

УДК 330

С.Л. Сазанова

МЕСТО И РОЛЬ ЦЕННОСТЕЙ И СТИМУЛОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРУКТУРЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ¹

Аннотация. В статье обоснованы место и роль ценностей и стимулов хозяйственной деятельности в общей структуре факторов влияющих на предпринимательскую деятельность и институт предпринимательства в России, а также раскрыты эвристические возможности конкретных теоретических инструментов институциональной теории в исследовании ценностей и стимулов хозяйствования.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательская деятельность, институт предпринимательства, ценности и стимулы хозяйственной деятельности, транзакционные издержки, права собственности, врожденные инстинкты.

Svetlana Sazanova

THE PLACE AND ROLE OF VALUES AND STIMULUS OF ECONOMIC ACTIVITY IN THE STRUCTURE OF FACTORS INFLUENCING ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES AND INSTITUTE OF ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA

Annotation. The article substantiates the place and the role of values and stimulus of economic activity in the general structure of the factors affecting the entrepreneurial activity and the institute of entrepreneurship in Russia, and also disclosed heuristic capabilities of specific theoretical tools of institutional theory in the study of values and stimulus of economic activity.

Keywords: business, entrepreneurship, institute of entrepreneurship, values and stimulus of economic activity, transaction costs, property rights, innate instincts.

Результатами первого этапа исследования ценностей и стимулов хозяйствования как факторов динамики института предпринимательства в России явились, во-первых, обоснование необходимости формирования новой, общей для всех направлений и школ институциональной теории, методологической платформы, позволяющей исследовать социально-экономические явления и процессы во всей их полноте в континууме методологических принципов «атомизм – институционализм – эволюционизм – холизм» [8], во-вторых, обоснование высокого эвристического потенциала институциональной экономики в изучении ценностей хозяйственной деятельности, их влияния на развитие института предпринимательства и предпринимательской деятельности [5], в-третьих, исследование эволюции ценностей и стимулов хозяйствования в России показало, что на протяжении всего исследуемого периода (более 400 лет) ценностная среда российского предпринимательства оставалась неоднородной и изменчивой под влиянием разнообразных экономических, политических, институциональных и др. факторов [11; 2], воздействие которых на предпринимательство и предпринимательскую деятельность было и остается достаточно противоречивым. На протяжении всего исследуемого периода

предпринимательство как социальная группа (популяция) сокращалась вместе с сокращением предпринимательской деятельности и расширялась вместе с ее расширением под влиянием сдерживающих или, напротив, содействующих развитию факторов. Данная взаимосвязь, как показал историко-институциональный анализ, является кумулятивной возвратной причинно-следственной. Установлено, что тот же характер свойственен взаимосвязи между ценностями, мотивами, стимулами предпринимательской деятельности, институциональными и экономическими факторами, предпринимательством и предпринимательской деятельностью [7; 10; 11]. Характерной особенностью обеих взаимосвязей является то, что они могут быть разложены на парные связи, которым также свойственен кумулятивный обратный причинно-следственный характер.

Целью настоящей статьи является исследование ценностей и стимулов хозяйственной деятельности в общей структуре факторов влияющих на предпринимательскую деятельность и институт предпринимательства в России, а также углубление на этой основе понимания эвристических возможностей инструментария институциональной теории в исследовании ценностей и стимулов хозяйствования. Для достижения поставленной цели предполагается решить ряд исследовательских задач: выделить факторы, влияющие на предпринимательскую деятельность, выделить факторы, влияющие на предпринимательство как социальную группу (популяцию), выделить факторы, влияющие на предпринимательство как институт, структурировать обозначенные выше факторы, т.е. выявить прямо и опосредовано воздействующие, а также взаимосвязи между ними, определить последствия влияния этих факторов на транзакционные издержки, уровень доверия, структуру прав собственности, выбор новых технологий, склонность к риску, выбор видов предпринимательской деятельности. Ожидаемые исследовательские результаты: обоснование места и роли ценностей и стимулов хозяйственной деятельности в общей структуре факторов влияющих на предпринимательскую деятельность и институт предпринимательства в России, а также раскрытие эвристических возможностей конкретных теоретических инструментов институциональной теории в исследовании ценностей и стимулов хозяйствования.

