

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

УДК 316.4:334

В. П. ЗВОНАРЬ,

кандидат экономических наук,

старший научный сотрудник отдела проблем формирования социального капитала

*Институт демографии и социальных исследований имени М.В. Птухи НАН Украины
(Киев)*

ЛОГИКА ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КАК СОЦИОЭКОНОМИЧЕСКОГО ФЕНОМЕНА

Предложена методологическая схема комплексного теоретического исследования социальной ответственности как феномена социальной экономики. Исследовано экономическое содержание и обоснована внутренняя структура социально ответственного поведения экономических субъектов в разрезе транзакционной архитектуры экономических отношений. Конкретизированы особенности взаимосвязи социальной ответственности, оппортунизма и "доброй воли".

Ключевые слова: социальная ответственность, экономическое содержание, транзакция, реципрокность.

V. P. ZVONAR',

Cand. of Econ. Sci.,

Senior Sci. Researcher, Department of Problems of Formation of a Social Capital

*M.V. Ptukha Institute of Demography and Social Studies of the NAS of Ukraine
(Kiev)*

LOGIC OF STUDIES OF THE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A SOCIO-ECONOMIC PHENOMENON

A methodological scheme of complex theoretical studies of the social responsibility as a phenomenon of the social economy is proposed. The economic content is studied, and the internal structure of the socially responsible behavior of economic entities in the cut of the transaction architectonics of economic relations is substantiated. Peculiarities of the interconnections between the social responsibility, opportunism, and "goodwill" are specified.

Keywords: social responsibility, economic content, transaction, reciprocity.

Новейший масштабный социально-экономический кризис в Украине, порожденный беспрецедентной по причинам и следствиям фазой общественно-политической нестабильности, угрожает сегодня эскалацией социальной поляризации и напряженности, нормативно-ценностным вакуумом в социально-экономических отношениях (даже их криминализацией). Кризис такого характера — время безальтернативной активизации научного поиска способов обоснования и формирования в экономике поведенческого и мировоззренческого стереотипа социальной ответственности (СО). Такой поиск продолжает традицию экономизации социофилософского по природе феномена СО, выводя его за привычные методологические рамки этико-философ-

Звонарь Виктор Павлович (Zvonar' Viktor Pavlovich) — e-mail: ilovetea@mail.ru.

ской дискуссии. Однако он не может ограничиваться управленческими и микроэкономическими аспектами бизнес-этики, как это чаще всего наблюдается в специальном дискурсе. Он должен охватывать общий теоретико-экономический контекст, предлагая универсальное объяснение экономического содержания и логики трансформации экономического взаимодействия на началах СО.

Проблема незавершенности теоретико-экономического обоснования и понимания СО особенно актуализируется в ходе анализа релевантных научных публикаций. Эта проблема обозначена не только доминированием в теоретическом анализе корпоративной СО. Немногочисленные, но конструктивные и содержательные идеи в отношении экономического осмысления СО вне узкого контекста бизнес-этики содержатся в работах, посвященных коммунитарной (многосубъектной) СО. Однако, признавая необходимость широкого взгляда на СО, эти исследования нередко позиционируют ее в свете отдельных управленческих и социально-трудовых проблем, а тем самым все же возвращают СО в корпоративный контекст. Недостаточно разработанными остаются также собственно теоретико-экономические начала коммунитарной СО. Попытки заполнить этот пробел отсылают нас и других исследователей к классическим и современным публикациям по институциональной экономике. Сочетание их исследовательского материала с базовыми для темы СО достижениями ученых-социофилософов намекает на возможности анализа СО в экономике как антипода оппортунизму. Но, несмотря на свою очевидность, взаимосвязь СО и оппортунизма не получила последовательного обоснования и нередко используется интуитивно. К тому же теоретический анализ СО исключительно сквозь призму оппортунизма ограничивает спектр способов регулятивного воздействия на поведение экономических субъектов, преувеличивая значение ограничений, по своей сути близких к принуждению. Этот спектр воспроизводит весомость негативной СО в экономике, оставляя ее позитивную компоненту без должного внимания. Он не всегда согласовывается с институциональной структурой рынка, ключевым элементом которой является свобода: как правило, деонтология негативной СО ее сужает. Также в этом спектре недостаточно учтена неоднородность транзакционной архитектуры экономических отношений: оппортунизм исследуется нередко лишь в определенных видах транзакций (преимущественно торговых или управленческих).

Цель статьи заключается в предложении методологической схемы комплексного теоретико-экономического исследования СО как феномена социальной экономики, а также – в рамках этой схемы – в объяснении содержания и внутренней структуры СО как поведенческого стереотипа для экономических субъектов.

Последовательность отражения и аргументации экономической специфики СО объективно требует обращения к анализу наиболее общих особенностей базовой – социофилософской – категории СО. Социофилософское исследование СО уходит во времена древнегреческих и других древних мыслителей, труды которых служат фундаментом для большинства отраслей современной науки. В течение нескольких тысячелетнего развития категории СО наработано многообразие вариантов трактовки ее содержания. Поливариантность толкования СО и фрагментарность ее онтологии в целом являются наиболее значимыми препятствиями в ее исследовании.

