



УДК 304.2
ББК 87.75

ЦЕННОСТНЫЕ ПРИНЦИПЫ БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ (СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)

А.Л. Кузеванова

Проведен социологический анализ процесса формирования ценностных принципов бизнес-деятельности. Выявлены особенности их реализации на индивидуальном, групповом и институциональном уровнях. Описано содержание основных ценностных принципов бизнес-деятельности.

Ключевые слова: ценности, ценностные принципы, бизнес-деятельность.

Ценностные принципы бизнеса, будучи частью его аксиологической системы, представляют собой основные правила, определяющие нормы поведения субъекта бизнес-деятельности. 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 система ценностных принципов, определяющих характер и направленность их деятельности. Совокупность аксиологических систем различных организаций, занимающихся бизнес-деятельностью, образует систему ценностных принципов, являющихся институционализирующими для бизнеса в целом (макроуровень).

Анализируя процесс реализации изучаемых принципов на микроуровне, следует отметить, что выработка бизнесменом стратегии своей профессиональной деятельности подразумевает использование способов и методов действия, взятых за основу в результате выбора, осуществленного на базе ценнос-

тно-аксиологической модели. Процесс формирования ценностных принципов, которых придерживается бизнесмен в своей практике, представляет собой результат взаимодействия разноуровневых диспозиций, формирующих диспозиционную систему индивида.

Для изучения проблематики нашего исследования особое значение приобретает концепция В.А. Ядова, в которой диспозиции рассматриваются не как однопорядковые факторы, влияющие на выбор способов, методов и стратегии профессиональной деятельности, а как «различные состояния и различные уровни предрасположенности или предуготовленности человека к восприятию условий деятельности, его поведенческих готовности, направляющих деятельность, которые так или иначе фиксируются в личностной структуре в результате онтогенеза» [3, с. 92]. По мнению исследователя, основной функцией диспозиционной системы является регулирование социальной деятельности индивида, а ее иерархическое структурирование дает возможность проследить процесс перехода ценностных ориентаций, являющихся высшим иерархическим уровнем этой системы, в практические ориентиры экономической деятельности.

На низшем уровне диспозиций находят-ся те реакции субъекта деятельности, которые появляются в результате возникновения актуальной предметной ситуации. К основным

характеристикам этих установок следует отнести ситуативную изменчивость, сформированную готовность к активности, отсутствие модальности и фиксации на познавательном уровне. К более высокому уровню диспозиций относится совокупность социальных установок, связанных с пребыванием индивида в составе различных групп, где могут проявляться независимость или несамостоятельность, некритическое следование общим мнениям или нонконформизм, контактность или закрытость и т. д. Ценностные ориентации субъекта деятельности образуют высший уровень диспозиционной системы личности. Ценностные ориентации личности позволяют индивиду идентифицировать себя с определенной областью экономической деятельности, создают основания для формирования программы действий по достижению поставленных целей. На основе системы этих ориентаций формируются ценностные принципы деятельности бизнесмена, которые регулируют его поведение, выступая в качестве звена, связывающего объективно существующую социальную среду и индивидуальное сознание субъекта.

Рассмотрим иерархию диспозиций личности, склонной к осуществлению бизнес-деятельности. Первый, самый низший уровень диспозиционной структуры образуют реакции специфического плана, создающие предпосылки для формирования готовности индивида к включению в ранее неизвестные ему экономические практики, участию в проектах, сопряженных с большой долей риска. На этом уровне вступают в действие такие установки бизнесмена, как активная жизненная позиция, способность проявлять инициативу, готовность идти на риск ради достижения целей бизнеса, стремление к реализации своего аналитического и интуитивного потенциала, умение использовать и объединять разнообразные ресурсы и т. д. Совокупность социальных установок субъекта бизнес-деятельности предполагает наличие самостоятельности, независимости в принятии решений, неприятие конформизма в связи с тем, что реализация бизнес-проектов может предопределить возникновение конфликтных ситуаций с окружающей социальной средой. Но с другой стороны, профессиональная де-

ятельность бизнесмена основана на обмене как типе взаимодействия и предусматривает необходимость установления многочисленных контактов, формирования системы социальных связей, использования как личных, так и деловых отношений для решения возникающих в процессе работы задач.