Для решения первых трех задач уточним понятия предпринимательства как хозяйственной деятельности, предпринимательства как социальной группы, предпринимательства как института. Ранее мы провели разграничение между предпринимательством как деятельностью и предпринимательством как институтом [10] и на этой основе, опираясь на открытия ведущих ученых (М. Вебера, Е. Гимпельсона, В. Дементьева, Т. Долгопятовой, Н. Егоровой, Г. Клейнера, С. Кирдиной, Н. Козловой, А. Кузьмичёва, М. Кулишера, В. Маевского, В. Полтеровича, Д. Раскова, О. Сухарева, Ю. Таранухи и др.), можем сформулировать следующие авторские определения:

- предпринимательство как социальная группа (предпринимательство) – группа людей, объединенных врожденными инстинктами (инстинкт стяжательства, праздное любопытство, инстинкт соперничества) [6], особой (предпринимательской) деятельностью, специфически присущими ценностями, правилами, нормами поведения, рутинами [9], процедурами передачи своих характерных ценностных и поведенческих особенностей последующим поколениям;
- предпринимательство как деятельность (предпринимательская деятельность) – это особый вид высокорисковой хозяйственной деятельности, основанный на полной собственности предпринимателя на личную предпринимательскую способность, полной и/или частичной собственности предпринимателя на результаты ее применения, и связанный созданием и использованием новых (неизвестных ранее вообще или на данном рынке/отрасли) производственных и управленческих технологий, направленных на создание новых стоимостей (товаров и услуг);
- предпринимательство как институт (институт предпринимательства) – это совокупность поведенческих правил [1] и «стереотипов мысли» [9], свойственных особой социальной группе (в нашем случае – предпринимательству) и регламентирующих особую, свойственную этой социальной

группе деятельность (в нашем случае – предпринимательскую), следование которым определяет принадлежность отдельного субъекта к данному институту.

Сформулированная выше сущность института предпринимательства раскрывается в его функциях. Институт предпринимательства обладает всеми функциями института, а именно: распределительной (влияет на перемещение экономических ресурсов между субъектами), координационной (позволяет одним экономическим субъектам прогнозировать поведение других), информационной (демонстрирует возможные варианты принятия хозяйственных решений), ограничительной (ограничивает доступ к экономическим ресурсам экономических субъектов, не являющихся предпринимателями) и трансляционной (передает знания, правила, нормы, рутины, стереотипы последующим поколениям). Взаимосвязь между институтом предпринимательства, предпринимательством и предпринимательской деятельностью, на наш взгляд, заключается в том, что предпринимательство как институт существует и реализует свои функции только благодаря предпринимательству как социальной группе; связующим звеном между ними является предпринимательская деятельность, условия развития которой создает институт предпринимательства и которая, свою очередь, реализуется через предпринимательством как социальной группой.

Исследование политических и институциональных изменений, эволюции ценностей и стимулов хозяйственной деятельности, а также взаимосвязей между ними [11], позволяет утверждать, что все они являются факторами эволюции предпринимательства и предпринимательской деятельности, а значит, и факторами эволюции института предпринимательства. Исследуем особенности влияния на предпринимательство, предпринимательскую деятельность и институт предпринимательства каждого из вышеперечисленных факторов: политические изменения, институциональные изменения, ценности предпринимательства (и хозяйственной деятельности в целом), стимулы предпринимательства.

Политические изменения (заключение/разрыв договоров о сотрудничестве с другими странами, санкции иностранных государств в отношении страны, смена политических групп у власти и др.) влияют, в первую очередь, на предпринимательскую деятельность, создавая для нее новые стимулы (возможности и/или ограничения). В свою очередь, изменения в предпринимательской деятельности (в той или иной сфере производства, торговли, услуг и/или рынков) вызывают сокращение или рост предпринимательства, его благосостояния, накопления капитала, его доступ к власти, а значит возможности оказывать влияние на политические факторы. Положительные изменения, а именно: количественное и качественное расширение предпринимательской деятельности, рост численности, капитала предпринимательства и его влияния в обществе способствуют развитию института предпринимательства, т.е. более полной реализации его функций, совершенствованию поведенческих правил и «стереотипов мысли», распространению ценностей предпринимательской деятельности в обществе.

Институциональные изменения (изменения в законодательстве, в системе прав собственности, в статусе предпринимательства и др.) оказывают влияние как на предпринимательскую деятельность, так и на предпринимательство, создавая положительные и/или отрицательные стимулы их развития, содействуя и/или препятствуя, таким образом, развитию института предпринимательства.

