

Г. Б. Клейнер⁶**ПАРАДИГМА ДЕКОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ:
ГЛОБАЛЬНЫЕ ИМПЕРАТИВЫ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ИНТЕРЕСЫ****Декоммерциализация мировой экономики
как процесс**

В последние годы в мировой экономике все более заметна тенденция расслоения экономического про-

⁶ Заместитель директора Центрального экономико-математического института РАН, член-корреспондент РАН, доктор экономических наук. Заведующий кафедрой экономики Государственного академического университета гуманитарных наук, заведующий кафедрой институциональной экономики Государственного университета управления, заведующий кафедрой системного анализа и моделирования экономических процессов Финансового университета при Правительстве РФ, профессор экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, Московской школы экономики МГУ. Главный редактор журнала «Экономическая наука современной России», заместитель главного редактора «Российского журнала менеджмента». Автор более 650 научных публикаций, в т. ч.: «Инновационные программы подготовки современных менеджеров», «Россия на пути к современной, динамичной и эффективной экономике», «Какая экономика нужна России: анализ на основе системного моделирования», «Системная экономика как платформа развития современной экономической теории», «Какая мезоэкономика нужна России? Региональный разрез в свете системной экономической теории», «Системные принципы современного управления», «Институциональное управление, ин-

странства как сферы реализации переплетающихся на разных уровнях процессов производства, распределения, обмена и потребления на две части: на собственно экономику и создание новой стоимости и бизнес как процесс извлечения прибыли. Граница между ними вряд ли может быть однозначно демаркирована, однако она отчетливо ощущается самими участниками этих процессов. Подобно тому, как в начале прошлого века в западных странах произошло отделение собственности от экономики, в начале нынешнего века намечается отделение бизнеса от остальной части экономики (в узком смысле слова), коммерческой деятельности — от некоммерческой. При этом сфера некоммерческой деятельности завоевывает все большую часть пространства, оттесняя бизнес на периферию «нравственной топологии» общеэкономической сферы. Идет спонтанный процесс *декоммерциализации экономики*.

Можно отметить ряд явлений, отражающих рост отказов от коммерческих критериев принятия решений в пользу некоммерческих. К таким явлениям относятся: участвовавшие случаи направления крупных состояний на благотворительные цели вместо пере-

ституты управления, управление институтами. Институциональная экономика: развитие, преподавание, применение», «Системная экономика и системно-ориентированное моделирование» и др. Награжден медалями ордена «За заслуги перед Отечеством» I и II степени. Лауреат премии РАН им. В. С. Немчинова.

дачи по наследству (Б. Гейтс, У. Баффет, К. Слим, Дж. Сорос и др.); волонтерство; краудсорсинг; ориентация на усиление социальной ответственности компаний; реализация масштабных некоммерческих проектов типа строительства адронного коллайдера и т. д. По сути, некоммерческий характер имеют деятельность в сферах фундаментальной науки, искусства, спорта, коллекционирования, участие в мероприятиях общественно-политического плана. К этому направлению относятся и экологическая деятельность, защита флоры и фауны, борьба за политкорректность и целый ряд других видов деятельности, не направленных на извлечение выгоды для ее участников. По некоторым оценкам, некоммерческая деятельность в развитых странах занимает около половины активного времени индивидов.

Рост доли экономики знаний в общем объеме труда также говорит о расширении некоммерческого сегмента экономики. Намечившийся в последний год рост влияния чисто политических действий в межгосударственных отношениях, включая различного рода санкции, антисанкции, эмбарго, визовые ограничения, как правило, не обусловлен коммерческими интересами, хотя и имеет серьезные коммерческие и некоммерческие последствия. Расширяется и углубляется некоммерческая сторона деятельности множества международных организаций политического, культурно-просветительского и здравоохранительного направления, включая ООН, ЮНЕСКО, ЮНИСЕФ и т. д.

Широкое распространение в западных компаниях практики стратегического планирования также можно отнести к некоммерческим явлениям, поскольку основной стратегией компании служит ее миссия, понимаемая как предназначение, которая не может быть сформулирована в коммерческих терминах.

Неудивительно, что в качестве одной из актуальных задач, стоящих перед менеджментом в XXI веке, гурӯ современного управления П. Друкер назвал менеджмент некоммерческих организаций и проектов¹.