Как отмечалось выше, ценностные ориентации представляют собой основу для формирования ценностных принципов деятельности бизнесмена, среди которых особое значение приобретает принцип полезности, поскольку бизнес в общем плане является видом экономической активности, нацеленной на получение конкретного, приносящего пользу результата, выбор которого обуславливается не какими-либо универсальными установками, а целями, имеющими практический характер. Будучи ценностью со знаком «плюс», польза отражает интересы и потребности конкретного субъекта бизнес-деятельности, что проявляется в извлечении полезного результата при общей ориентации на реализацию собственных интересов. Сознание бизнесмена, имеющее пользоориентированный характер, является предельно реалистичным по своей сути, поскольку при осуществлении профессиональной деятельности ставятся достижимые цели, используются средства и ресурсы, оптимальные для данной рыночной ситуации, а успешное ведение дел обуславливается расчетом и наличием практического опыта. Бизнес-деятельность предполагает не только учет условий, в которых ее субъект развивает свою активность, но и разработку системы мер по управлению ситуацией и программированию действий.

Другим принципом, имеющим определяющий характер для бизнеса, является принцип успешности, который предполагает, что бизнесмен должен стремиться к достижению запланированных результатов, рассматриваемых им в качестве цели. Критерии успеха в бизнесе могут быть как объективными, так и субъективными: к первым следует отнести, к примеру, увеличение прибыли, доли рынка, занимаемой компанией, рост продаж, увеличение количества клиентов; ко вторым – степень удовлетворенности своей работой и карьерным ростом, способность осуществлять контроль за деятельностью компании и т. д.

Может быть предложено и другое разделение критериев успеха в бизнесе, связанное с типами профессиональной ориентации, когда при направленности на работу главной целью становится максимальное увеличение денежного дохода, а при карьерной ориентации на первое место выходят такие установки, как повышение социального статуса, приобретение властных полномочий, рост престижа. При ориентированности бизнесмена на призвание становится важной роль уровня удовлетворенности от выполняемой работы и внутреннего осознания значимости выбранной профессии.

В ряду основополагающих ценностных принципов деятельности бизнесмена следует отметить также принцип независимости, предполагающий самостоятельность делового человека в осуществлении планируемых действий в рамках профессиональной активности, дающий ощущение свободы, продуцирующий такие социальные качества бизнесмена, как ответственность за принимаемые решения, активность в достижении поставленных целей, самостоятельность в процессе организации и развития бизнеса. Основой реализации этого принципа является собственность, которой бизнесмен не только владеет, но и распоряжается, а также капитал, находящийся в обращении. Условия товарно-денежных отношений придают деньгам статус социальной силы, владелец которой имеет возможность получить определенную независимость. Достижение успеха в бизнесе тоже способствует либо обретению независимого положения, либо укреплению уже имеющегося статуса на рынке. Пытаясь стать успешным бизнесменом, субъект бизнес-деятельности апробирует выбранные им тактику и стратегию ведения дела, демонстрируя тем самым свои возможности в процессе управления рыночной ситуацией и подчинения ее хода своим целям. Значимость успеха в бизнесе определяется тем, что он дает субъекту действий возможность изменить сложившиеся правила и ввести новые в том социальном пространстве, которое оказалось под его контролем в результате успешной бизнес-деятельности.

Вступление в рыночные отношения предусматривает взаимный учет интересов партнеров, необходимость подчинения условиям

экономической ситуации и принятым в данной социально-профессиональной среде стандартам поведения, на основе чего складываются отношения взаимопользования. Представитель бизнес-среды, преследуя свой частный коммерческий интерес, вступает во взаимоотношения с другим бизнесменом, при помощи которого решает задачи, являющиеся приоритетными для его профессиональной деятельности. Реализация принципа взаимопользования осуществляется на основе обмена: каждый из участников этого процесса предоставляет средства для удовлетворения своих интересов. Отношения, складывающиеся при этом, имеют безличный характер, поскольку субъекты действия выступают в роли носителей предлагаемых к обмену товаров и услуг и исполнителей определенных функций. Отметим, что, с одной стороны, реализация принципа взаимопользования связана с некоторой дегуманизацией отношений участников обмена, но, с другой стороны, создает основания для сохранения беспристрастности в деловых отношениях, поскольку позволяет игнорировать те качества партнера, которые не имеют прямого отношения к бизнесу.

В основе бизнес-деятельности лежит также и принцип эффективности, предусматривающий достижение намеченных целей с наименьшими затратами и основывающийся на взаимосвязи цели и конечного результата экономической активности. Современный бизнес, опирающийся на использование инструментов маркетинга и менеджмента, характеризуется множественностью целей и сложностью процесса целеполагания, проявляющейся в альтернативном выборе, когда из ряда намеченных целей выбирается та, содержание которой в наибольшей мере отвечает правилу соблюдения принципа эффективности.