Для упорядочения социофилософских знаний СО особое значение имеет дифференциация *антропологической* (поведенческой) и *системной* парадигм СО. Они предлагают два онтологически целостных, но несколько отграниченных друг от друга, взгляда на СО. Первый обосновывает ее особенностями человеческой природы [1], а второй – особенностями организации общества [2]. Важны, по нашему мнению, и попытки в рамках *общественно-исторической* парадигмы СО объяснить разное толкование содержания СО разницей в конкретно-историческом контексте общественных отношений [3].

Используя предыдущие научные достижения, мы дополняем дискурс вокруг СО подходом, нацеленным на синтез онтологии СО. Он предполагает анализ в едином комплексе *онтологических рамок СО* и *онтологического ядра СО*, объединяя антропологические и системные аспекты СО и дифференцируя состояния онтологического ядра с учетом эволюции общества. *Онтологические рамки СО* означают объективные и устойчивые концептуальные границы, внутри которых она субстанционально определяется как феномен. *Онтологическое ядро СО* отражает ее субстанциональность (смысловое наполнение), которая изменялась в ходе исторического развития человеческого общества. Общественная эволюция оказывала воздействие на онтологическое ядро СО. Но онтологические рамки СО оставались интактными, отграничивая ее феномен от других феноменов, которые возникали и исчезали в процессе развития социума.

Онтологические рамки СО проектируются двумя упомянутыми базовыми социо-философскими концепциями — антропологической и системной. Согласно традициям первой, СО — это некоторое *свойство социального субъекта* (индивидуального или группового), связанное с его отношением к социальной действительности (в том числе к другим субъектам). В ходе исторического развития человеческого общества субстанциональность этого свойства (как элемент онтологического ядра) была разной — от абсолютного подчинения субъекта социальной действительности (или иерархически более значимым, или коллективным субъектам) до самостоятельного конструирования этой действительности субъектом совместно с другими такими субъектами. По традициям системного подхода, СО — это *свойство (состояние) социальных отношений*, определенное характером взаимодействия субъектов, соответственно организованного. Опять-таки на разных исторических этапах его содержание (как элемент онтологического ядра) отличалось — от самоценного "порядка" как данности для субъекта до состояния динамического равновесия, которое формируется самими субъектами.

СО как свойство социального субъекта, безотносительно к его субстанциональности, проявляется особым *социально ответственным поведением*: СО касается лишь субъекта действия, воплощаясь в некотором способе его деятельности. СО как свойство (состояние) социальных отношений, независимо от его конкретно-исторического содержания, проявляется специфической организацией социальной системы, структура которой включает: 1) субъект СО; 2) предмет СО; 3) субъект-инстанцию СО. Эта конструкция получила название "*система СО*". Ее исследователями нередко неоправданно игнорируется значимость социальных норм как элемента этой структуры. Нормы СО исследуются вне взаимосвязи "субъект — предмет — инстанция". Иначе говоря, их существование и влияние признаются, но в структуре системы это часто не отражается. Подчеркнем, что в системе СО нормы играют существенную роль. Ведь нормы СО сигнализируют субъекту о желаемом от него поведении; информируют его об ожидаемом от него способе влияния на предмет СО; выступают непосредственными ориентирами в оценке деятельности субъекта со стороны других субъектов (в частности, инстанций) СО.

Несмотря на сложность организации системы СО, следует понимать, что она существует не сама по себе, а как "срез" существующей социальной системы. СО — это состояние социальных отношений, когда: 1) существующая социальная система недвусмысленно допускает существование указанных элементов; 2) система СО накладывается на существующую социальную систему, а социальная система, в свою очередь, превращается в систему СО.

Следовательно, дифференциация между СО как свойством субъекта и свойством социальных отношений означает дифференциацию между *социально ответственным поведением* субъекта и сложной *социальной системой СО*. В таком толковании СО перестает быть персонифицированной характеристикой как СО кого-то перед кем-то за что-то. Персонифицированным является социально ответственное поведение. СО как

системный феномен такой быть не может. Переход – в границах антропологического подхода – от рассмотрения СО как абстрактного свойства социального субъекта к рассмотрению СО как социально ответственного поведения делает возможной смысловую интеграцию этого подхода в системную парадигму СО. Как результат такой интеграции, социально ответственное поведение сохраняет свою онтологическую обособленность и самостоятельное значение, но рассматривается в контексте системы СО, которая является одновременно и результатом, и фактором социально ответственного поведения. Отдельное важное значение социально ответственного поведения обусловлено тем, что опосредованно через него формируются отношения в системе СО и определяется взаимное расположение ее элементов. Ведь субъект СО – это ничто иное, как субъект именно социально ответственного поведения. Субъект-инстанция – это и субъект такого поведения, и его оценщик по отношению к другим субъектам в системе СО. Влияние норм СО направлено именно на это поведение. Предмет СО – это цель социально ответственного поведения и субъектов, и инстанций. В то же время социально ответственное поведение не “вписывается” в систему СО как ее автономный элемент, поскольку поведение – это всего лишь атрибут субъекта.

