

© 2010 г.

Борис Рахаев

кандидат экономических наук, доцент
(e-mail: rahaevbm@mail.ru)

Ра Ха Ев

доктор экономических наук, профессор
(e-mail: rkhadis@yandex.ru)
(Кабардино-Балкарская государственная сельскохозяйственная академия)

ВИТАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ, МЕНТАЛЬНАЯ СРЕДА И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ЦИКЛЫ БИЗНЕСА

Предложен оригинальный подход для исследования организационных циклов бизнеса, связанный с витальными ресурсами и ментальными контурами бизнеса. Выявлены особенности производства и потребления бизнесом витальных ресурсов. Предложена классификация экономического (и социально-политического) поведения бизнеса. Исследована взаимосвязь витальных ресурсов и ментальных контуров бизнеса. Предложенный подход позволит глубже понять особенности бизнеса и механизма образования бизнес-сообществ, особенности взаимосвязи внутри бизнес-сообществ.

Ключевые слова: витальные ресурсы бизнеса, ментальные контуры бизнеса, их взаимосвязь, бизнес-сообщество, организационные циклы бизнеса, принцип формирования витальных ресурсов и ментальных контуров, конкуренция, кооперация.

В последние годы в России активно обсуждается проблема модернизации. Изучается отечественный и зарубежный опыт, выясняются общие и специфические черты экономического развития, разрабатываются модели, которые тестируются на историческом и современном эмпирическом и теоретическом материалах и т.д. Очевидно, что данная проблема имеет особое значение даже не столько для настоящего, сколько для будущего страны. Впрочем, если обратиться к собственной истории России, следует констатировать, что идея модернизации не нова. С первых же лет «новой России» идея модернизации страны актуализировалась. Правда, до сих пор она так и не реализована не только в полном объеме и адекватно, но даже упрощенно.¹ При этом необходимо учитывать, что масштаб задач, а главное – алгоритм современной модернизации в корне из-

¹ Здесь, как нам кажется, одной из причин явилось то, что, вопреки ожиданиям, произошла подмена понятий и реальных отношений мнимыми. Налицо вульгаризация и опoшление в целом продуктивной и рациональной идеи.

менились. Мир вступил в постиндустриальную эру, имеющую свои приоритеты, механизмы, методы и движущие силы. Поэтому аналогии индустриального мира в постиндустриальном либо вовсе не работают (это в лучшем случае), а следовательно, не годятся для использования, либо дают противоположный намечаемому результат.

Бизнес следует рассматривать как важный (а в некоторых аспектах – важнейший) институт модернизации. Это означает, что следует исследовать жизненные (витальные) факторы и поведенческую (ментальную) среду бизнеса. Надобность в такого рода исследованиях вызвана не только слабым развитием бизнеса в нашей стране, но и его специфическим поведением, связанным прежде всего с недоверием к власти, хотя власть уже заявляла, что пересмотра итогов приватизации, несмотря на несправедливый ее характер, не будет¹. Бизнес как бы отстранился (или точнее – отстранен) от проблем модернизации в отличие от ситуации в западных странах. Причина – не столько в отсутствии ресурсов, сколько в особенностях ментальной среды современного российского бизнеса, отчасти унаследованных им из истории, отчасти же созданных современностью.

В литературе поднятой проблеме посвящено много научных и публицистических работ. Не все они равноценны, что, впрочем, вполне естественно, но вполне очевидно, что исследования по данной проблеме, во-первых, актуальны, во-вторых, необходимы для выработки методологического и методического инструментария решения соответствующих проблем. Однако, несмотря на важные выводы, которые были получены исследователями², многие аспекты проблем экономики, связанные с рассматриваемым в данной статье отношением витальных ресурсов и ментальных контуров бизнеса, остаются все еще малоизученными, а то и вовсе незатронутыми. Это затрудняет осмысление некоторых парадоксов практики и разработку путей совершенствования экономической жизни. Требуется уточнить предмет и, соответственно, методологическую и методическую базу исследования.

¹ Впрочем, если судить по докладу (и комментариям, сделанным для журналистов) Председателя Конституционного Суда РФ В. Зорькина «Кризис, собственность и верховенство закона», сделанного 20-21 ноября 2009 г. на форуме, посвященном реализации конституционно-правовых основ собственности и предпринимательства с участием судей высших судов из семи стран и Европейского суда по правам человека, в котором он предложил провести «инвентаризацию приватизационных процессов 1990-х годов», то все не совсем однозначно в этом вопросе и точку ставить, вполне возможно, еще рано.

² Аспекты, связанные с исследованием жизненных (витальных) ресурсов и ментальных контуров в наибольшей мере разработаны Е. Балацким, который изложил «экономическую теорию витальных ресурсов», осветил методологические и многие методические аспекты проблемы, довел многие из них до уровня практических рекомендаций.