Выбранная нами логика исследования предусматривает изучение реализации ценностных принципов бизнес-деятельности и на мезоуровне, что предполагает исследование аксиологической составляющей деятельности бизнес-организаций, в рамках которых складывается своя система ценностей, определяющих характер и направленность их экономической активности. На базе ценностных принципов бизнес-деятельности, реализуемых на уровне организационной культуры, формируются нор-

мы и правила поведения, предписываемые для исполнения сотрудникам компании. Социальное неравенство, существующее в обществе, детерминирует неравномерное распределение ценностей среди людей, что, в свою очередь, обуславливает построение отношений власти и подчинения, экономических связей, взаимодействия партнеров в бизнесе. Характер распределения ценностей внутри бизнес-организации определяет специфику ценностного образа компании, в рамках которого отдельный сотрудник демонстрирует собственную ценностную позицию. Процесс межличностного взаимодействия и обмена создает предпосылки для изменений, которые могут повлиять на ценностный образ компании и индивидуальные позиции работников.

Взяв за основу концепцию отечественного психолога Д.А. Леонтьева и развивая его взгляды, мы можем выделить следующие основные формы реализации ценностных принципов бизнес-деятельности на уровне организации:

- идеальные представления о совершенстве, касающиеся различных сфер деятельности бизнес-организации, то есть система идеалов, разработанных руководством и разделяемых сотрудниками;
- воплощение этих представлений в практической деятельности работников компании;
- личностные мотивационные структуры сотрудников, которые побуждают их действовать в соответствии с имеющимися организационными идеалами.

На формирование ценностных принципов деятельности бизнес-организации оказывают влияние различные факторы. По нашему мнению, к ним прежде всего следует отнести систему властных отношений, сложившуюся в компании, поскольку благодаря ее влиянию деятельность сотрудников направляется в нужное для организации русло с целью реализации интересов корпорации. Другим значимым фактором являются культурные ценности, принятые в обществе, которые не только принимаются в качестве определенного эталона или стандарта, но и используются в работе внутренних структур организации, что позволяет ей в конечном итоге устанавливать взаимоприемлемый баланс с внешней средой.

Следует отметить и такой не менее важный фактор, как культурный поведенческий комплекс, сложившийся в организации, представленный индивидуальными и групповыми отношениями. Подчеркнем, что на формирование ценностных принципов деятельности бизнес-организации определенное влияние оказывает и ее формальная структура, и происходящие в ней организационные процессы.

Проблемы формирования системы ценностных принципов бизнес-деятельности на уровне организаций имеют не только локальный, но и более масштабный контекст, поскольку современные корпорации находятся в тесной взаимосвязи с различными заинтересованными сторонами во внешней среде. Помимо этого, бизнес-организации являются неотъемлемым элементом системы общественного согласия, в качестве оснований которой выступают, по мысли Р. Салмона, утилитарно ориентированный прагматизм, духовные начала социальных отношений и приоритет научного знания [1, с. 12]. Взаимодействие бизнес-организации со сторонами, представляющими внешнюю среду, осуществляется на основе системы определенных ценностных принципов, большая часть из которых получила свое официальное закрепление в международных документах. Так, в декларации «Принципы бизнеса», принятой в 1994 году в Швейцарии, определены принципы ведения бизнес-деятельности, являющиеся универсальными как для западной, так и для восточной деловой культуры. Анализ этого документа показывает, что основополагающими ценностными принципами бизнеса являются ответственность за осуществляемую политику и предпринимаемые действия, уважение достоинства человека, учет интересов участников деловых отношений. При этом первый из перечисленных принципов подразумевает стремление компании не только к собственному благу, но и к благу партнеров, с которыми связана деятельность организации. В декларации провозглашаются принципы, на основе которых должно осуществляться социальное и экономическое воздействие бизнеса на внешнюю среду: стремление к развитию по пути прогресса, соблюдение принципа справедливости и культивирование духа сотрудничества. Предполагается, что развитие ответственного бизнеса невозможно без соблюде-

ния принципов профессиональной этики, предполагающей не только следование нормам закона, но и укрепление отношений между бизнес-партнерами на основе доверия.

Международные декларации, в которых нашли свое отражение главные ценностные принципы бизнес-деятельности, создали предпосылки для появления понятия «социальная ответственность бизнеса». По определению Международной организации по стандартизации, этот вид ответственности предполагает использование подхода, позволяющего организациям решать социально-экономические и экологические проблемы с принесением пользы своим сотрудникам, населению и обществу [2]. При сравнении юридической и социальной ответственности бизнес-организации становится очевидным, что первая из них носит обязательный для исполнения характер и регулируется правовыми нормами, а вторая – предполагает определенную долю добровольного участия бизнеса в решении социальных проблем общества.

