

## ЦЕННОСТНО ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ РЕАЛЬНОСТЬЮ<sup>1</sup>

Ю. Г. Мыслякова

*В статье автор раскрывает модели экономической реальности, актуализирует их базовые акторы, выделяя высокую значимость в современных условиях хозяйствования такой аксиологической категории, как ценности бытия. В статье представлены выводы о том, что ценности являются одним из основных источников формирования экономических благ хозяйствующих субъектов, стимулирующих их саморазвитие и самосохранение.*

Представление о том, что такое экономическая реальность, эволюционирует в ходе исторической смены экономических парадигм. Сначала экономическая реальность многими исследователями воспринималась как «мир богатства» (А. Смит), затем как «мир хозяйственной культуры» (Т. Веблен) и наконец как «мир хозяйствующего субъекта» (К. Менгер, У. Джевонс, Л. Вальрас) [1, с. 89].

Представители шведской экономической школы К.А. Нордстрем и Й. Риддерстрале предлагают рассматривать экономическую реальность через совокупность трех базовых элементов: технологии, ценности и общественные институты, которые в интеграции своей задают ритм деятельности хозяйствующего субъекта [4, с. 78–84].

Выбор шведскими учеными технологий в качестве первого базового актора экономической реальности обусловлен тем фактом, что их масштабное появление у хозяйствующих субъектов изменяет мир, и зачастую создает принципиально новый. Все они содержат процессы передачи информации, влияют на скорость и качество принятия решения, открывают новые источники и развивают потенциал к формированию конкурентоспособности, находясь в условиях нестабильной экономической реальности. Современная экономическая ситуация требует от участников экономических отношений «проворности» и быстрого адаптивного поведения, то есть возросшая скорость и темп жизни хозяйствующего субъекта становятся нормой.

Как сказал Д. Вайс, глава Northern Telecom «...в будущем будет два вида компаний — быстрые и мертвые» [4, с. 47]. Данный факт актуализирует и повышает значимость технологий, обеспечивающих участников хозяйственной практики знанием через своевременную пере-

дачу информации. Поэтому современная организация должна быть построена по принципу минимизации барьеров на пути следования информации от «поставщика» к «потребителю».

Второй выделенный основополагающий элемент экономической реальности — ценности, так как они оказывают большое влияние на артефакты и действия хозяйствующих субъектов, способствуют созданию союзов и порождают конфликты. Они не являются постоянными, хотя и трансформируются очень медленно и практически незаметно. Среди причин их изменения — размытость границ общества, то есть смешение культур и традиций, вследствие того, что люди часто мигрируют найдя новую высокооплачиваемую работу, определившись с высшим учебным заведением, переехав жить на территорию с более комфортными климатическими условиями и т. д.

Таким образом, происходит перегруппировка систем ценностей, старое мировосприятие заменяется новым. Возникает вопрос о том, являются такие метаморфозы ценностей прогрессивными, или они все-таки имеют регрессивный характер? В любом случае такие изменения рождают сомнения и нерешительность в поведении хозяйствующего субъекта [5].

Участники экономических отношений действуют, руководствуясь не только экономическими интересами и соответствующей системой норм публичного права, но и сообразно личному или групповому мировоззрению в целом. В связи с этим экономические последствия их действий зависят как от уровня профессиональной подготовки, так и от всей совокупности взглядов и убеждений. Для обеспечения устойчивого экономического прогресса наряду с формированием необходимых и достаточных правовых, организационных, ресурсных и прочих условий требуется учитывать мировоззренческие аспекты, включая нравственность. Наличие серьезных нравственных проблем общества ведет к коррупции, налоговым и та-

<sup>1</sup> Публикация подготовлена в рамках проекта № 15–14–7–2 «Прогнозная оценка приоритетных направлений модернизации уральского старопромышленного региона для расширения импортозамещения».

моженным нарушениям, производству недоброкачественной продукции. Следовательно, должен быть постоянный общественный самоконтроль за выполнением моральных требований и воспитанием уважения к историческому и культурному наследию.

Третьим выделенным основополагающим элементом экономической реальности, по мнению К.А. Нордстрема и Й. Риддерстрале, являются общественные институты, которые обеспечивают определенность, регулируют хозяйственные отношения, устанавливают нормы поведения в хозяйственной практике. Однако размытость границ общества, о которой уже упоминалось, также приводит к трансформации общественных институтов, последствия которой могут быть самыми неожиданными, например, полная свобода действий. На первый взгляд, это не кажется пугающим, но в то же время на каждого участника хозяйственных отношений ложится ответственность за свое поведение. Каким оно должно быть с позиции социальных норм и деловой этики? Все ли хозяйствующие субъекты будут обладать нравственным поведением, формулировку которого дает И. Кант в своем моральном законе: «Поступай так, чтобы максима твоей воли могла в то же время иметь силу принципа всеобщего законодательства» [3].