В границах устойчивых концептуальных *онтологических рамок феномена СО*, заданных объективным существованием социально ответственного поведения и системы СО, на разных исторических этапах изменялось конкретно-историческое содержание как собственно социально ответственного поведения, так и основных элементов системы СО, а также их взаимоотношений. Именно этим содержанием формируется *онтологическое ядро феномена СО*. Его хронологические состояния выступают непосредственным предметом конкретно-исторического исследования этого феномена. Выделение “внеисторических” онтологических рамок и анализ состояний переменного онтологического ядра СО в контексте исторической эволюции формируют логические предпосылки для *консолидации антропологической, системной и обществено-исторической парадигм СО*. Тем самым достигается *синтез онтологии СО*.

Учитывая категорическую значимость социально ответственного поведения для понимания феномена СО, но ограниченные возможности его основательного изучения собственно в рамках общей системы СО, целесообразно именно анализу содержания этого поведения уделить первоочередное исследовательское внимание. Исторически формирование этого содержания (как и субстанциональности элементов всей системы СО) продолжалось в течение ряда этапов. Особенности трансформации содержания социально ответственного поведения поэтапно – с периода первобытно-общинного социума и до современности – подробно отражены в работах представителей Санкт-Петербургской социофилософской школы [2; 3].

В предлагаемой статье мы сосредоточили свой исследовательский интерес на современном содержании собственно социально ответственного поведения. Этот интерес продиктован естественной повышенной актуальностью исследования именно сегодняшних закономерностей развития феномена СО. Под влиянием популярной ныне философии коммунитаризма современное содержание социально ответственного поведения все чаще воспринимается как поведение *взаимности*. Такое понимание социально ответственного поведения опосредованно применяется многими учеными. Основой современной социальной морали становятся согласие и консенсус [4], которые не возможны без взаимности. Мы принимаем исходным положением нашей статьи современное понимание социально ответственного поведения как взаимности, не углубляясь в социофилософскую дискуссию по этому поводу.

Определенная устойчивыми концептуальными онтологическими рамками феномена СО, его переменная социофилософская субстанциональность (в том числе субстанциональность социально ответственного поведения) содержит в себе и способна отразить специфику исторического развития содержания СО для многообраз-

ных видов человеческой деятельности (в том числе экономики). Для выявления этой специфики необходимо установить онтологическое ядро СО в конкретный отраслевой (например, экономический) исторический контекст. Это позволит отследить метаморфозу отраслевой *экономической* субстанциональности феномена СО. *Специфическая социоэкономическая феноменология СО формируется как единство социофилософских онтологических рамок феномена СО и его исторически переменной специфической экономической субстанциональности (в том числе социально ответственного экономического поведения).*

Следовательно, методологическая схема теоретико-экономического анализа СО должна в комплексе включать выяснение исторически переменного содержания *социально ответственного экономического поведения, экономических субъектов СО, экономической инстанции СО, экономических норм СО и экономического предмета СО* на каждом (в частности, на современном) этапе общественно-исторической эволюции. Историческая трансформация экономического феномена СО (и соответствующего поведения) под воздействием изменения первичного социофилософского содержания СО отражена в предыдущих работах автора [5]. В этой статье мы раскрываем экономическое содержание именно *социально ответственного поведения* нынешнего этапа — с учетом отдельного значения собственно поведенческого стереотипа СО и необходимости фокусирования внимания на современном этапе развития СО.

В силу взаимосвязанности *первичного социофилософского и отраслевого экономического* содержаний феномена СО, социально ответственное *экономическое* поведение по логике должно согласовываться с нынешним социофилософским содержанием социального поведения — *взаимностью*. Для обозначения специфически экономического содержания такого поведения целесообразно использовать экономический поведенческий стереотип *реципрокности*. На сегодня сформировались две основные научные традиции в понимании поведения реципрокности. Первая рассматривает ее как обмен дарами на нерыночной (внеэкономической) основе и противопоставляет реципрокность рыночному — товарному — обмену. Эта научная традиция сужает (а то и вовсе нивелирует) возможности экономического анализа реципрокности [6], хотя ее последователи признают условность безвозмездности дара, тем самым имманентно допуская сближение сути товарного и реципрокного обменов. Вторая традиция полностью отказывается от такого противопоставления. Она утверждает, что реципрокность в той же мере может проявляться и в рыночной экономике — в объективной "укорененности" экономической действительности в структуру социальных отношений. "Укорененность" означает, что экономическая действительность обязательно имеет социальные предпосылки, социальные последствия и социальный контекст в целом [7].