«Бизнес (англ. business), – отмечается в Большой Российской Энциклопедии, – (предпринимательство), экономическая деятельность в условиях рынка, направленная на получение прибыли».¹ Создают его люди, наделенные определенными способностями к этой деятельности. Они имеют и определенную психологию. Этим людям принято называть предпринимателями или бизнесменами. Как и все другие люди, бизнесмены-предприниматели объединяются в определенное сообщество, называемое бизнес-сообществом.² Это бизнес-сообщество неоднородно. Внутри него складываются различные группы, которые образуются по разным признакам, в том числе по типу поведения. Совокупность особенностей поведения, отделенная от конкретных индивидов, т.е. деперсонифицированная, называется нами ментальной средой бизнеса. Конечно, есть множество особенностей поведения бизнесменов (и стало быть, можно дифференцировать бизнес-сообщество на группы), но следует выделить три доминирующие черты в поведении бизнесменов-предпринимателей: выживательную, адаптационную и созидательную. Они имеют статистическую природу: во-первых, четкость выделения той или иной особенности поведения в бизнес-среде зависит от численности предпринимателей с конкретными чертами поведения, во-вторых, имеет циклический характер, который, опять-таки, определяется численностью индивидов с теми или иными признаками поведения, а не самим поведением, в-третьих, эти микросообщества, несмотря на свою подвижность, обладают достаточно высокой устойчивостью, обусловленной способностью к самовоспроизводству, т.е. обладают свойством контура. Мы их определяем как ментальные контуры бизнеса, под которыми следует понимать часть ментальной среды бизнеса, имеющую относительно устойчивые самовоспроизводящие свойства социальной психологии. Иными словами, это относительно замкнутая совокупность индивидов (консорция), воспроизводящих определенный тип поведения в бизнесе. Источниками контуров являются индивиды-предприниматели (бизнесмены) с определенной психологией. Контуры пополняются всякий раз новыми индивидами-предпринимателями из общества путем рекрутирования. Правда, последние не могут попадать в любую группу, консорцию, т.к. всякий ментальный контур имеет свои черты существования, которые выступают свое-

¹ БРЭ. М., 2005. Т.3. С.471.

² Речь здесь не идет о формальных объединениях типа РСПП, ОПОРА и т.д., хотя они также имеют значение. Речь идет о неформализованном соучастии, неформальных консорциях.

образным кодом для определения «своих» и «чужих». В прошлые века эту сторону выражали гильдии, клубы и т.п.¹

Итак, важно констатировать несколько фактов. Имеется ментальная среда, содержащая множество индивидуальных психологий. Эта ментальная среда неоднородна. Ее можно дифференцировать на относительно устойчивые образования со свойством контуров. Таким образом, у бизнеса образуются ментальные контуры, которые представляют собой относительно устойчивые сообщества бизнесменов, различающиеся между собой типом предпринимательского поведения. Наконец, ментальной среде свойственны статистические черты, т.е. массовость.²

Но это одна сторона дела. Она важна для понимания поведения бизнеса в обществе, но недостаточна. Есть вторая сторона. Она связана со вторым понятием – витальными ресурсами бизнеса, под которыми нами понимается вся совокупность факторов жизнедеятельности бизнеса. Жизненные ресурсы размещены в ментальных контурах на четырех уровнях: материально-сырьевом, технико-технологическом, институциональном и информационном. Предполагается, что нормальное функционирование бизнеса в обществе возможно лишь при наличии у него всех трех ментальных контуров; выживательного, адаптационного и созидательного, а функционирование самих контуров – при условии оптимальной заполненности на всех уровнях витальными ресурсами; наличие дефицита на одном из них, хотя бы на других имел место избыток, приводит к неполноценности всего бизнеса.

Последнее связано с тем, что между ментальными контурами имеет место не просто взаимосвязь, а своеобразный обмен ментальными ресурсами, который происходит через переход индивидов-предпринимателей из одних консорций в другие по мере «взросления» их бизнеса и психологии. Таким образом, ментальные группы более низкого уровня передают свои ресурсы ментальным уровням более зрелым и тем самым усиливают

¹ Каждый ментальный контур выражает собой определенный этап в эволюции бизнеса и бизнесмена-предпринимателя. Это означает, что каждый бизнесмен, если он не остановился в своем развитии, перемещается из одной группы в другую, оказываясь на время в том или ином ментальном контуре. Но с другой стороны, каждый ментальный контур представляет собой сообщество (консорцию) бизнесменов с тем или иным типом поведения. Поэтому перемещение из одного (как правило, менее зрелого) в другие (более зрелые) ментальные контуры у индивидов происходит по мере их «вызревания» как бизнесменов.

² Устойчивость зависит от вида кривой распределения, которая доминирует на контуре. Последняя же определяется кривой распределения численности индивидов (бизнесменов) с тем или иным типом менталитета. Аналогичные суждения можно найти у Е. Балацкого «Ментальные контуры, стратификация общества и цивилизационные волны» // Вестник РАН. 2008. том 78, №8. С.712 – 125 и др.