Экономическая неопределенность, источником которой является свобода действий, приводит к непониманию и невозможности предугадать, как поведут себя участники экономических отношений в будущем, — условность и непостоянство будут считаться основными характеристиками этих отношений. Можно сказать, что в условиях постоянно меняющейся экономической реальности главной задачей является снижение ее неопределенности. Сейчас используется системный анализ в исследованиях, создается много моделей деятельности хозяйствующих субъектов, разрабатываются методологии их реструктуризации, идет поиск новых подходов к организации и управлению. Но мы считаем, что неопределенность для каждого субъекта хозяйственной практики снижается в зависимости от уровня знания, которым он обладает. Это объясняет выбор его в качестве четвертого базового элемента экономической реальности. Так, например, Сократ считал, что нет ничего сильнее знания, что только оно позволяет разумно использовать средства, которыми располагаем. Знание своих культурно-национальных особенностей, исторических традиций, моральных законов поведения, профессиональное

знание формирует личностную оценку окружающего мира, бытия, жизни, то есть определяет ценности. Они определяют правильный выбор линии поведения и образа деятельности вообще. И хотя знание всегда субъективно и относительно, оно является связующим звеном между экономической реальностью и хозяйствующим субъектом, в которой он существует. Знание в какой-то степени является управляющим элементом экономической реальности, но его своеобразная трансцендентность ведет к неопределенности этого управления.

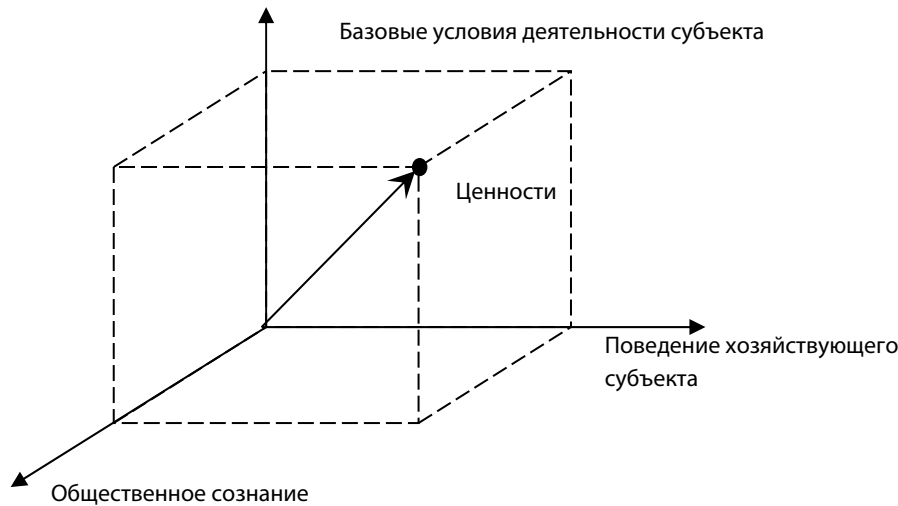
Таким образом, исследование шведской трехмерной модели экономической реальности позволяет определить ценности в качестве одного из основополагающих ее элементов. Однако чтобы утверждать, что ценности — управляющий элемент экономической реальности, этого не достаточно. Во-первых, значение, которое может принимать этот термин относительно субъекта экономических отношений, намного шире, чем трактуется шведской школой экономической мысли. Во-вторых, необходимо рассмотреть его воздействие на другие базовые элементы экономической реальности, посредством которого и происходит управление ею.

По нашему мнению, современную модель экономической реальности можно определить совокупностью трех основополагающих акторов: базовые условия деятельности субъекта, общественное сознание и собственно поведение хозяйствующего субъекта.

Итак, рассмотрим в качестве первого элемента базовые условия деятельности субъекта<sup>1</sup>, включающие следующие основные аспекты.

1. Культурно-национальные особенности, которые влияют на управление хозяйствующих субъектов и на форму конкуренции между ними. Национальные различия в управленческих методах можно наблюдать в таких областях, как профессиональная подготовка, опыт и ориентация лидеров, групповой или иерархический стиль управления, использование индивидуальной инициативы, методы принятия решений, природа отношений с потребителями, способность координировать функции, отношение между трудом и управлением. Особое влияние оказывают национальные приоритеты или престиж на развитие общества и экономики. Такие особенности формируют следующие национальные ценности: отноше-

<sup>1</sup> Роль базовых условий конкретной страны в определении конкурентоспособности национальной экономики впервые отмечена М. Портером в [6].