Таким образом, декоммерциализация как постепенный процесс расширения активности, изначально не направленной на выгоду участников, а также освобождения многих видов хозяйственной деятельности от коммерческой ориентации, представляет собой значимое явление глобальной мировой экономики и в определенный период может рассматриваться как своего рода императив². С национальной точки зрения эта тенденция представляет собой вызов, требующий ответа со стороны российской экономики.

В теоретическом плане формируется совокупность концепций, обосновывающих отказ от расширения и углубления рыночных принципов хозяйствования (коммерциализация) в пользу более полного учета принципов справедливости, нравственного долга перед обществом и каждым его членом³ (декоммерциализа-

ция). Квинтэссенция этих концепций может быть названа *парадигмой декоммерциализации*.

По нашему мнению, это движение должно быть своевременно подхвачено и развито не только в мировой, но и в отечественной экономике.

В данной публикации, подготовленной за счет гранта Российского научного фонда (проект № 14-18-02294), процесс гиперкоммерциализации российской экономики в последние десятилетия исследуется в сопоставлении со снижением доли коммерческих ориентиров в развитых экономиках мира и предлагается проект декоммерциализации национальной экономики. В качестве теоретической базы декоммерциализации, противостоящей теории монетаризма, предлагается разработка культурологической экономической теории, основанной на «культурном измерении» результатов и факторов экономической деятельности на всех уровнях управления.

Гиперкоммерциализация российской экономики

В настоящее время в России в общественном сознании доминирует подход, согласно которому успешность экономической деятельности агента оценивается через соотношение доходов и расходов в денежном выражении. Соответственно преобладающей целью деятельности как предприятия — экономического агента, так и индивидуума — социального агента является получение максимально возможной прибыли. Такой подход не только закрепился в общественном сознании, но и отражен в Гражданском кодексе РФ. Согласно ГК 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.

Гиперболизацию коммерческой стороны деятельности экономических агентов в начале 1990-х годов можно рассматривать как реакцию на ограничение, а зачастую и на подавление коммерческих начал в экономике Советского Союза. Такого рода «шараханье», по выражению А. С. Запесоцкого⁴, — один из ярких примеров зигзагообразной траектории развития России по целому ряду аспектов. В последние годы коммерциализация экономики многократно превысила не только оптимальный уровень, 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, основанной на экспорте углеводородов. Беспрецедентный рост коррупции непосредственно связан с воцарением коммерческого результата как основного показателя оценки деятельности. Наконец, существенное неравенство доходов граждан также связано с чрезмерной коммерциализацией экономики. Негативное влияние гиперкоммерциализации на инновационный процесс показано в работе

¹ Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. М., 2000.

² См.: Богомолов О. Т. Экономика и культура // Культура и глобальные вызовы мирового развития : V Междунар. Лихачевские науч. чтения, 19–20 мая 2005 г. СПб. : СПбГУП, 2005. С. 9–12.

³ Клейнер Г. Б. Экономика. Культура. Справедливость // Диалог культур в условиях глобализации : XII Междунар. Лихачевские науч. чтения, 17–18 мая 2012 г. СПб. : СПбГУП, 2012. Т. 1 : Доклады.

⁴ Запесоцкий А. С. Культура и ее функции в социальной жизни (Основные идеи современной культурологии) : докл. на общем собрании Отделения общественных наук РАН, 23 марта 2015 г.

А. Е. Варшавского¹. Олигархическая структура управления российской экономикой также является следствием неограниченной коммерциализации. Серьезный ущерб 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 отечественной валюты; «рейтингоманню»; демотивацию участников экономической деятельности; низкую эффективность и, в конечном счете, неконкурентоспособность экономики в целом.

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

Можно констатировать, что в рассматриваемом аспекте российская экономика движется в противофазе по отношению к западному миру. В интересах России приостановить процесс расширения коммерциализации и начать процесс декоммерциализации отечественной экономики. Речь идет не о лишении экономики коммерческой составляющей, а об определении рационального соотношения между коммерческой и некоммерческой составляющими в целом и поиске оптимального размещения этих компонент в структуре деятельности каждого субъекта на всех уровнях общества.

Начинать этот процесс следует с исследования теоретического аспекта проблемы.