их. Но в результате таких рекрутских наборов низшие уровни могут испытывать дефицит, хотя он не так страшен для бизнес-сообщества, как дефицит витальных ресурсов. Но существует и такая взаимозависимость, которая проявляется в способности комплементировать и блокировать одного другим. Речь идет о том, что если бизнес не выбрал, говоря грубо, витальные ресурсы на одном из уровней, одного из контуров (положим, институциональные витальные ресурсы в выживательном ментальном контуре), то избыток витальных ресурсов, положим, в технологическом или материально-сырьевом для него ничего не значит, т.е. этот избыток не исправляет ситуации. Для полноценного бизнеса требуется полноценность всех трех уровней витальных ресурсов на всех ментальных контурах.

Наиболее примитивный ментальный контур современного бизнеса – выживательный. Он как всякий другой ментальный контур содержит в себе все четыре уровня витальных ресурсов. Базовым уровнем во всяком ментальном контуре выступает уровень материально-сырьевых ресурсов, к которому относятся наряду с сырьем, материалами (готовой продукцией) также природные условия, земля, рабочая сила и т.п. Значение данного уровня в современном бизнесе невелико и имеет тенденцию к постоянному снижению, снижается их доля в затратах (транзакциях и издержках) бизнеса, хотя данные ресурсы, разумеется, необходимы бизнесу для производственного процесса.

Второй уровень витальных ресурсов – технико-технологический – содержит такие производственные технологии и факторы, как машины, оборудование, технологии, качество рабочей силы и т.п. Значение витальных ресурсов данного уровня для бизнеса более значимо, а со временем и в отдельных производствах растет. Высокие технологии, в особенности современные компьютерные, порой имеют решающее значение для бизнеса. Поэтому на данном уровне наблюдаются рост конкуренции за обладание витальными ресурсами, приток инвестиций в их воспроизводство, активизация научных и прикладных исследований и т.п.

Объединив то и другое, бизнес начинает самостоятельный производственный процесс. В то же время это еще совершенно не свидетельствует о том, что бизнес состоялся. Но об этом ниже, а пока укажем на механизм, с помощью которого регулируются отношения на данных уровнях витальных ресурсов бизнеса.

Есть два способа перевода данных факторов в статус витальных ресурсов бизнеса и их размещения на соответствующие уровни и, соответственно, два способа воспроизводства указанных уровней витальных ресурсов в ментальных контурах бизнеса: рыночный (который осуществляется путем свободной купли-продажи или обмена ресурсов на средства бизнеса) и нерыночный (получение факторов производства через систему

натурального хозяйства, с помощью насилия или за счет государства. Но и здесь имеет место обмен – передача прав собственности). При этом предлагается различать передачу (обмен) персонифицированных прав собственности и неперсонифицированных прав собственности.

При рыночном варианте деньги, кредиты, которые бизнес передает другим для получения нужных товаров, не сокращают его прав, но даже расширяют их, в силу того, что деньги представляют собой форму, способ аккумуляции обязательств (возможно, не всегда даже реальных, а подчас даже мнимых) общества в целом. Деньги – материальный носитель этих обязательств, но не конкретного субъекта, а государства, т.е. того, у кого находится печатный станок. Таким образом, при рыночном способе получения витальных ресурсов с первых двух уровней бизнес ничего не теряет, но даже приобретает обязательства на их удовлетворение в последующем. Следовательно, рыночный способ обмена расширяет объем витальных ресурсов бизнеса на двух указанных уровнях металлических контуров.

Но рыночный способ – не единственный способ получения витальных ресурсов с данных уровней. Наряду с ним на данных уровнях «работает» государственное регулирование или ресурсы поступают от государства. Здесь также используется механизм обмена. Однако данный способ обмена требует отчуждения бизнесом части своих прав в пользу государства. Но не так, как это делается при общественном договоре, когда все индивиды на время делегируют часть своих прав государству, а путем отчуждения их в собственность государства.¹ Поэтому бизнес уже как бы оказывается не полноценным, несвободным при выполнении своих обязательств перед другими субъектами. Правда, в обмен он может получить какие-то льготы, т.е. также часть прав, но эта часть прав не сравнима с теми правами, которые бизнес отчуждает за получение данной части прав. Дело в том, что в первом случае (т.е. при рыночном способе) имеет место обмен правами, который сопровождается куплей-продажей прав; каждый субъект проводит обмен (к тому же эквивалентный), при котором избыток одних прав обменивается на избыток других (по сути здесь происходит восполнение дефицита), в результате которого устанавливается равновесие на рынке. В результате такого обмена бизнес получает моти-

¹ Вот здесь и срабатывает предложенное разграничение прав собственности на персонифицированные и неперсонифицированные. При рыночном способе бизнес отчуждал не свои персонифицированные права, осуществив приобретение витальных ресурсов на рынке за деньги, он отчуждал всеобщие обязательства, т.е. расплачивался правами, которые ему не принадлежат, в случае с государством он отчуждает государству свои персонифицированные права и тем самым ограничивает общий объем прав, имеющихся в его распоряжении.

вированное обеспечение своего существования и его развитие принимает рациональный характер, тогда как во втором варианте он отчуждает часть своих прав и оказывается как бы в накладе, а потому развитие его принимает иррациональные черты.