В современных условиях динамично развивающаяся бизнес-организация, чья деятельность приносит стабильный доход, вынуждена предпринимать действия, направленные на формирование положительного социального имиджа, и более того – закреплять подобную практику официально, включая принцип социальной ответственности в систему своих ценностных ориентиров, находящих свое отражение в миссии организации. Иными словами, комплекс целей современной организации должен включать как экономические, так и социальные установки для осуществления деятельности. По мысли П. Друкера (P. Drucker), бизнес несет не только экономическую ответственность, стремясь эффективно использовать общественные ресурсы, но и социальную, включаясь в процесс решения общественно значимых проблем (см.: [4]).

Логика нашего исследования предполагает изучение реализации ценностных принципов бизнес-деятельности и 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 удов-

летворения запросов 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, имеющих в рыночной среде, способных достигать поставленных целей. Именно развитие бизнеса создает основания для появления новых рабочих мест, решения 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 экономической функции на первый план выходят принципы полезности, эффективности, независимости, взаимопользования и др. Политическая функция основывается прежде всего на принципе успешности, достигаемой путем активного проникновения бизнеса в политическую систему общества, способствующего укреплению его позиций и получения доступа к законодательной деятельности. Реализация социальной функции невозможна без следования принципу ответственности перед обществом, 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 человеческого достоинства, что влечет за собой максимально ответственное поведение компании по отношению к сво-

им сотрудниками и потребителям. 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.

Таким образом, в ходе изучения ценностных принципов бизнес-деятельности мы пришли к выводу о том, что они реализуются на трех основных уровнях. Микроуровень связан с ценностным сознанием бизнесмена, с диспозиционной системой его личности. Процесс формирования ценностных принципов, реализуемых бизнесменом в своей практике, представляет собой результат взаимодействия разноуровневых диспозиций, к которым в иерархической последовательности относятся: реакции актора, которые появляются в результате возникновения актуальной предметной ситуации; совокупность социальных установок, связанных с пребыванием индивида в составе различных групп; ценностные ориентации субъекта бизнес-деятельности. Мезоуровень реализации ценностных принципов бизнеса связан с деятельностью коммерческих организаций, в рамках которых складывается своя система ценностей, определяющая характер и направленность их экономической активности. При этом выделяются две категории ценностных принципов: первая является ядром организационной культуры, а на основе второй строится взаимодействие бизнес-организации с внешней средой, обществом. Организационные ценностные принци-

пы находят свое воплощение в трех основных формах: в идеальных представлениях о совершенстве, касающиеся различных сфер деятельности компании; реализации этих представлений в практической деятельности работников корпорации; личностных мотивационных структурах сотрудников, которые побуждают их действовать в соответствии с имеющимися корпоративными идеалами. На макроуровне ценностные принципы выступают в роли признака институционализации бизнеса, выполняющего в обществе ряд значимых функций: экономическую, политическую, социальную и культурную. Основой для реализации перечисленных функций является совокупность ценностных принципов, определяющих характер, направленность, целевые установки бизнес-деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Салмон, Р. Будущее менеджмента / Р. Салмон. – СПб. : Питер, 2004. – 298 с.
2. Свиткин, М. З. Социально-этические аспекты менеджмента и бизнеса [Электронный ресурс] / М. З. Свиткин. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://quality.eur.ru/MATERIALY11/socy.htm>. – Дата обращения: 26.05.2010. – Загл. с экрана.
3. Ядов, В. А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности / В. А. Ядов // Методологические проблемы социальной психологии. – М. : Наука, 1975. – С. 89–105.
4. Drucker, P. F. The New Society Organizations / P. F. Drucker // Harvard Business Review. – 1992. – September – October. – P. 95–104. – Перевод: Вестник СПбГУ. Сер. 8. 2004. Вып. 1, № 8. С. 96–112.

AXIOLOGICAL PRINCIPLES OF BUSINESS ACTIVITY AND THEIR REALIZATION SPECIFICS (SOCIOLOGICAL ANALYSIS)

A.L. Kuzevanova

The sociological analysis of the axiological principles development process in business activity is carried out. The author highlights their realization peculiarities at individual, group and institutional levels and points out the basic axiological principles specifics in business activity.

Key words: *values, axiological principles, business activity.*