**Рис.** Модель экономической реальности

ние к авторитету власти, нормы взаимодействия между людьми, отношения работников к управленческому звену и наоборот, социальные нормы индивидуального или группового поведения, профессиональные стандарты. Эти ценности также вытекают из систем образования, социального и религиозного прошлого, семейных традиций.

2. Исторические традиции, под которыми мы подразумеваем социальную, экономическую и политическую историю, определяющую навыки, накопленные нацией, и которые принято называть культурными. Культурные факторы также при ближайшем рассмотрении часто оказываются тесно переплетенными с экономическими. Они важны, потому что формируют среду, в которой существуют хозяйствующие субъекты. Исторические традиции формируют социальные нормы и социальные ценности.

3. Институциональная среда, под которой мы подразумеваем влияние правительства на цели отдельных лиц: налоговая политика (поощряющая), политические решения, касающиеся рынков рабочей силы в стране, и влияние правительства на цели фирм: политические решения, касающиеся целей инвесторов, характера управления в фирмах и целей старших менеджеров. Институциональная среда формирует такую ценность, как признание важной роли государства, приверженность социальному благополучию.

4. Природно-географические условия и экологическая ситуация формируют приверженность безопасности и охране окружающей среды как ценности экономической реальности.

Таким образом, базовые условия деятельности хозяйствующего субъекта обуславливают наличие общих ценностей — взаимоувязанных и взаимообусловленных принципов, психологических поведенческих установок и нравственных критериев, которые формируют общественное сознание.

Теперь рассмотрим в качестве второго элемента экономической реальности — общественное сознание.

Отметим сразу, что общественное сознание — не «сумма сознаний отдельных личностей», а качественно особая духовная система, которая живет своей относительно самостоятельной жизнью. Отражая общественное бытие, общественное сознание обладает относительной самостоятельностью и оказывает обратное воздействие на общественное бытие. Между личным сознанием хозяйствующего субъекта и общественным сознанием происходит постоянное взаимодействие. Исторически выработанные обществом нормы, ценности, обусловленные базовыми условиями деятельности субъекта, являются основой личных убеждений индивида, источником нравственных предписаний, эстетических чувств и представлений. В свою очередь, личные идеи хозяйствующего субъекта и его убеждения приобретают характер общественной ценности, значение социальной силы, когда они входят в состав общественного сознания, приобретают характер нормы поведения. Функционирование и развитие хозяйственного комплекса направляются общественным сознанием, именно оно в форме технологических и организационных инноваций является непосредственной целевой причиной развития производственных структур, передаточным звеном между ними и потребностями

отдельных индивидов. Эти потребности являются одним из аспектов мотивации, стимулирующей поведение хозяйствующего субъекта, ориентированное на достижение поставленных целей. Итак, в качестве третьего элемента экономической реальности рассмотрим поведение хозяйствующего субъекта.

В условиях современной рыночной экономики хозяйствующие субъекты обладают целерациональным поведением, то есть поведением, в котором преобладают нормы, правила, стандарты, эталоны, связанные с достижением определенных целей. Любая деятельность оценивается с позиции норм рациональности. Хозяйствующие субъекты разных стран резко различаются по целям, которые они стремятся достичь, а также по мотивации их работников и управленцев. Любому поведению предшествует отчетливое формулирование целей и тщательный учет условий, способов и средств их достижения. Деятельность индивидов и ее результаты зависят от выбора целей и средств, которые должны удовлетворить существующую потребность. Таким образом, поведение хозяйствующего субъекта всегда целерационально. Как мы говорили выше, ценности оказывают непосредственное влияние на постановку целей. Таким образом, ценности являются мотивацией деятельности, которая может быть коммерческой — получение материальных благ, личной — гордость и желание развивать традиции преимущества у работников или общественной — проведение благотворительных акций.