Третий уровень витальных ресурсов содержит институциональные ресурсы. Отношение бизнеса к данному уровню витальных ресурсов заключается в том, что, во-первых, бизнес участвует в формировании и ресурсах, и самого уровня в ментальных контурах посредством участия в разработке законов, правил и норм, регулирующих поведение хозяйствующих субъектов и становящихся впоследствии базовой конструкцией «правил игры», во-вторых, бизнес выступает «покупателем» этих самых законов и норм поведения в том смысле, что всякую норму поведения бизнес вынужден оплачивать либо сжатием своих прав и перепрограммированием своего поведения, либо отчуждением части своих прав. Демонстрируется лояльность по отношению к власти в обмен на какие-либо преференции со стороны государства или других субъектов этих отношений. Таким образом, бизнес выступает в витальных ресурсах данного уровня и как производитель (т.е. предлагает свои услуги по части разработки законов, норм, а также вносит определенные нормы в «правила игры»), и как потребитель (т.е. создает спрос на определенный вид норм и законов и тем самым стимулирует общество и государство к выработке этих норм и законов)¹. Бизнес принимает, наряду с государством и обществом, определенное участие, причем не только как потребитель, но и как производитель, в формировании таких институтов, как институт контроля за качеством, институт сертификации, институт лицензирования, институт интеллектуальной собственности и т.д. Помимо этого, бизнес участвует в реформировании существующих или старых институтов. Например, такие институты, как частная собственность, государство и т.п. находятся под сильным влиянием бизнеса. Бизнес оказывает прямое и косвенное влияние на развитие государства, в частности иницируя реформирование отдельных его функций и институтов. В одних случаях бизнес получает абсолютные положительные трансакции, в других случаях оплачивает создание тех или иных институтов за счет отчуждения части своей прибыли в форме налогов, таможенных сборов, платежей, но при этом прирастает в правах. Таким образом и здесь, как и на предыдущих уровнях, поведение бизнеса в отношении витальных ресурсов регулирует-

¹ Что достаточно убедительно показал Э. де Сото (де Сото Э. Иной путь. Невидимая революция в третьем мире. М., 1995; Загадка капитала. Почему капитализм торжествует на Западе и терпит поражение во всем остальном мире. М., 2004), что и выражено в так называемой десотианской концепции.

ется обменом. Однако институциональные обмены – это обмены правами. Для бизнеса они не всегда, но, как правило, представляют собой расширение его прав. В то же время бизнесу важно иметь постоянные «правила игры». В результате он идет на какие-то ограничения своих прав, но при этом понимает, что экстернальный эффект от постоянства правил игры оказывается выше, чем временный выигрыш от изменчивости или от неопределенности правил игры.

Четвертый уровень – это информационные ресурсы, связанные с информацией, или такие, которые дает информация. Данный уровень ныне все еще находится в стадии становления в силу того, что он пока наименее оформившийся. Дело в том, что понимание информации весьма широко; под нею понимают ныне не только знание о законах природы, общества и бизнеса, но и конкретные виды информации, например, состояние конъюнктуры рынка, емкость рынка, структуру логистики на том или ином рынке, покупателей, технологии, уровень конкуренции, коррупции и т.д. Поэтому ограничимся основными замечаниями. Прежде всего, информационный уровень наиболее демократизированный, если можно так выразиться. В нем размещаются наиболее ценные витальные ресурсы бизнеса. Их емкость огромна, неограниченна, в отличие, предположим, от первого и даже второго уровней. Он наименее монополизированный, опять же в отличие от первых двух и даже третьего, в котором монополия государства порой превышает все остальные виды присутствия. Он же наиболее дорогой по своей ценности и стоимости. Стоимость информации намного превышает стоимость сырья, материалов и даже технологий и институтов, ценность информационных ресурсов для бизнеса постоянно растет. Правда, она только тогда осознается (и используется), когда в бизнесе создан созидательный ментальный контур; когда его нет, то наличие или отсутствие информации мало что значат для бизнеса. Наиболее примитивное проявление данного явления – информациёмкость продукции. Поэтому ценность данного уровня витальных ресурсов и ментального контура, как правило, проявляется в развитых, так называемых постиндустриальных экономиках – «экономике знаний» и т.п.

Бизнес выступает поставщиком (производителем) информации. Например, цены, логистика, конкуренция и т.д. – все это информационная продукция, исходящая от бизнеса, хотя при этом бизнес может и не осознавать, что он создает эту продукцию, если она не получает форму товара и права собственности. Другая сторона – бизнес выступает покупателем (потребителем) информации. Объемы покупки информации бизнесом, очевидно, кратно превышают объемы производства им товаров; очевидно, они же превосходят объемы производства самой информации бизнесом. В покупке (приобретении) информации бизнес использует разные

способы. Один – свободная рыночная купля-продажа информации, которая регулируется исключительно законами рынка. Другой – так называемое натуральное потребление, т.е. когда бизнес сам производит и сам же потребляет информацию; как правило, это так называемая внутрифирменная информация, которая используется внутри компаний и фирм. Третий – инсайдерская информация, т.е. использование закрытой или конфиденциальной информации. В третьем способе, по сути, идет нарушение прав собственности и поэтому этот тип получения информации уголовно наказуем и предполагает ограничение или же полное изъятие прав у нарушителя. Но тем не менее такой способ получения информации имеет место и вовсе не редкость в мире.

