если бизнесмен, работающий индивидуально, ограничивается, как правило, уплатой налогов и выполнением соответствующих требований к организации торговли, то корпорация может осуществлять совместно с государством долгосрочные социально ориентированные программы, вкладывая в них определенные средства. Сотрудничество бизнеса и государства на макроуровне приобретает форму взаимовыгодных соглашений, которые определяют характер этого взаимодействия и его общую направленность, определяющую ход развития бизнес-деятельности в целом. Принцип информационной открытости на микроуровне соблюдается в форме предоставления покупателям всей полноты информации о предлагаемых к продаже товарах; на мезоуровне – в создании PR-служб, на профессиональной основе занимающихся организацией коммуникационного взаимодействия с внешней средой; на макроуровне – в использовании различных средств массовой информации в масштабе страны для освещения деятельности бизнес-сообщества и транслирования бизнес-ценностей.

Анализ показывает, что на каждом из выделенных уровней может быть различной роль и значимость ценностного принципа. Если на индивидуальном уровне соблюдение принципа лояльности к покупателю рассматривается прежде всего как прямой путь к максимизации прибыли, то на организационном к этой значимости добавляется осознание

важности реализации данного принципа для формирования положительного имиджа компании и ее организационной культуры. На институциональном уровне указанный принцип и его внедрение в деловую практику является способом создания «этического лица» бизнеса и общественного мнения об этом виде деятельности в целом. Для бизнесмена соблюдение принципа этической допустимости является способом разрешения возникающих в деловой практике проблем этического свойства; для бизнес-организации значение этого принципа возрастает, поскольку он становится центральным в этическом кодексе корпорации, определяя характер взаимоотношений по линии взаимодействия компании с агентами внешней среды. На макроуровне рассматриваемый принцип играет роль основного этического правила, регулирующего деятельность субъектов в рамках социального института. Реализация принципа свободы становится стартовым условием для организации бизнеса на микроуровне, а в отношении коммерческих организаций, располагающих большими возможностями по сравнению с субъектами индивидуальной бизнес-деятельности, соблюдение этого принципа является основой для реализации бизнес-инициатив различного масштаба. Использование этого принципа на высшем уровне изучаемой модели становится конститутивным для бизнеса, поскольку только при возможности осуществления принципа свободы этот социальный институт в состоянии выполнять свои функции.

Отметим, что различными на каждом из уровней рассматриваемой модели будут и последствия несоблюдения тех или иных принципов. Так, игнорирование бизнесменом принципа правовой допустимости может привести к появлению конфликтных ситуаций во взаимодействии с агентами внешней среды, а действия бизнес-организации, имеющие противозаконный характер, значительно снижают уровень доверия общественности и негативно сказываются на социальном самочувствии ее сотрудников. Еще более масштабными оказываются последствия недооценки значения данного принципа на макроуровне: это и криминализация отношений, складывающихся в рамках социального института, и их отрицательное влияние на ситуацию, связанную с поддержанием правопорядка в обществе. Нарушение принципа выполнения взятых на себя обязательств на микроуровне приведет к локальным проблемам во взаимоотношениях с покупателями, партнерами, государственными органами, а на мезоуровне подобная ситуация может значительно снизить конкурентоспособность коммерческой организации, поскольку создает негативный имидж компании в глазах общественности. На макроуровне несоблюдение данного принципа следует рассматривать как фактор, тормозящий выполнение бизнесом своих общественно значимых функций.

Подчеркнем, что пути формирования ценностных принципов на различных уровнях рассматриваемой модели могут существенно отличаться. В этом отношении весьма специфичным становится рассматриваемый процесс в бизнес-организациях, где в отличие от микро- и макроуровней создание системы принципов происходит не только естественным (под воздействием внутренних и внешних факторов), но и искусственным путем. Последний предполагает поиск руководителями компании ценностных принципов успешной бизнес-деятельности, максимально соответствующих специфике организации, возможностям и ограничениям, имеющимся во внешней среде, уровню профессионализма сотрудников, особенностям национальной ментальности. Выявленные и взятые за основу принципы закрепляются фактически в принудительном порядке на уровне персонала организации. Процесс формирования и реализации системы ценностных принципов деятельности коммерческой организации соответствует основным этапам ее жизненного цикла. На этапе создания главную роль, как отмечалось выше, играет руководство, которое определяет основное содержание миссии организации и то, какой должна быть ком-

пания в идеальном виде. Иными словами, на процесс формирования комплекса основных ценностных принципов в этот период развития организации оказывает определяющее влияние философия основателей корпорации и деятельность топ-менеджеров. На этапе роста соблюдение принятых в компании ценностных принципов поддерживается с помощью специально разработанных процедур, формирующих у сотрудников необходимый опыт (например, с этой целью устанавливается соответствующая система вознаграждений и поощрений, применяются специальные стратегии выхода из конфликтных ситуаций, фиксируются критерии, используемые при повышении в должности или увольнении, оценке производительности труда, создается система обучения персонала). Перечисленные процедуры осуществляются с целью поддержки тех, кто соблюдает организационные ценностные принципы, и направлены против сотрудников, игнорирующих их в своей деятельности. На этапе зрелости компании система ценностных принципов, ставшая в результате предшествующей коммуникационной работы разделяемой большинством работников организации, выполняет интегративную функцию, способствуя созданию сплоченного коллектива.