Экономические субъекты находятся в отношениях большей или меньшей взаимной модальности (взаимовлияния, взаимотяготения, взаимозависимости и т. п.). Реципрокность в данном случае — это взаимовыгодный обмен (обмен выгодами) участников экономических отношений. Нереципрокное поведение — действие, игнорирующее эту модальность или направленное на ее уничтожение. Рыночное толкование реципрокности является общей исследовательской платформой и для экономической социологии, и для социальной экономики как отрасли экономической науки. Беря этот термин за основу, мы используем его с важным методологическим предостережением: реципрокность необязательно обусловлена фактом личного знакомства участников или их одинаковым социально-экономическим положением. Предлагаем выделить взаимонаправленность (двусторонность) социально-экономического влияния участников в качестве базового сущностного признака реципрокности. Другие признаки ситуативны.

Для анализа реципрокности важно выбрать соответствующий подход к пониманию экономических отношений — среды ее проявления. Можно условно выделить тех-

но- и социогенный подходы. Первый – традиционный для экономического мейнстрима – рассматривает экономические отношения как отношения по поводу производства и постпроизводственные отношения (по распределению, обмену и потреблению). Смыслообразующей категорией в границах этого подхода является производство. Он исходит из технологической детерминированности экономического взаимодействия, почти игнорируя его социальную природу. В данном случае экономический субъект определяется через свое отношение к процессу и результатам производства: производитель, потребитель, работник, управленец, собственник средств производства и т. д.

Второй подход толкует экономические отношения как отношения по поводу обмена правами собственности. Такой обмен получил название “транзакция” и противопоставляется физическому обмену благами. Смыслообразующей категорией этого подхода является собственность [8]. Он подчеркивает социальность экономической действительности, поскольку собственность имеет смысл лишь в силу ее социальной легитимизации – “экономика Робинзона” собственности не знает. Собственность образует “пучок” прав, который реализуется в социальных отношениях и классически включает ряд элементов, среди которых основными являются: 1) право владения; 2) право пользования; 3) право распоряжения (отчуждения, расточительства, уничтожения, передачи в наследство и т. п.) [9]. В границах социогенного подхода экономический субъект является собственником прежде всего, чья субъектность определяется его модальностью по отношению к другим собственникам. Такой подход придает второстепенное значение технологическому аспекту. В данном случае производство (создание многообразия экономических благ) также рассматривается как составляющая процесса обмена между собственниками.

Социогенный подход формирует транзакционную архитектуру экономических отношений, где вся совокупность транзакций дифференцируется по определенным критериям. Базовым таким критерием является симметричность правоотношений, поскольку он делит транзакции в соответствии с объемом права собственности их участников (одинаковостью объема “пучка” собственности каждого участника обмена и равноценностью обмениваемых благ как объектов собственности). Согласно этому делению, существуют симметричные транзакции (прежде всего, торговые) и асимметричные (транзакции управления и транзакции рациионирования). В симметричных (торговых) транзакциях каждый участник владеет одинаковым набором из “пучка” собственности, а объекты собственности равноценны. Целью такой транзакции является обмен сам по себе. Управленческая транзакция предполагает асимметричный характер правоотношений субъектов: кто-то из участников владеет бóльшим количеством прав из “пучка” собственности или более ценным объектом собственности. Такой участник выступает в отношениях принципалом, тогда как другой – с меньшим “пучком” собственности или менее ценным ее объектом – агентом. Обмен правами собственности происходит через подчинение действий одного экономического субъекта действиям другого. В транзакции рациионирования тоже имеет место асимметрия правового статуса, но – в отличие от управленческой транзакции – субъектом с бóльшим “пучком” собственности или более ценным ее объектом выступает коллективный орган с функцией спецификации прав. Иначе говоря, транзакция управления и транзакция рациионирования являются разновидностями принципал-агентских отношений. Цель таких транзакций – создание, получение или потребление определенного блага.

Важно и классическое деление транзакций по критерию отношения к правилам экономического взаимодействия – на те, которые проводятся в рамках существующей системы правил, а также те, которые направлены на изменение этой системы (институциональные транзакции) [10]. Некоторые исследователи справедливо выделяют еще неявные институциональные транзакции – транзакции выбора системы правил или отдельного правила из возможного множества, в соответствии с которыми будет про-

исходить дальнейшее экономическое взаимодействие между участниками обмена [11]. Такие трансакции предшествуют выполнению требований существующей системы правил и в то же время не направлены на ее изменение.

Традиционно любые трансакции организуются через контракты, участие в которых определено взаимным согласием экономических субъектов. Контракты призваны повысить предсказуемость экономического взаимодействия и снизить их издержки.