Таковы формальные аспекты формирования витальных ресурсов и их распределения по уровням ментальных контуров. Получилась следующая схема: бизнес находит во внешней среде свои витальные ресурсы, ресурсы осваиваются в определенном порядке, порядок отражается в уровнях, которые размещаются на ментальных контурах. Обобщенно схема представлена в таблице 1.

Таблица 1

Схема функционирования бизнеса

Витальные ресурсы бизнеса	Уровни размещения витальных ресурсов	Ментальные контуры
Сырье, материалы, рабочая сила, деньги, товары, законы, обычаи, правила поведения, навыки, техника, технология, знания, организации, фирмы, предприятия, компании, люди, потребители, цены, государства, таможенные пошлины, налоги, кредиты, сертификаты, тарифы, лицензии, санитарные нормы, климат, дороги, земля, вкусы, спрос, мода, система национальных ценностей, религия, культура и т.д.	Материально-сырьевой	Выживательный
	Технико-технологический	
	Институциональный	
	Информационный	
	Материально-сырьевой	Адаптационный
	Технико-технологический	
	Институциональный	
	Информационный	
	Материально-сырьевой	Созидательный
	Технико-технологический	
	Институциональный	
	Информационный	

Для понимания природы витальных ресурсов и их значения в развитии бизнеса важно знать, как взаимодействуют различные уровни витальных ресурсов и как «продвигается» бизнес по ним.

Жизнедеятельность, как и жизнеспособность бизнеса определяется тем, насколько сформировано воспроизводство ментальных контуров, которые адаптируют его к внешней среде. Поэтому бизнес принимает активное участие в воспроизводстве ментальных контуров, и делает он это через витальные ресурсы. В этой связи важное значение имеет механизм взаимосвязи бизнеса и витальных ресурсов через соответствующее воспроизводство ментальных контуров.

Потребление, как и производство (называемое нами еще освоение и усвоение) витальных ресурсов бизнесом осуществляется через обмен. Начальный базовый уровень любого ментального контура бизнеса, на котором размещаются базовые витальные ресурсы, – это сырье, материалы, средства производства, рабочая сила и т.п. Как правило, все эти ресурсы размещены на рынке. Они же составляют производственную основу бизнеса. Для их получения бизнес обращается к рынку, где через механизм купли-продажи приобретает в собственность необходимые ресурсы, предоставляя взамен определенные обязательства то ли в виде долговых расписок (кредитных или же наличных денег), то ли в каком-либо ином виде, но также и обязательств, которые, в свою очередь, создают новые витальные ресурсы.

Таким способом уже внутри данного уровня начинает оформляться система воспроизводства: потребности в одних видах ресурсов стимулируют производство других видов ресурсов и создается целостная производственная система на первом уровне витальных ресурсов. Взаимосвязь бизнеса с витальными ресурсами на данном уровне осуществляется по рыночным законам, т.е. на основе спроса – предложения. Бизнес выбирает на рынке из хаотичного, неструктурированного мира товаров, сырья, материалов, рабочей силы, кредитов и проч. те виды ресурсов, которые ему необходимы для того, чтобы начать дело, в обмен на соответствующий эквивалент обязательств со своей стороны, который он предъявляет на рынке в виде предложения. Ценность данного уровня витальных ресурсов для развития бизнеса все время снижается, и поэтому бизнес стремится выйти за его пределы. Очевидно, в силу этого – следствием чего является падающая эффективность данного уровня – повышается значимость других уровней. Бизнес переходит к формированию нового, более сложного уровня витальных ресурсов – технологического, в котором

размещаются новые, более сложные витальные ресурсы: техника, технологии и т.д.¹

Технологический уровень, содержащий технико-технологические витальные ресурсы бизнеса, выполняет роль фактора, объединяющего разрозненные витальные ресурсы первого уровня; грубо говоря, он соединяет воедино факторы производства: землю, труд, капитал, сырье и т.д. для получения готового продукта. Это своеобразное промежуточное положение – находиться между сырьем и готовой продукцией – и формирует особый статус данного уровня в ментальных контурах. Во-первых, технологии в отличие от сырья, материалов кем-то когда-то и где-то произведены и поэтому в готовом виде не берутся из природы, а нуждаются в создании; значит, их кто-то производит и кто-то обладает ими. Поэтому, во-вторых, для получения этого ресурса требуется осуществить обмен. Обмен может происходить либо в виде передачи бизнесом части своих прав собственнику данного ресурса (в частности, включение его в сотрудники, создание так называемых акционерных обществ различного типа и т.п.), либо передачи эквивалента (денежного, продуктового и т.п.). В зависимости от выбранного варианта результат несколько меняется, но суть остается неизменной – формируется воспроизводственный механизм витальных ресурсов технологического уровня.