Ценности предпринимательства связаны с ценностями хозяйственной деятельности общества, а они, в свою очередь, с его базовыми светскими и/или религиозными ценностями. Взаимодействие между ними может принимать вид парных вариантов: соответствия – противоречия, согласия – конфликта, конвергенции – дивергенции. Мы установили [10; 11], что ценности хозяйственной деятельности изменяются под воздействием проникновения ценностей других социально-экономических систем. Применительно к российской хозяйственной практике было выявлено, что между российскими и иностранными ценностями хозяйственной деятельности изначально существовало противоречие в силу принципиальных различий в базовых религиозных ценностях [7]. Базовые религиозные и/или

светские ценности общества являются основанием или «ценностной платформой», которая характеризуется устойчивостью во времени и пространстве, во многом определяет ценности хозяйственной деятельности, а они, в свою очередь – ценности предпринимательской деятельности.

Если ценности предпринимательства не противоречат ценностям хозяйственной деятельности и базовым ценностям общества, то трансакционные издержки оппортунистического поведения в хозяйственной и предпринимательской деятельности будут меньше, чем тогда, когда такое противоречие начинает формироваться и/или уже существует. Противоречие, а тем более конфликт ценностей порождает недоверие [4], затем оппортунизм сторон и дальнейший рост оппортунизма внутри предпринимательского сообщества, во взаимодействии его с государством и, в конечном итоге, в обществе в целом. Рост трансакционных издержек, особенно издержек оппортунизма, создает отрицательные стимулы развития предпринимательской деятельности, предпринимательства, а значит и института предпринимательства. Будем считать ценности, порождающие оппортунизм, отрицательными, а сдерживающие оппортунизм – положительными ценностями.

Ценности определяют мотив предпринимательской деятельности, как конкретизированную потребность, побудительную причину поведения и действий [12]. Мотив в свою очередь определяет реакцию на стимулы, возникающие в результате политических и институциональных изменений. Таким образом, реакция хозяйствующего субъекта на стимулы (выбор стимулов) определяется не только их собственными характеристиками (сила и/или слабость в отношении сокращения/роста трансакционных издержек, уровня доверия, спецификации прав собственности, выбора эффективных технологий и т.д.), но и мотивами хозяйственной деятельности, обусловленными ценностным выбором самого субъекта (выбор сферы предпринимательства, склонность к риску, склонность к обману/честности и т.д.). Ценностный выбор, в свою очередь, взаимосвязан с рациональностью субъекта и его поведения, которое может быть полностью рациональным, ограниченно рациональным, процедурно-рациональным, органически иррациональным [3]. Поскольку природа ценностей двойственна: субъективно-объективна [12], то эволюция ценностей происходит по влиянию как объективных (экзогенных по отношению к самому субъекту, так и субъективных (условно-эндогенных для субъекта) факторов.

К объективным факторам эволюции ценностей российского предпринимательства отнесем воздействие со стороны ценностей «чужих» социально-экономических систем (проникновение в XVII–XIX вв. ценностей западного предпринимательства, основанных на протестантизме), других социальных групп (проникновение в 1990-х гг. ценностей криминального мира), а также изменения в «своих» базовых ценностях (вытеснение религиозных ценностей светскими). К субъективным факторам эволюции ценностей российского предпринимательства отнесем изменения в ценностях в процессе социализации новых поколений (именно это делает их условно-эндогенными) по мере усиления действия объективных факторов. Как видим, в основе механизма взаимодействия объективных и субъективных факторов эволюции ценностей лежит кумулятивная возвратная причинно-следственная связь. В силу существования кумулятивных возвратных причинно-следственных связей мы не можем утверждать, что существуют главные и второстепенные факторы, воздействующие на предпринимательскую деятельность и институт предпринимательства, но можем структурировать их, выделив непосредственно и опосредованно действующие факторы и тем самым выявить место и роль ценностей и стимулов хозяйствования в структуре факторов, влияющих на предпринимательскую деятельность и институт предпринимательства в России.

Связующим звеном между политическими, институциональными и ценностными изменениями, с одной стороны, и предпринимательской деятельностью и институтом предпринимательства с другой, являются стимулы хозяйственной деятельности. Все вышеназванные факторы действуют через формирование набора стимулов, а хозяйствующие субъекты осуществляют выбор стимулов, ори-

ентируясь на ценности хозяйственной деятельности в той мере, в какой их поведение является рациональным, ограниченно/процедурно-рациональным или иррациональным. Таким образом, политические, институциональные изменения, а также ценности и изменения в них являются факторами первого порядка, а стимулы – факторами второго порядка. Факторы первого порядка оказывают непосредственное влияние на факторы второго порядка и опосредованное – на предпринимательскую деятельность институт предпринимательства.