Устанавливая вариативность асимметричных трансакций (деление на трансакции управления и трансакции рациионирования), принятая в теории классификация сводит вариативность симметричных трансакций лишь к торговым. *Торговые* трансакции классически олицетворяют суть рыночного обмена. Между тем такими же симметричными объективно предстают и отношения кооперации, когда обмен правами собственности происходит, но целью такой трансакции (как и в случае асимметричных трансакций управления и трансакций рациионирования) не является обмен сам по себе. Целью могут выступать коллективное создание, получение или потребление определенного блага. Это дает основания выделять — наряду с торговыми — также симметричные *кооперативные* трансакции. Причем эти трансакции охватывают более широкий спектр отношений, чем кооперация в ее традиционном микроэкономическом понимании как формы организации совместного труда (как предприятия). Кооперативные трансакции необязательно ограничены рамками любой организационной единицы.

Симметричны относительно права собственности, по нашему мнению, и отношения конкуренции. Традиционно они изъяты из трансакционного анализа. Фундаментальной характеристикой конкуренции служит соперничество (контрдействие), а трансакция в той или иной мере все же обязывает к взаимодействию. В то же время для реализации соперничества конкуренты вынуждены вступать в социальные связи, которыми: 1) оформлены правила такого соперничества в организационном поле рынка; 2) предусмотрено взаимное наблюдение за действиями конкурента; 3) допускаются координация конкурентных действий и даже взаимный обмен (например, деловой информацией). Собственно именно существование соперничества определено этими социальными связями [12]. Следовательно, конкуренция не отрицает взаимодействия. Как видим, при этом обмен правами собственности осуществляется, прежде всего, в рамках явной или неявной институциональной трансакции — как совместного действия конкурентов по поводу выбора правил конкуренции или их изменения. Специфики конкуренции здесь нет, поскольку торговые и кооперативные трансакции тоже могут предполагать такие совместные действия. Взаимное наблюдение не требует обмена. Координация конкурентных действий и взаимный обмен могут быть не постоянными, а скорее — субъективно обусловленными. В случае их появления взаимные действия конкурентов по существу не будут отличаться от торговой или кооперативной трансакций. Следовательно, особенность конкурентных отношений (когда взаимодействие существует, но обмен правами собственности осуществляется или ситуативно, или только на институциональном уровне) позволяет отделить их от других симметричных трансакций, но не дает оснований считать их особым типом таких трансакций. В трансакционном анализе этот тип может рассматриваться как *конкурентная субтрансакция* (в этом случае латинский префикс "sub-" означает "недо-", "в неполной мере").

Посредством сочетания рыночного понимания реципрокности и социогенного (трансакционного) толкования экономических отношений возможно применить экономический термин "реципрокность" для обозначения экономического поведения взаимности субъектов СО. Суть поведения реципрокности — взаимный обмен выгодами участников трансакций и субтрансакций, который регулируется контрактами. По нашему мнению, с точки зрения контрактного процесса, о реципрокности свидетельствуют такие ее взаимосвязанные компоненты: 1) *безоппортунистическое поведе-*

ние как взаимное выполнение пред- и постконтрактных обязательств; 2) *поведение “доброй воли”* как взаимное целесообразное превышение контрактных обязательств.

Безоппортунистическое поведение означает отсутствие в действиях участников контракта оппортунизма – попыток максимизировать свой выигрыш путем коварных действий, непосредственно противоречащих интересам визави. Оппортунизм основывается на отрицании интересов контрагентов, а потому не совместим с реципрокностью. Он проявляется отдельно до и во время заключения контракта (*ex ante*), а также после достижения договоренностей контрагентов (*ex post*) [13]. Поскольку взаимозависимость экономических субъектов является объективным фактом экономической действительности, то при достаточной распространенности оппортунизм ставит под сомнение существование экономики вообще, вызывая тенденцию к “сворачиванию” рынка. При распространенном оппортунизме сложные трансакции и контракты (неразовый обмен) становятся невозможными из-за постоянно возрастающих трансакционных издержек, связанных с необходимыми контролпопортунистическими действиями. А впоследствии – если оппортунизм станет доминирующей поведенческой стратегией – любые контракты потеряют экономический смысл: договоренность, вероятно, заменят взаимный обман и грабеж.

Поведение “доброй воли” представляет собой второй элемент социально ответственного экономического поведения. Чаще всего в экономической литературе это многозначное понятие употребляется как узкоспециализированный бухгалтерский термин (гудвилл) для обозначения разницы между ценой предприятия (в том числе условной стоимостью деловых связей) и реальной стоимостью его основного капитала. Это суженное толкование термина, оправданное и пригодное лишь для финансово-учетных целей и исследований. В более широком экономическом контексте поведением “доброй воли” иногда называют взаимоотношения контрагентов в имплицитном (реляционном) контракте [14]. Здесь понятие “добрая воля” означает взаимное соблюдение всеохватывающих личных (неформализованных) обязательств “в дружественной атмосфере”. “Дружественную атмосферу” формирует готовность полностью выполнять обязательства без внешнего принуждения. Но, по нашему мнению, “добрая воля” как воплощение сознательного и свободного поведения без принуждения имеет общий смысл: любое контрактное обязательство связывается с “доброй волей” его выполнять. В этом случае обязательства реляционного контракта ничем не отличаются от обязательств по другим контрактам, если не возникает потребности в принуждении к их выполнению.

