

ЭКОНОМИКА И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

УДК 338.2, 338.51, 304.44

© 2015 г.



Г.Б. Клейнер

**ДЕКОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ
КАК КУЛЬТУРНЫЙ ПРОЕКТ (НА ПУТИ
К СОЗДАНИЮ КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЙ
ТЕОРИИ ЭКОНОМИКИ)¹**

Клейнер Георгий Борисович – член-корреспондент РАН, доктор экономических наук, профессор, заместитель директора ЦЭМИ РАН, г. Москва, e-mail: george.kleiner@inbox.ru

Аннотация. В данной работе исследуются процесс коммерциализации российской экономики в последние десятилетия и его теоретическое обоснование, показываются негативные последствия гиперкоммерциализации и предлагается проект декоммерциализации (точнее, возвращения экономики к нормальному уровню коммерциализации) на базе расширения культурного измерения результатов и факторов экономической деятельности на всех уровнях управления. Реализация такого проекта способствовала бы не только оздоровлению и повышению эффективности экономики в стратегической перспективе, но и решению проблем выхода экономики и общества России из кризиса.

Ключевые слова: экономическая теория, культурология, декоммерциализация экономики, системная экономика, экономические системы, устойчивое развитие экономики, ценность экономических благ, немонетарные оценки в экономике.

Гиперкоммерциализация

Согласно идеологии примата коммерческого измерения экономических явлений, успешность рыночной деятельности агента, оцениваемая через соотношение доходов и расходов в денежном выражении,

¹ Работа выполнена за счет гранта Российского научного фонда, проект № 14-18-02294.

является единственным мерилom эффективности, а стало быть, и единственной целью деятельности как предприятия – экономического агента, так и индивидуума – социального агента. Во главу угла при этом ставится индивидуальный успех данного лица, обычно без учета интересов других агентов.

К настоящему времени такой подход не только закрепился в общественном сознании, но и отражен в Гражданском кодексе РФ. Согласно ГК РФ, максимизация прибыли является имманентной целью экономического агента. Такая же оценка эффективности применяется и в отношении мезоэкономических систем, таких как регион, отрасль, естественная монополия, и др.

Чрезмерное увлечение коммерческой стороной деятельности экономических агентов в начале 1990-х гг. явилось реакцией на ограничение, а зачастую и подавление коммерческих начал в экономике Советского Союза. Такого рода шараханье, по выражению А.С. Запесоцкого [3], – пример зигзагообразной траектории развития России в целом ряде аспектов. В последние годы уровень коммерциализации экономики многократно превысил не только оптимальный, но и предельно допустимый, что привело к многочисленным негативным последствиям. Так, в масштабах экономики страны был осуществлен переход от полипродуктовой (диверсифицированной) структуры производства к монопродуктовой. «Нефтяная игла», которая стала атрибутом современной российской экономики, возникла как следствие этого процесса. Беспрецедентный рост коррупции непосредственно связан с формированием в качестве критериев оценки чисто коммерческих показателей. Наконец, неравенство доходов граждан также обязано своим уровнем чрезмерной коммерциализации. Негативное влияние коммерциализации на инновационный процесс ярко показано в работе А.Е. Варшавского [2]. Олигархическая структура управления российской экономики также является следствием неограниченной коммерциализации. Серьезный вред нанесла гиперкоммерциализация таким сферам общественной жизни, как фундаментальная и прикладная наука, образование, культура.

В качестве негативных последствий суперкоммерциализации российской экономики можно отметить сокращение горизонта планирования и принятия решений, пространственно-временную экономическую «близорукость» агентов; ускорение инфляции; неустойчивость валютных курсов; «рейтингоманию»; демотивацию участников экономической деятельности; низкую эффективность и в конечном итоге неконкурентоспособность экономики в целом.

Гиперкоммерциализация приводит к деформации всей системы ценностей общества, подавляет солидарность, патриотизм, способность к коллективным взаимодействиям и т.п.

Между тем в развитых экономиках можно отметить ряд явлений, отражающих рост некоммерческих критериев и целей. К таким явлениям относятся краудсорсинг; участвовавшие случаи передачи крупных состояний на благотворительные цели вместо передачи по наследству (Б. Гейтс, У. Баффет, К. Слим, Дж. Сорос и др.); волонтерство; социальная ответственность бизнеса; реализация масштабных некоммерческих проектов типа строительства адронного коллайдера и т.д. Рост доли экономики, которая относится к экономике знаний, также говорит о расширении некоммерческой сферы экономики. Наметившийся в последний год рост влияния чисто политических действий в межгосударственных отношениях, включая санкции, эмбарго, визовые ограничения и т.п., как правило, не обусловлен коммерческими соображениями, хотя и имеет серьезные экономические и коммерческие последствия.

Повсеместное распространение стратегического планирования в развитых странах также можно отнести к некоммерческим явлениям, поскольку стратегия базируется на понятии миссии, носящем обычно некоммерческий характер, и формулируется главным образом с помощью качественных показателей.

Все это говорит об актуальности задачи ограничения коммерческих целей в российской экономике и обществе – задачи, которая в заголовке статьи обозначена как декоммерциализация.