Формирование ценностных принципов бизнес-деятельности на мезоуровне ответственным путем может осуществляться в различных вариантах, особенности которых определяются национальной спецификой. Так, в американских компаниях для контроля за соблюдением основных организационных принципов используется программа compliance, основанная на создании системы внутреннего аудита и стимулирования, цель которой заключается в том, чтобы предотвратить действия сотрудников, нарушающих принципы ведения бизнеса, зафиксированные в корпоративных документах. Реализация этой программы проводится в добровольно-принудительном порядке, а в качестве результата рассматривается ситуация, характеризующаяся приведением имеющейся в корпорации деловой практики в соответствие с принятыми стандартами и правилами [1, с. 42–44]. Иначе подходят к процессу формирования и внедрения системы ценностных принципов в европейских бизнес-организациях, где придерживаются программы и практики integrity, в основе которой лежит не ориентация на внешний контроль, а на развитие понимания сотрудниками значимости тех или иных принципов, культивирование их приверженности установленным правилам, формирование процесса принятия решений на основе принятых в компании норм. Таким образом, в европейском варианте превалирует элемент добровольности в процессе усвоения предлагаемых к реализации ценностных принципов [1, с. 42–44].

Проведенный анализ показывает, что в процессе функционирования рассматриваемой модели наблюдается закономерность, характеризующаяся тем, что процессы, связанные с изменением границ актуального и потенциального секторов действия ценностных принципов, произошедшие на микроуровне, влекут за собой подобные изменения на более высоких уровнях. Так, если часть бизнесменов, осуществляющих свою индивидуальную коммерческую деятельность, под воздействием объективных и субъективных причин принимают решение отказаться от соблюдения принципа правовой допустимости во взаимоотношениях с конкурентами, то есть все основания предполагать, что такая практика будет воспринята определенным числом организаций на мезоуровне, а значит, создаст основания для появления подобной тенденции в развитии бизнеса как социального института.

Имеющийся исторический материал позволяет проиллюстрировать выявленные закономерности функционирования предложенной модели реализации ценностных принципов изучаемого вида социально-экономической активности [2; 3]. Рассмотрим характеристики ценностной системы бизнес-деятельности в России в период с IX по XV век. Так, принцип развития дела на микроуровне находил свое воплощение в форме органи-

зации купцом заграничных торговых экспедиций, на мезоуровне – в виде реализации торговой деятельности складничества на территории различных городов. Действие принципа состязательности на индивидуальном уровне нередко осуществлялось посредством конфискации товаров у иностранных купцов, а на организационном – приобретало форму апелляции владельцев лавок к властям с требованием ограничения прав торгующих иноземцев. Реализация принципа связи торговой деятельности с церковной жизнью на микроуровне была связана, к примеру, с активизацией торговли во время религиозных праздников, на мезоуровне – с возведением патрональных храмов, являвшихся как духовными, так и деловыми центрами для торговых объединений. Различной на указанных уровнях была и роль данного принципа: действуя в соответствии с его императивами, купец заботился прежде всего о собственном спасении, а торговое товарищество или объединение – о нравственной реабилитации своей бизнес-деятельности. Одной из форм реализации принципа политической активности на микроуровне стало участие купцов в работе дипломатических миссий, на макроуровне – оказание торговыми объединениями финансовой поддержки князьям. Различная значимость принципа моральной выносливости на микро- и мезоуровне определялась тем, что на первом из них от следования императивам принципа зависело материальное благополучие купца и его семьи, а на втором – благосостояние не только хозяина торгового предприятия, но и его служащих. Отметим, что специфичные формы реализации на индивидуальном и организационном уровнях приобретал ценностный принцип гибкого реагирования на изменяющиеся внешние условия: в первом случае это могла быть упоминавшаяся выше смена вероисповедания, необходимая для налаживания деловых контактов за границей и улучшения условий для торговой деятельности, во втором – увеличение количества работников в лавке в случае значительного притока покупателей. Различными на указанных уровнях были и масштабы последствий в случае несоблюдения того или иного принципа. Так, игнорирование принципа законности на индивидуальном уровне влекло за собой преследование со стороны властей в отношении конкретного купца, нарушившего закон, на организационном – закрытие лавки, а значит, лишение заработка торговых служащих.

Выше отмечалось, что несоблюдение ценностного принципа на микроуровне создает предпосылки для аналогичных процессов на мезоуровне. К примеру, игнорирование купцами правил выплаты налогов, установленных властями, оказывало определенное влияние и на поведение владельцев лавок, которые пытались уйти от налогообложения путем сокрытия части привезенного товара от чиновников, отбиравших лучшие товары в казну.