Особенность ресурсов данного уровня состоит в том, что они не имеют самостоятельного значения и всегда или как правило выступают в связке с ресурсами первого уровня. Эта привязанность к ресурсам первого уровня ведет к тому, что в отличие от механизмов воспроизводства, действующих на предыдущем уровне, на котором динамику определяют процессы в потреблении (соответственно, спрос на продукцию со стороны потребителей) и поэтому всякого рода манипуляции происходят на

¹ Не следует путать, но, напротив, следует четко различать переход с уровня на уровень и переход с контура на контур. Ментальные контуры формируют поведенческие императивы бизнеса. Их составляют определенные нормы, правила поведения бизнеса в зависимости от состояния среды; ментальные контуры имеют институциональный характер, их определяет набор институтов – норм, правил поведения, вырабатываемых экономической деятельностью, направленной на получение прибыли. Что касается витальных ресурсов, то здесь решающее значение имеет процедура перевода факторов в статус витальных ресурсов; в свое время этот аспект основательно исследовал и доступно изложил К. Маркс; (см. К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч. изд.2-е. Т.26. Ч.III. С.186). В случае же с ментальными контурами, требуется не только выработать нормы поведения в соответствии с целевой функцией (миссией) бизнеса, но и определенным образом эти нормы структурировать в контуры. Формирование ментальных контуров осуществляется за счет (и путем) взаимосвязи внешней и внутренней сред бизнеса, тогда как применительно к уровням речь идет о специфическом механизме освоения и усвоения бизнесом факторов производства в процессе реализации целей.

этом уровне исключительно либо в силу дефицита, либо в силу профицита спроса, здесь действует принцип зависимости от первого уровня. Дефицит ресурсов первого уровня стимулирует совершенствование технологий, а значит и заполненность ресурсами данного (технологического) уровня, избыток же – по меньшей мере, не стимулирует поиск новых технологий и совершенствование уже существующих. Стало быть, цена базовых ресурсов определяет динамику технологических ресурсов.

Решение задач, возникающих на указанных выше уровнях, как и само полноценное функционирование данных уровней, возможно лишь при овладении бизнесом ресурсами двух других уровней и формировании полноценного воспроизводства витальных ресурсов на них. Прежде всего, это развитие институциональных ресурсов. Для полноценного функционирования всех предыдущих уровней требуется органическое сочетание государственного регулирования и рыночного саморегулирования или, по крайней мере, их не противопоставление. Бизнес должен участвовать в формировании государства, т.к. государство есть не что иное, как совокупность прав, которые субъекты общества добровольно делегируют более эффективному менеджеру за определенные обязательства со стороны последнего. Но отличие данного менеджера от так называемого корпоративного в том и состоит, что он работает во имя всех граждан общества, а не какой-то группы. Для этого существует особый принцип организации данного института, а следовательно, и менеджер здесь оказывается иным, чем в бизнесе. Участие бизнеса в формировании государства определяется не объемом капитала, а объемом прав. Последнее же тем отличается от первого, что одинаково у всех граждан. Поэтому государство предоставляет всякому гражданину равный объем прав. Функция государства (и государственного регулирования) не в том, чтобы отнимать у одних граждан часть их прав и передавать их другим, а в том, чтобы следить за тем, чтобы не нарушались отдельными гражданами или группами граждан общие «правила игры». Таким образом, государство не может изъять права у отдельных граждан и наделить ими других, торговать правами. Но государство не должно создавать какие-то новые права. Оно может лишь выполнять обязательства, принятые им в результате договора с гражданами, и действовать в рамках этих обязательств, определенных рамками договора. Но и рынок не создает прав. Он лишь осуществляет обмен индивидуальных прав между субъектами. Функция же государства состоит в том, чтобы следить за «правильностью рынка», т.е. за тем, чтобы в результате обмена не произошло нарушения принятых в обществе и закрепленных в общественном договоре условий обмена правами.

Если же говорить о бизнесе в контексте институционального уровня витальных ресурсов, то здесь он осуществляет не только производство ви-

тальных ресурсов данного уровня, но и обмен прав субъектов в соответствии с общественным договором. Поэтому при нарушении (или же при попытках нарушения) этого договора он должен апеллировать к государству, а оно, в свою очередь, располагая правами, делегированными ему бизнесом (и на средства бизнеса – налоги, сборы и проч.), обязано «восстанавливать справедливость», т.е. принятый в обществе обмен правами.