Резюмируя полученные исследовательские результаты, отметим, что место и роль ценностей и стимулов хозяйственной деятельности в структуре факторов, влияющих на предпринимательскую деятельность и институт предпринимательства определяется тем, что первые (ценности) обуславливают выбор вторых (стимулов), что в свою очередь обуславливает рост или снижение уровня доверия, склонность к риску, уровень сопротивления инновациям, склонность к оппортунизму и уровень оппортунизма. Если ценности хозяйственной и предпринимательской деятельности включают честность, служение, справедливость [7], то предприниматели не выберут в качестве стимулов возможность уклонения от уплаты налогов, возможность несоблюдения контрактов в случае их неполноты и т.п. Но такой выбор будет вполне реален, если честность заменяется соблюдением формальных контрактов, служение – стремлением к личной выгоде, справедливость – распределением результатов согласно условиям контракта. В этом случае вероятность оппортунистического поведения достаточно высока и требуются дополнительные институты мониторинга и контроля, а значит, будет и рост транзакционных издержек. В итоге именно ценности хозяйственной деятельности создают условия для формирования стимулов, способствующих развитию предпринимательской деятельности и института предпринимательства, а высоким эвристическим потенциалом в исследовании ценностей и стимулов хозяйствования обладают такие теоретические инструменты институциональной теории, как поведенческая и эволюционная концепции, а также теория транзакционных издержек.

Библиографический список

1. Кирдина, С. Г. Между макро и микро : методологические проблемы анализа мезоуровня в экономике [Электронный ресурс] / С. Г. Кирдина. – Режим доступа : <http://kirdina.ru/doc/news/13feb17/1.pdf> (дата обращения : 20.02.2017).
2. Клейнер, Г. Б. Культурно-исторические факторы формирования пропорций между различными типами агентов в России / Г. Б. Клейнер / Homo institutus – Человек институциональный ; под ред. О. В. Иншакова. – Волгоград : ВолГУ, 2005. – 854 с. – ISBN 5-85534-985-3.
3. Клейнер, Г. Б. Рациональность, неполная рациональность, иррациональность: психологические факторы / Г. Б. Клейнер / Homo institutus – Человек институциональный ; под ред. О. В. Иншакова. – Волгоград : ВолГУ, 2005. – 854 с. – ISBN 5-85534-985-3.
4. Лигновская, Т. А. Институт доверия как основание современной экономики / Т. А. Лигновская, С. Л. Сазанова // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2015. – № 13. – С. 285–290.
5. Сазанова, С. Л. Институты и ценности хозяйственной деятельности / С. Л. Сазанова // Институциональная экономика и современное управление : монография ; под ред. Г. Б. Клейнера. – М. : Издательский дом ГУУ, 2016. – С. 122–130. – ISBN 978-5-215-02813-1.
6. Сазанова, С. Л. Институциональная теория: предпосылки становления и развития / С. Л. Сазанова // Сибирский научный вестник. – 2012. – № 2(8). – С. 125–129.
7. Сазанова, С. Л. Исследование содержания и основных этапов эволюции ценностей и стимулов хозяйствования в России в 17–18 вв. / С. Л. Сазанова // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2016. – № 9. – С. 50–57.
8. Сазанова, С. Л. Методологический дуализм современного институционализма / С. Л. Сазанова // Институциональная экономика и современное управление : монография ; под ред. Г. Б. Клейнера. – М. : Издательский дом ГУУ, 2016. – С. 92–121. – ISBN 978-5-215-02813-1.
9. Сазанова, С. Л. Сравнительный анализ методологии традиционного институционализма и неинституционализма : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 / С. Л. Сазанова. – СПб., 2002. – 186 с.

10. Сазанова, С. Л. Становление и развитие предпринимательства и предпринимательской деятельности в России в XVII–XXI вв. / С. Л. Сазанова // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2016. – № 6. – С. 40–46.
11. Сазанова, С. Л. Эволюция ценностей и стимулов хозяйствования в России (XIX–XXI вв.) : содержание, основные этапы. Факторы динамики предпринимательства и предпринимательской деятельности в России / С. Л. Сазанова // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2016. – № 12. – С. 26–31.
12. Сазанова, С. Л. Экономическое поведение : ценностно-рациональный аспект / С. Л. Сазанова // Проблемы теории и практики управления. – 2014. – № 8. – С. 108–113.