Но ценности для субъекта хозяйственных отношений являются не только мотивацией поведения. Так, например, М. Портер считает, что результатом любой деятельности субъекта хозяйственной практики является создание ценности, которая определяется тем, сколько клиенты готовы заплатить за предлагаемые товары или услуги. Таким образом, ценности определяют полезность конечного продукта, а значит, субъекты хозяйственной практики, находящиеся во взаимоотношениях, для удовлетворения личных потребностей должны согласованно определить для себя эту полезность назначением цены, за которую производители могут продать свою продукцию, а потребители — приобрести. М. Портер предлагает разбивать деятельность на виды деятельности, непосредственно создающие определенные промежуточные ценности, и на основании этого объединить их в цепочку ценности [6]. Причем цепочки ценности, в свою очередь, входят в систему ценности. На базе организации та-

кой системы ценности М. Портер определяет конкурентное преимущество. Также цепочка ценности позволяет лучше понять источники выигрыша в уровне издержек (а именно размерах затрат, необходимых на всю деятельность) и сформировать резервы для создания особой ценности для потребителя. Весь цикл производства является формой утверждения, выражения и символизации определенной ценности.

Таким образом, при осуществлении действий хозяйствующих субъектов наблюдается эффект «шкалы предпочтений» — ранжирование в соответствии с личными ценностями своих потребностей и интересов, придача им оценочной формы [2]. В основе хозяйственной практики лежит стремление получить блага, а связующим звеном между действиями субъектов являются цены этих благ. Необходимо отметить, что оценка хозяйственных благ самим субъектом складывается под влиянием внешних по отношению к нему факторов, ключевая роль среди которых принадлежит цене, то есть хозяйствующий субъект в процессе своей деятельности сам придает благам цену. К следующему циклу выбора вследствие изменения действительных пропорций общественного производства и параметров рынка, его ограничители — цены и доходы, будучи уже другими, вновь будут определять деятельность и поведение субъектов хозяйственной практики.

Рассмотрев каждый из элементов экономической реальности, мы выявили, что каждый из них напрямую или косвенно связан с ценностями. Поэтому авторская трехмерная модель экономической реальности, представленная на рисунке, содержит в качестве активной точки элемент «ценности», который проектируется на все плоскости, тем самым наглядно показывая, что изменение одного из основополагающих элементов экономической реальности приводит к изменению содержания ценностей. Причем трансформация самих ценностей в ходе такого воздействия приводит к изменениям экономической реальности.

Рассмотрев две модели экономической реальности, мы убеждаемся, что содержание ценности относительно хозяйствующего субъекта расширяется от цены благ до социальных ценностей. Ценности могут быть реально определяемыми в повседневных действиях и отношениях хозяйствующих субъектов, но в то же время их символическая форма воплощается как в поведении, так и в предметах.

Таким образом, ценности являются одним из управляющих элементов экономиче-

ской реальности. Две модели экономической реальности показывают взаимозависимость элемента «ценности» и других ее базовых элементов через существующую между ними обратную связь, обеспечивающую циклические изменения основополагающих элементов. Однако Макс Вебер считал невозможным преобразование ценностной позиции в результате познания следствий деятельности, проистекающей из этой ценностной позиции [1, с. 97]. Но именно это и происходит в результате побочных воздействий деятельности и разницы между желанием и свершением. Ценностные убеждения не могут измениться только сами по себе внутри сферы ценностей, поскольку сфера ценностей направлена на сферу бытия. Важнейшим случаем коррекции собственных целеустановок и ценностных позиций вследствие познания результатов собственной дея-

тельности является изменение мировоззрения и ценностных масштабов.

Ценности оказывают непосредственное влияние на форму экономической координации вследствие того, что более высокий ранг ценностных модальностей, носителем которых является благо, не только вызывает у пользователей блага восприятие более высоких ценностных качеств, но и изменяет способ использования и соотношения редкости благ в целом. Поэтому можно сделать вывод, что экономическая реальность регулируется не только экономическими законами, она определяется действиями людей, в желании и выборе которых всегда воплощен целый набор экономических ожиданий, общественных норм, культурных установок и этических представлений о благе, а также ценностями, сложившимися в ходе исторического развития общества.

### Список источников

1. Ананьин О. Экономическая теория. Кризис парадигмы и судьба научного сообщества // Вопросы экономики. — 1992. — №10.
2. Булганина С. Н. Субъект хозяйственной деятельности в контексте предмета и проблематики экономической теории // Вестник Московского университета. — 2002. №3. — С. 52. — (6. Экономика).
3. Кант И. Критика чистого разума: пер. с нем. — М., Мысль, 1994.
4. Нордстрем К. А., Риддерстралле Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. — СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2003.
5. Олейник А. Н. Институциональная экономика: учебное пособие. — М. : Инфра-М, 2000.
6. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / Под ред. и с предисловием В. Д. Щетинина. — М.: Международные отношения, 1993. — 896 с.

### УДК: 330.1

**Ключевые слова:** ценности экономической реальности, базовые акторы модели экономической реальности, базовые условия деятельности субъекта, общественное сознание; поведение хозяйствующего субъекта