Правда, это только один аспект, связанный с соотношением государственного регулирования и рынка. К тому же, вовсе не главный, но, напротив, второстепенный. Куда более важное значение имеет здесь создание правил поведения бизнеса в обществе. Законы, регламенты, правила, обычаи поведения, создаваемые при участии бизнеса, регулируют деятельность бизнеса. С одной стороны, они расширяют возможности бизнеса и поэтому выступают дополнительным витальным ресурсом институционального характера. Но с другой, они также и лимитируют бизнес, ограничивая его поведение в некоторых областях. Работа бизнеса с витальными ресурсами данного уровня означает «жить в правовом поле». Но дело в том, что само «правовое поле» не статично; напротив, оно весьма динамично, и в этом не последнюю роль играют ресурсы двух предыдущих уровней (развитие технологии, появление новых видов материалов и т.д.) и особенно четвертого (информационного), о котором скажем ниже. Бизнес не только делегирует свои права в правовое поле, но и заимствует их из него. Работа бизнеса с витальными ресурсами этого уровня, т.е. делегирование части своих прав, состоящее в создании новых правил, законов поведения, а также способность вести обмен ресурсами на этом уровне, является важнейшей задачей, определяющей существование бизнеса. Оформление данного уровня в ментальных контурах для индивидуального бизнеса считается высшим достижением. Бизнесмен не только живет по законам, которые ему навязаны, быть может, порой вопреки его желанию, но еще и сам творит эти законы и обычаи. Поэтому бизнес достигает полноценного существования в обществе, когда создает (участвует в создании) законы и правила, по которым ему следует жить. Причем делает он это не из-за денег и не при помощи денег (подкупа и т.п.), а для функционирования целостной системы бизнеса в обществе, т.е., в конечном счете, для общественного блага, и за это получает тот самый предпринимательский доход, о котором писал Й. Шумпетер.¹

Однако каковыми бы не были результаты, которые бизнес получает в результате использования ресурсов перечисленных уровней, истинные

¹ Мы имеем в виду его предпринимательскую прибыль; Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). М., Прогресс, 1982.

мотивы и цели создания этих уровней – эволюция ментальных контуров, т.е. переход из выживательного в адаптационный, а из него в созидательный ментальный контур. Дело в том, что лишь обретя (выстроив) полноценные уровни витальных ресурсов на различных контурах, бизнес может развиваться, т.е. эволюционировать по контурам или в контурах.¹

Однако образование ментальных контуров и оформление в них перечисленных уровней витальных ресурсов – это лишь подступы к формированию (с участием, разумеется, не только бизнеса) и овладению витальными ресурсами четвертого уровня, только тогда появляется новая экономика, имеющая своей целью нечто иное, чем то, на что направлено использование витальных ресурсов предыдущих уровней. Когда информация становится реальным витальным ресурсом, а вслед за этим бизнес приступает к формированию на ее основе (и для нее) в своих ментальных контурах самостоятельного уровня витальных ресурсов, выскажем гипотезу, что тогда у бизнеса появляется новая функция, которая состоит не в получении прибыли (о чем писал Ф. Энгельс²), а в формировании особых общественных отношений. Основная метаморфоза связана с тем, что теперь сам бизнес становится информацией, а информация бизнесом. Представляется, что в этой формуле и заложена вся метафизика бизнеса.

Данное превращение преобразует традиционные отношения в бизнесе и между бизнесом, обществом и его институтами (государством и т.д.). Де-

¹ Можно предположить, что эволюция ментальных контуров, состоящая в том, что проявление комплекса тех или иных императивов поведения, определяется полноценностью уровней витальных ресурсов. Конечно, как мы уже заметили, у бизнеса в любое время имеется весь набор витальных ресурсов, т.е. такого нет, чтобы не было какого-то уровня. Он есть всегда. Другое дело его полнота или полноценность; грубо говоря, объем, толщина этих уровней, оказывается разной. Так вот, эта неравномерность заполненности, наличие своеобразных «пустот» на отдельных уровнях витальных ресурсов вызывает тот или иной тип поведения бизнеса, выражаемый в комплексе тех или иных императивов поведения.

Кроме того, состояние уровней, на которых размещаются витальные ресурсы, формирует также и специфический механизм блокирования ментальных контуров. Если у бизнеса нет полноценного третьего уровня, т.е. он не производит и не потребляет институциональные ресурсы, а лишь забавляется первыми двумя, то оказывается в выживательном ментальном контуре. Но как только он переходит к застройке третьего уровня витальных ресурсов, то вся его деятельность переводится в адаптационный ментальный контур, т.е. в нем начинают работать – формировать архитектуру его поведения – императивы адаптационного характера. Конечно, и тогда в нем остаются (и даже не только в виде своеобразных рецидивов) императивы выживательного характера, но они в целом носят второстепенный, вспомогательный, временный характер и не определяют физиономию бизнеса.

² Мы имеем в виду высказывание Ф. Энгельса о преступлении, на которое пойдет капитал, если ему предоставить 200% прибыли.

ло в том, что если ранее на всех трех уровнях (а по сути, второй и третий создаются бизнесом для первого) задачей бизнеса является не производство той или иной продукции, а обмен произведенной продукции на деньги, т.е. получение универсального товара – денег, с помощью которого можно вести обмен прав, заложенных в деньгах, на права, заложенные в других товарах. Однако, во-первых, для приобретения прав требовались большие объемы этого эквивалента, а во-вторых, при наращивании объема эквивалента создавались новые проблемы (социальные, технологические, экологические и проч.), часть из которых становилась трудноразрешимыми. Бизнес, развиваясь таким образом, создавал для себя все новые проблемы, и чем активнее он развивается, тем большими становились проблемы при реализации его прав. Только выход к новому уровню витальных ресурсов, каким выступает информация, и формирование полноценного их воспроизводства на данном уровне делает бизнес эффективным.