Монетаризм как теоретическая база коммерциализации

Со стороны ортодоксальной экономической теории эта концепция поддерживается таким распространенным направлением, как монетаризм. Согласно последним, расширенным версиям монетарной теории, денежные средства, полученные в результате деятельности любой экономической системы, являются главным результатом ее деятельности, а денежные средства, вложенные в систему, – основным фактором ее деятельности. Таким образом, монетарный подход к экономике как бы замыкает деятельность экономических систем в своеобразные «монетарные клещи», исключая из рассмотрения многообразие исходных и финальных аспектов деятельности экономических систем. Отметим, что по сути дела монетаризм следует рассматривать как вариант редуccionизма, сведения многомерных и многофакторных процессов к одномерным и однофакторным.

В определенном смысле монетарное измерение является наиболее удобным, поскольку деньги аддитивны относительно единовремен-

менного присоединения одной суммы к другой и могут рассматриваться как линейная функция от соединяемых сумм в случае одновременного присоединения (в этом случае используется, как известно, операция дисконтирования или компаундирования). Однако удобство монетарных измерений не должно заменять их адекватность. Чрезмерная концентрация на денежных результатах экономической деятельности уводит в сторону от реальности.

Можно ли предложить альтернативную монетаризму картину мира, способную стать основанием для новой плюралистической социально-экономической теории? По нашему мнению, теоретической базой для разработки стратегии декоммерциализации российской экономики и общества может стать культурология.

Культурология как теоретическая основа декоммерциализации экономики

В культурологии находит отражение многообразие факторов, результатов и технологий социально-экономического взаимодействия и общественной жизни в целом. Культурные универсалии позволяют внести упорядоченность в это многообразие, выделить базовые элементы, проследить историческую динамику развития культуры. Теория культурных архетипов дает надежду на выявление инвариантов психики человека как создателя и потребителя культурных ценностей [4]. В этой связи нельзя не вспомнить такие классические произведения, как «Мертвые души» Н.В. Гоголя и «Золотой теленок» И. Ильфа и Е. Петрова. Архетипы экономического поведения помещиков Коробочки, Манилова, Собакевича, Ноздрева, Плюшкина и др. демонстрируют практически полный спектр типов транзакционного поведения участников рынка; приключения Остапа Бендера наглядно показывают последствия столкновения коммерческих и культурных установок персонажей.

Концепция культурного генотипа в контексте эволюционной теории фирмы позволит выявить возможности создания культурных ценностей в данной организации и послужить основой предварительных оценок ценности продукции данной организации. Наконец, теория культурных ценностей может быть основой для создания аппарата неденежного многомерного шкалирования оценок экономических благ.

Структурируя и развивая концепцию культуры как носителя надбиологических поведенческих программ (В.С. Степин), мы приходим к аналогии между культурой общества и операционной системой компьютера. Такое представление позволяет отличать базовые компоненты социально-экономического уклада общества от вариантных. Реальный уровень коммерциализации общества, по-видимому, относится к

числу изменяемых, однако оптимальный для данного общества уровень принадлежит к базовым инвариантам.

Культура *per se* относится к числу средовых систем [5], основной функцией которых является сохранение стабильности во временном измерении и однородности в пространственном. Именно на этом основана плюралистичность культурологической концепции экономики, поскольку средовая система, вбирая в себя различные артефакты, именно за счет их разнообразия реализует свои общесистемные функции. В культурологической экономике, в отличие от неоклассической, основными драйверами развития считаются не конкурентные, а кооперационные отношения между агентами. Страновой культурный код обеспечивает преемственность культурной среды как целого и преемственность поведения агентов как части этого целого. Культурализм как концепция определяющего влияния культуры на поведение агентов может стать ядром новой экономической теории, основанной на плюралистических нестоимостных оценках экономических благ в контексте культурной среды общества.

Культурологическая экономика потенциально содержит в себе, как представляется, значительные возможности как дескриптивного, так и нормативного характера. В первом случае речь идет об объяснении экономического поведения агентов через культурные факторы и культурологические оценки результатов, во втором – о стратегии и модели преобразования существующей в России гиперкоммерциализированной экономики в сбалансированную и устойчиво развивающуюся экономику, согласованную с культурным кодом страны.

Декоммерциализация как проект

Коммерциализация российского общества, осуществлявшаяся в 1990-х гг., не была спонтанной, а стала результатом определенного социального проекта, задуманного и осуществленного реформаторами. Подобным образом декоммерциализация так же должна стать предметом институционально-функционального проектирования.

В перечне предлагаемых ниже мероприятий проекта декоммерциализации большинство мероприятий декоммерциализации российской экономики не требует значимых затрат финансовых средств. Необходима лишь скоординированная программа действий. Ключевыми могут быть признаны следующие мероприятия:

1. Развитие культурологической экономической теории, разработка рекомендаций по определению оптимального уровня коммерциализации экономики и экономической политики декоммерциализации.