По нашему убеждению, термин “добрая воля” целесообразно вовсе вывести за рамки контрактных обязательств. В этом смысле он противопоставляется контрактным обязательствам. Здесь “добрая воля” воплощает поведение, которое ориентируется на контракт, но превышает его предписания. Тем самым возникает и реализуется метаконтракт (греческий префикс “μετά-” употреблен в значении “после-”, “сверх-”). Ближе всего по смыслу такое поведение воплощает известное экономическое толкование понятия “любовь”, которое употребляется в последние годы в академическом и практическом менеджменте и согласно которому “любовь” в экономических отношениях – это акт разумного и рассудительного обмена знаниями, социальными связями и чувством человечности [15]. По нашему мнению, такой обмен происходит над деонтологией контрактов (в том числе имплицитных). Превышение контрактных обязательств как суть поведения “доброй воли” указывает на то, что оно всегда проявляется и имеет значение на этапе *ex post*.

С учетом базового принципа деления трансакций на симметричные отношения и отношения типа “принципал – агент” необходимо определить содержание реципрокности (и безоппортунистического поведения, и поведения “доброй воли”) в каждом из этих типов трансакций. Декомпозиция реципрокного безоппортунистического

поведения может выглядеть так. В разовых торговых транзакциях безоппортунистическое поведение является важным в большинстве случаев на этапе *ex ante* и означает *предоставление* в ходе согласования условий обмена *необходимой для визави* (но не очевидной для него) *информации* (например, о характеристиках объекта этого обмена). На основе такой информации обмен или осуществляется, или нет. Этап *ex post* не является существенным, поскольку совпадает во времени с завершением обмена и, следовательно, с исчерпанием контрактных обязательств. Если торговая транзакция является много-разовой или продолжительной, то на этапе *ex post* безоппортунистическое поведение проявляется *в соблюдении* всего спектра *условий контракта* (объемов и качества обмениваемого блага, сроков его передачи и т. д.), а также *в избегании использования возможных "контрактных дыр"* (слабой спецификации контракта) во вред контрагенту.

В кооперативных транзакциях безоппортунистическое поведение на этапе *ex ante* означает *предоставление необходимой для визави информации* в ходе совместной деятельности. На этапе *ex post* оно имеет значение как *избежание практики фрирайдерства* (когда субъекты, пользуясь определенными благами, уклоняются от участия в коллективных действиях, необходимых для их создания или получения).

В конкурентных субтранзакциях безоппортунистическое поведение на этапе *ex ante* проявляется как *избежание практики фрирайдерства* в ходе институциональной транзакции (в процессе выбора или выработки правил конкуренции), а на этапе *ex post* — *в соблюдении правил конкуренции*.

В асимметричных транзакциях безоппортунистическое поведение, по нашему мнению, целесообразно рассматривать отдельно в разрезе действий принципала и агента. В общепринятой теоретической концепции оппортунизма преувеличено значение вероятного мошенничества агента и недооценены возможности оппортунизма принципала. Оппортунизм несправедливо рассматривается преимущественно как недостаток агента. Согласно нашему анализу, на этапе *ex ante* и со стороны принципала, и со стороны агента безоппортунистическое поведение сводится к *избеганию* в ходе выработки контрактных рамок *злоупотреблений информационной асимметрией* во вред визави (таких, как умышленное сокрытие или искажение информации, обман). На этапе *ex post* со стороны принципала безоппортунистическое поведение — это *избежание использования монополии рыночной власти* (то есть использования большего объема прав из "пучка" собственности и использования более ценных благ) и *избежание использования возможных "контрактных дыр"* во вред агенту. При этом со стороны агента — это в большинстве случаев *избежание* в ходе выполнения поручений принципала *злоупотреблений информационной асимметрией* и *отказ от использования возможных "контрактных дыр"* во вред принципалу.

Декомпозицию реципрокного поведения "доброй воли" можно представить так. В торговой транзакции оно приобретает форму взаимной *лояльности* контрагентов. "Лояльность" — термин, который в экономических коннотациях используется в большинстве случаев как маркетинговый и означает благосклонное отношение (приятель, симпатию) потребителей к конкретному бренду, продукции, продавцу и т. п. [16]. Это поведение, обусловленное внутренней мотивацией (предыдущим опытом, привычкой, вкусовым предпочтением) потребителя отдавать предпочтение тому или иному фактору обмена. Заимствование нами маркетингового термина "лояльность" для обозначения поведения "доброй воли" в торговых транзакциях целесообразно, поскольку предмет маркетинга составляют именно такие транзакции (изучение особенностей осуществления рыночного обмена). Этот термин лучше всего учитывает специфику торговых транзакций. Уточним, что традиционное маркетинговое понимание лояльности фиксирует лишь предрасположенность одной стороны контракта к другой (односторонне — потребителя к бренду и т. д.). Для целей нашего исследования будем трактовать лояльность как взаимно ориентированные поступки участников торговых транзакций, обусловленные взаимным деонтологически нейтральным желанием контрагентов при-

нимать участие в рыночном обмене. Такие поступки могут способствовать последовательному выполнению условий контракта, но находятся вне его каузальности.