Исторические данные, использованные нами при изучении развития отечественной торговой деятельности XVI–XVII вв., также позволяют проиллюстрировать выявленные закономерности функционирования предложенной модели реализации ценностных принципов изучаемого вида социально-экономической активности. Так, принцип развития дела на микроуровне находил свое воплощение в форме организации купцом дальних заграничных путешествий с целью продажи отечественных и закупки иностранных товаров, на мезоуровне – в виде создания владельцем лавки сети подобных торговых заведений в разных городах страны. Реализация принципа гибкого реагирования на изменяющиеся внешние условия на индивидуальном уровне предполагала отказ купцов от узкой специализации в коммерческой деятельности, а на уровне торговых предприятий – наем дополнительного штата приказчиков и иных служащих в целях более эффективного ведения дел в лавках, расположенных в других городах. Тот же принцип мог реализовываться на микроуровне в виде совмещения купцом собственной бизнес-деятельности и работы в качестве царского торгового агента, а на мезоуровне – в форме переориентации торгового предприятия на оптовые закупки товаров. Различная значимость данного принципа на

микро- и мезоуровне определялась тем, что на первом из них от следования императивам указанного принципа зависело материальное благополучие купца и его семьи, а на втором – благосостояние не только хозяина, но и его служащих.

Различными были формы реализации принципа стремления к новым знаниям: на индивидуальном уровне это могло быть изучение купцом иностранных языков, налогового законодательства, деловой практики тех стран, в которых им велась торговля; на организационном уровне действие того же принципа предполагало необходимость для служащих получения новых практических знаний, от наличия которых зависел уровень профессионализма приказчика и покрученника. Отметим, что и роль данного принципа на рассматриваемых уровнях имела свою специфику: на микроуровне она заключалась в том, что соблюдение принципа стремления к новым знаниям способствовало более эффективному ведению купцом торговых дел; на мезоуровне действия в согласии с императивами данного принципа содействовали профессиональному росту торговых служащих. Подчеркнем, что различными были масштабы несоблюдения указанного принципа: на индивидуальном уровне игнорирование принципа могло привести в условиях высокой конкуренции даже к банкротству купца, на организационном – к невысокой эффективности работы торговой организации, потере конкурентных преимуществ.

Если рассматривать формы реализации принципа полезности на изучаемых уровнях, то можно отметить, что они также отличались своей спецификой: на индивидуальном уровне данный принцип находил свое воплощение в виде спекулятивных операций хлебом и солью, на организационном – в виде установления партнерских отношений с приказчиками. Аналогичная закономерность выявляется и в действии принципа состязательности: на микроуровне его реализация была связана с борьбой русских купцов за установление протекционистского налогообложения, на мезоуровне – с активными действиями хозяев торговых заведений против купцов, приехавших из-за границы, путем предъявления властям требований о введении ограничений коммерческой деятельности иностранцев в России.

Выше мы отмечали, что несоблюдение ценностного принципа на микроуровне создает предпосылки для аналогичных процессов на мезоуровне. К примеру, выше упоминалось, что игнорирование торговцами запрета на торговлю вразнос, установленного властями, оказывало определенное влияние и на поведение владельцев лавок, которые периодически нарушали введенные администрацией правила торговли в рядах и разрешали своим служащим вести куплю-продажу по месту жительства хозяина. Попытки уйти от налогообложения, которые предпринимались купцами, совершавшими дальние поездки по стране и за границу, были характерны и для хозяев торговых предприятий и их служащих, торговавших от имени владельца в других городах.

Таким образом, в функционировании трехуровневой модели реализации ценностных принципов бизнес-деятельности нами были выявлены несколько общих закономерностей. Во-первых, смена субъекта действия (бизнесмен – бизнес-организация – бизнес как социальный институт) и усложнение выполняемых им функций детерминируют изменение диапазона ценностных принципов в сторону увеличения при переходе от микро- к макроуровню. Во-вторых, осуществление одного и того же принципа на разных уровнях приобретает специфический характер, который выражается в различной форме реализации, особенностях выполняемой роли и значимости, в неодинаковых масштабах последствий в случае несоблюдения принципа. В-третьих, флуктуация границ актуального и потенциального секторов действия ценностных принципов на индивидуальном уровне влечет за собой аналогичные процессы на организационном и институциональном уровнях.

Ссылки:

1. Красникова Е., Морозько В. Программа compliance в американских компаниях // Корпоративный юрист. 2008. № 1.
2. Барышников М.Н. История делового мира России. М., 1994. 224 с.
3. Перхавко В.Б. История русского купечества. М., 2008. 512 с.

References (transliterated):

1. Krasnikova E., Moroz'ko V. Programma sompliance v amerikanskih kompaniyah // Korporativniy yurist. 2008. No. 1.
2. Baryshnikov M.N. Istoriya delovogo mira Rossii. M., 1994. 224 p.
3. Perhavko V.B. Istoriya russkogo kupechestva. M., 2008. 512 p.