Монетаризм как теоретическая база коммерциализации

Со стороны ортодоксальной экономической теории «коммерциализация без границ» поддерживается таким распространенным направлением, как монетаризм. Согласно последним, наиболее целостным версиям монетарной теории денежные средства, полученные в результате деятельности любой экономической системы, являются главным результатом, 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 рассмотрение многообразия исходных и финальных аспектов деятельности экономических систем. Отметим, что монетаризм следует рассматривать как вариант редукционизма, сведения многомерных и многофакторных процессов к одномерным и однофакторным.

В определенном смысле монетарное измерение является наиболее удобным, поскольку денежная оценка аддитивна относительно одновременного присоединения одной суммы к другой: общая оценка равна сумме слагаемых. В случае одновременного присоединения используется, как известно, операция дисконтиро-

вания или компаундирования, обычно также позволяющая представить результат в виде линейной функции от составляющих. Однако удобство монетарных измерений не должно заменять их адекватности. При монетарном подходе из вида упускаются многие содержательные аспекты инвестирования. Чрезмерная концентрация на денежных результатах экономической деятельности часто 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.

Культурологическая экономика как теоретическая основа парадигмы декоммерциализации экономики

В культурологии находит отражение многообразие факторов, результатов и технологий экономической деятельности и социального взаимодействия. 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 ценностей². (В связи с этим нельзя не вспомнить такие классические произведения, как «Мертвые души» Н. Гоголя и «Золотой теленок» И. Ильфа и Е. Петрова. Архетипы экономического поведения помещиков — Коробочки, Манилова, Собакевича, Ноздрева, Плюшкина и других — 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 продукции данной организации.

Наконец теория культурных ценностей может послужить основой для создания аппарата неденежного многомерного шкалирования оценок экономических благ.

Структурируя и развивая концепцию культуры как носителя надбиологических поведенческих программ (В. С. Степин³), 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 систем⁴, основной функцией которых является сохра-

² Занесоцкий А. С. Теория культуры академика В. С. Степина. СПб. : СПбГУП, 2010.

³ Степин В. С. Цивилизация и культура. СПб. : СПбГУП, 2011.

⁴ Клейнер Г. Системная экономика как платформа развития современной экономической теории // Вопросы экономики. 2013. № 6. С. 4–28.

¹ Варшавский А. Е. Проблемные инновации. Риски для человечества: экономические, социальные и этические аспекты. М., 2014.

нение стабильности во временном измерении и однородности в пространственном. Именно на этом основана плюралистичность культурологической концепции экономики, поскольку средовая система, вбирая 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 поведения агентов 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 содержит, 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. Таким образом, культурологическая экономика при надлежащем развитии может стать альтернативой монетаризму и одновременно ядром парадигмы декоммерциализации экономики.

Декоммерциализация национальной экономики как проект

Коммерциализация российского общества, осуществлявшаяся в 1990-х годах, не была спонтанной, а стала результатом определенного социального проекта, задуманного и осуществленного реформаторами. Подобным образом декоммерциализация также должна стать предметом институционально-функционального проектирования. Реализация такого проекта отвечала бы национальным интересам России.

В перечне предлагаемых ниже мероприятий по декоммерциализации российской экономики как национального проекта большинство из них не требует значительных финансовых затрат. Необходима лишь скоординированная программа действий, реализуемая в условиях общественного согласия. Ключевыми могут быть признаны следующие мероприятия:

1) развитие культурологической экономической теории, разработка рекомендаций по определению оптимального уровня коммерциализации экономики и экономической политики декоммерциализации на разных уровнях управления;

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 культур-

ных ценностей экономических благ (системы *ценобразования*), 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 обаятия», 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 и как путь к бартеризации экономики. История бартерной экономики завершилась в России к концу 1990-х не автоматически, а в результате реализации конкретного проекта дебартеризации¹. В этом большую роль сыграла идеология «победившего монетаризма». Хочется надеяться, что развитие парадигмы, синтезирующей достижения современной культурологии и системной экономической теории, станет основой для проекта декоммерциализации экономики и общества России. 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.

¹ См., например: *Розмаинский И. В.* О дебартеризации и других аспектах динамики платежной системы в «путинской России» // Журнал институциональных исследований. 2010. Т. 2, № 3. С. 75–85.