В кооперативных транзакциях поведение “доброй воли” проявляется в отношениях *взаимопомощи* участников. Суть таких отношений заключается во взаимной поддержке, товариществе, взаимной защите, разумном самопожертвовании ради общего блага. Экономическое значение взаимопомощи одним из первых продемонстрировал на богатом эмпирическом материале российский исследователь П. Кропоткин. По аналогии с животным миром, где взаимопомощь предстает фактором эволюции, более весомым, чем автономная борьба за выживание, в человеческом обществе отношения такого типа могут способствовать наращиванию достатка в большей мере, чем индивидуалистическое, эгоистическое поведение [17]. При этом взаимопомощь мыслится как нечто большее, чем целесообразное объединение ресурсов ради общей цели (контрактная кооперация). Она, по нашему мнению, дополняет кооперативные установки в рамках контрактной договоренности. Такое поведение не связано с обязательством (в том числе имплицитным) помочь в ответ или с ожиданием помощи в ответ в будущем или с другими обязательствами. Оно не мотивировано соображениями полезности личного участия в коллективной деятельности, а порождено определенным “общинным духом”, который является благом сам по себе, поскольку удовлетворяет естественную человеческую потребность в социальной причастности.

В конкурентных субтранзакциях поведение “доброй воли” обязывает полностью пересмотреть целесообразность соперничества. Вне деонтологии контрактов конкуренция или превращается в соперничество без каких-либо правил и становится угрозой для функционирования системы экономических отношений, или растворяется в торговых и кооперативных транзакциях, или приобретает определенное новое качество, не связанное непосредственно с рыночным противостоянием. В первом случае соперничество вообще теряет смысл для дискурса о СО. Во втором случае оно полностью теряет свою специфику в транзакционной архитектонике экономических отношений. Третий случай актуализирует результаты исследовательского поиска, начатого учеными в рамках новейшей управленческой концепции *конкуренции “голубого океана”* [18]. Ее логика построена на противопоставлении конкурентной борьбы – в рыночном пространстве существующих видов экономической деятельности (“красном океане”) – и создания новой или расширения существующей рыночной ниши (“голубого океана”), где спрос формируется, а не является предметом соперничества. Стратегия поведения в “красном океане” предполагает классическое соперничество. Стратегия поведения в “голубом океане” ставит целью формирование “инновации полезности”, которая сочетает освоение технологической или другой инновации с требованиями практичности, доступной цены для потребителя и невысоких затрат для бизнеса. Таким образом конкурентная стратегия “голубого океана” предполагает безболезненный и даже желаемый выход из конкурентной борьбы.

Таково, по нашему мнению, поведение “доброй воли” в конкурентных субтранзакциях. В широком социоэкономическом контексте, не ограниченном рамками строго управленческих и маркетинговых технологий, конкуренция “голубого океана” нацеливает каждого конкурирующего экономического субъекта на поиск и реализацию определенной инновационной (но простой) идеи, которая бы модифицировала предмет соперничества, выводя его из сферы возможного пересечения действий субъекта с контрдействиями конкурентов. В свете этой модификации трансформируется соперничество не только за потребителя, но и, например, за ресурсы, за рабочее место, за рабочую силу и т. п. Эта установка требует постоянной инновационной (творческой) активности, поскольку “голубой океан” непрерывно таким оставаться не может.

Специфика поведения “доброй воли” в асимметричных транзакциях – транзакциях управления и транзакциях рациирования – определена тем, что в их структуре деление субъектов на агентов и принципалов сопровождается их дифференци-

ацией по функциональному признаку. Подчинение в ходе трансакции действий одного экономического субъекта действиям другого закрепляет функцию принятия решений за принципалом, а функцию исполнителя — за агентом. Эта функциональная дифференциация порождена не только разницей в объеме рыночной власти, но и универсальным рыночным феноменом ограниченной рациональности, подробно описанным в специальной литературе [19].