Параллельно с развитием производства и потребления новых витальных ресурсов происходит оформление ментальных контуров. Смена матрицы витальных ресурсов сопровождается выдвиганием на первый план нового ментального контура.¹ Причем освоение и усвоение бизнесом информационных ресурсов ведет к проявлению в нем созидательного ментального контура.

В связи с последним интерес представляет проблема взаимосвязей между контурами. Контур, как уже замечено, представляет собой устойчивый самовоспроизводящийся тип поведения предпринимателей, людей с определенным типом психологии – предпринимательским. Таких людей в обществе бывает всегда ограниченное количество. Оно определяется численностью людей с предпринимательской психологией. Определенную роль в ее формировании играют прирожденные способности. Но далеко не всегда место людей в обществе определяется их прирожденными способностями, склонностями. Очевидно, что распределение предпринимателей по стратам – ментальным контурам, определяется витальными ресурсами, которыми располагает бизнес-сообщество. И здесь решающее значение имеет цена витальных ресурсов, т.е. процент прибыли, дохода, который в данных условиях будет иметь предприниматель-бизнесмен, если свяжет свою судьбу с тем или иным витальным ресурсом. Высокий процент стимулирует приток предпринимателей к этому витальному ресурсу, а это при ограниченности объема витальных ресурсов стимулирует

¹ Но с другой стороны то же самое можно сказать и по отношению к ментальному контуру, т.е. что смена матрицы ментального контура ведет к смене «потребления» витальных ресурсов. Причем последнее утверждение оказывается даже более верным, чем предыдущее.

конкуренцию. Рост конкуренции и динамика процента начинают управлять динамикой численности предпринимателей, притягивая одних и отталкивая других. Так формируются ментальные контуры. Стало быть, ставка процента, уровень прибыли с витального ресурса, по сути, становятся критерием функционирования ментальных контуров. Они могут блокировать приток новых предпринимателей-бизнесменов и образование ментальных контуров, они же могут стимулировать их приток как в бизнес-среде в целом, так и в различные страты.

Обобщение отдельных наблюдений позволяет предположить наличие в вышеописанных процессах цикличности. Застройка уровней новыми видами витальных ресурсов, а также проявление у бизнеса того или иного ментального контура носят циклический характер. Но циклы (и их природа) уровней витальных ресурсов и циклы ментальных контуров разные. Для уровней витальных ресурсов – это циклы спроса и предложения на витальные ресурсы в обществе и бизнесе. Последние связаны в первую очередь с циклическим характером производства и потребления витальных ресурсов, который на третьем и четвертом уровнях переносится также и на ментальные контуры. Конечно, циклы в уровнях и в контурах различны, не тождественны по своей природе. Что же до ментальных контуров, то их определяют циклы, регулирующие численность бизнесменов с теми или иными чертами поведения. В связи со сказанным, рискнем предположить, т.к. эмпирических подтверждений у нас нет, что циклы ментальных контуров – феноменологические, тогда как циклы уровней – эмпирические.

Исходя из этого следует, во-первых, что циклы уровней витальных ресурсов имеют аperiodический характер, но на высшем уровне – информационных витальных ресурсов – действуют абсолютно гармонические циклы. Во-вторых, то же самое, очевидно, происходит и на ментальных контурах, т.е. например, на выживательном контуре бизнес живет по принципам конкуренции, а всякая конкуренция – борьба за ресурсы, которых мало, и поэтому лимитированность ресурсной базы накладывает определенные правила и на поведение бизнесменов. Борьба за существование имеет свой определенный закон – закон экспоненциального роста/снижения в связи с динамикой ресурсной базы. Во-вторых, лимит базисных ресурсов и высокая конкуренция лимитирует приток новых сил в бизнес, что ограничивает рост численности бизнесменов за счет новых индивидов, а следовательно, накладывает отпечаток и на поведение бизнес-сообществ.

Таков алгоритм поведения бизнеса на виживательном и, очевидно, отчасти адаптационном ментальных контурах. Напротив, на созидательном контуре начинают действовать гармонические циклы. В процессе функционирования бизнеса возрастает роль законов кооперации. Кооперация все более определяет поведение бизнеса¹. Пока было бы преждевременным утверждать, что сотрудничество, взаимоподдержка утвердятся в качестве ведущего элемента предпринимательской деятельности. Однако очевидно, что объединение капиталов, производственное кооперирование, согласование стратегии на рынках становятся важными предпосылками расширенного воспроизводства капитала, его адаптации к новым потребностям общества. И если до сих пор эти предпосылки складывались в значительной мере в ходе конкурентной борьбы, то в дальнейшем, можно предполагать, этот метод будет становиться более затратным и менее эффективным, чем согласование интересов и усилий субъектов предпринимательства.

¹ Эту идею активно развивал П.Кропоткин. (Кропоткин П. Взаимопомощь как фактор эволюции. //В кн. Анархия: Сборник. – М.: Айрис-пресс, 2002. С. 46 – 114). В несколько ином ракурсе, но также капитально данная проблема разбиралась М. Туган-Барановским при рассмотрении социальных основ кооперации.