2. Создание системы культурологических сопоставлений, измерений и оценок экономических благ. Разработка шкал культурных ценностей, позволяющих формировать культурологические немонетарные оценки результатов производственной деятельности на всех уровнях управленческой иерархии. Разработка и реализация концепции системы формирования культурных ценностей экономических благ (системы ценообразования), дополняющей традиционную систему стоимостной оценки экономических благ (систему ценообразования).

3. Развитие теории культурологической эффективности проектов, инновационных процессов, инфраструктурных сред, организационных систем.

4. Развитие теории фирмы (предприятия) как «культурного процессора», трансформирующего исходные культурные ценности, представленные в виде средств производства и трудовых ресурсов, в иные культурные ценности, представленные в виде товаров, работ, услуг.

5. Институциональное отделение бизнеса как сферы аккумуляции и инвестирования средств от экономики (в узком смысле) как сферы производства и потребления благ. Создание отдельных систем горизонтального и вертикального представительства для бизнеса (в собственном смысле слова) и экономики (в собственном смысле слова). «Смертельные объятия», в которых бизнес сжимает экономику, должны быть разомкнуты.

6. Изменение пропорций между материальными и моральными стимулами на всех уровнях управления. Восстановление роли моральных стимулов и общественных оценок результатов труда.

7. Демонетизация (натурализация) льгот. Речь идет об операции обратной монетизации льгот.

8. Всемерное развитие экономики знаний как ключевого немонетарного элемента культуры. Усиление внимания к когнитивным факторам и результатам экономических процессов.

9. Укрепление института репутации и престижа как факторов кумулятивной оценки результативности трудовой деятельности индивида, хозяйственной деятельности организации.

10. Активизация работы СМИ в части переноса внимания аудитории с монетарных на культурологические оценки результатов экономической деятельности.

11. Включение в учебные планы бакалавриата и магистратуры по экономическим специальностям новой дисциплины «Культурологическая экономика».

Предлагаемый проект не должен стать дорожной картой перехода от состояния сверхкоммерциализации к состоянию недокоммерциализации. Не следует рассматривать его как путь к бартеризации экономики. И стадия бартера, и стадия панмонетизации одинаково неприемлемы. Задача состоит в поиске оптимального соотношения между коммерческим и некоммерческим в экономике и поддержании хрупкого баланса между ними. Это тем более трудно, что коммерческая и некоммерческая составляющие не концентрируются в каком-либо подразделении народного хозяйства, но пронизывают всю толщу экономики. Учитывая «традицию шараханья», сопровождающую развитие государства Российского на протяжении столетий, придется предусмотреть тонкие механизмы мониторинга и регулирования баланса между процессами коммерциализации и декоммерциализации российской экономики.

Литература

1. *Балацкий Е.В.* Экономическая наука на современном этапе: кризис или прорыв? [Электронный ресурс]. URL: <http://econ2.ru/stati/yekonomicheskaja-teorija/yekonomicheskaja-nauka-na-sovremenom-yetape-krizis-ili-proryv.html> (дата обращения: 12.04.2015).
2. *Варшавский А.Е.* Проблемные инновации. Риски для человечества: экономические, социальные и этические аспекты. М., 2014. 328 с.
3. *Запесоцкий А.С.* Культура и ее функции в социальной жизни (Основные идеи современной культурологии): доклад на общем собрании Отделения общественных наук РАН 23 марта 2015 г.
4. *Запесоцкий А.С.* Теория культуры академика В.С. Степина. СПб., 2010. 112 с.
5. *Клейнер Г.* Системная экономика как платформа развития современной экономической теории // Вопросы экономики. 2013. № 6. С. 4–28.
6. *Полтерович В.М.* Кризис экономической теории // Экономическая наука современной России. 1998. № 1.
7. *Krugman P.* How Did Economists Get It So Wrong? // The New York Times. 2009. September, 2.

References

1. *Balatskii E.V.* Ekonomicheskaja nauka na sovremennom etape: krizis ili proryv? [Elektronnyi resurs]. URL: <http://econ2.ru/stati/yekonomicheskaja-teorija/yekonomicheskaja-nauka-na-sovremenom-yetape-krizis-ili-proryv.html> (data obrashcheniia: 12.04.2015).
2. *Varshavskii A.E.* Problemnye innovatsii. Riski dlia chelovechestva: ekonomicheskie, sotsial'nye i eticheskie aspekty. M., 2014. 328 s.
3. *Zapesotskii A.S.* Kul'tura i ee funktsii v sotsial'noi zhizni (Osnovnye idei sovremennoi kul'turologii): doklad na Obshchem sobranii Otdeleniia obshchestvennykh nauk RAN 23 marta 2015 g.
4. *Zapesotskii A.S.* Teoriia kul'tury akademika V.S. Stepina. SPb., 2010. 112 s.
5. *Kleiner G.* Sistemnaia ekonomika kak platforma razvitiia sovremennoi ekonomicheskoi teorii // Voprosy ekonomiki. 2013. № 6. S. 4–28.
6. *Polterovich V.M.* Krizis ekonomicheskoi teorii // Ekonomicheskaja nauka sovremennoi Rossii. 1998. № 1.
7. *Krugman P.* How Did Economists Get It So Wrong? // The New York Times. 2009. September, 2.