В условиях ограниченной рациональности функциональная дифференциация является наиболее целесообразным решением субъектов. По взаимному согласию часть из них (агенты) делегирует функцию принятия решений какому-то из субъектов (принципалу), готовому и способному к этому в силу требований эффективности. Между тем ни правильность выбора агентов в ходе такого делегирования, ни безошибочность дальнейших решений принципала, ни безупречность выполнения агентами распоряжений принципала не гарантированы из-за ограниченной рациональности (присущей всем субъектам и безусловной). Поведение "доброй воли" в асимметричных трансакциях приобретает форму *взаимного содействия выполнению определенных функций* — и принципалом, и агентом — на основе признания и распознавания ими рамок своей компетентности. Это поведение не тождественно предоставлению субъектом в ходе трансакции информации, необходимой для визави, поскольку не вытекает строго из формулировок функциональных обязательств, закрепленных в контракте. Оно отличается и от злоупотреблений информационной асимметрией и наличием "контрактных дыр", поскольку нацелено не на самоограничение в части действий злого умысла, а на взаимную коррекцию случайных неумышленных ошибок и недостатков.

В такой конфигурации — как проявление безоппортунистического поведения и поведения "доброй воли" — социально ответственное экономическое поведение, регулируемое нормами СО и инстанциями СО, направляется на предмет СО. Его экономическая специфика, как и специфика других элементов системы СО, а также особенности их взаимоотношений составляют предмет дальнейших исследований по экономической теории СО.

Выводы

Логика экономического исследования СО основывается на рассмотрении в едином комплексе "внеисторических" концептуальных онтологических рамок СО и исторически переменного онтологического ядра СО. Онтологические рамки СО структурируют анализ феномена СО как социально ответственного поведения и как специфической социальной системы — системы СО в составе ее субъектов, инстанций, норм и предметов. Онтологическое ядро СО — это конкретно-историческое содержание социально ответственного экономического поведения, экономических субъектов СО, ее экономических инстанций, экономических норм и экономических предметов. Анализ современных особенностей онтологического ядра феномена СО имеет для экономической науки приоритетное значение, поскольку отражает актуальные общественные потребности. Так же приоритетным является первоочередной анализ социально ответственного экономического поведения, поскольку оно оказывает организующее воздействие на систему СО. Есть серьезные основания связывать конкретно-историческое содержание социально ответственного экономического поведения современного этапа с реципрокностью как экономическим поведенческим стереотипом. Реципрокность представляет собой взаимный обмен выгодами со стороны участников трансакционного процесса. Структура реципрокности включает как взаимосвязанные компоненты безоппортунистическое поведение (взаимное выполнение пред- и постконтрактных обязательств субъектов) и поведение "доброй воли" (взаимное целесообразное превышение субъектами контрактных обязательств). Особенности реципрокного поведения специфичны для торговых, кооперативных, конкурентных отношений, а также для трансакций управления и трансакций рациионирования.

Список использованной литературы

1. Подшивалов В.Н. Социальная ответственность личности: философско-антропологический аспект : дис. ... канд. философ. наук: 09.00.11. – Екатеринбург, 2009. – 196 с.
2. Карпухин С.В. Социальная ответственность как философская проблема : автореф. дис. ... докт. философ. наук: 09.00.11. – СПб., 2001. – 39 с.
3. Парамонова И.М. Социальная ответственность: генезис, сущность, структура и стратегия развития (системный анализ) : дис. ... канд. философ. наук: 09.00.11. – СПб., 2001. – 126 с.
4. Этциони А. Новое золотое правило / Новая постиндустриальная волна на Западе : антология. – М. : Academia, 1999. – С. 312–334.
5. Звонар В.П. Економічна парадигма соціальної відповідальності: розвиток та сучасність // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. – 2013. – № 2 (6). – С. 77–83.
6. Барсукова С.Ю. Реципрокные взаимодействия. Сущность, функции, специфика // Социологические исследования. – 2004. – № 9. – С. 20–29.
7. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness // American Journal of Sociology. – 1985. – Vol. 91. – P. 481–510.
8. Commons J.R. Institutional Economics // The American Economic Review. – 1936. – Vol. 26. – No. 1. – P. 237–249.
9. Капелюшников Р.И. Право собственности (очерк современной теории) // Отечественные записки. – 2004. – № 6. – С. 20.
10. Bromley D.W. Economic Interests and Institutions: The Conceptual Foundations of Public Policy. – New York, Oxford : Basil Blackwell, 1989. – 274 p.
11. Тамбовцев В.Л. Институциональный рынок как механизм институциональных изменений // Общественные науки и современность. – 2001. – № 5. – С. 25–38.
12. Радаев В.В. Экономическая борьба и социальные связи: структура конкурентных отношений в новом российском ритейле // Экономическая социология. – 2009. – Т. 10. – № 1. – С. 19–56.
13. Мартюкова Е.Г. Место оппортунистического поведения в системе исследований новой институциональной экономической теории // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 5 (28). – С. 332–338.
14. Dore R. Goodwill and the Spirit of Market Capitalism // British Journal of Sociology. – 1983. – No. 34 (4). – P. 459–482.
15. Sanders T. Love is the killer app: How to win business and influence friends. – New York : Crown Business, 2003. – 240 p.
16. Петриченко П.А., Рудінська О.В., Яроміч С.А. Лояльність клієнтів на споживчому ринку: основні поняття і тенденції розвитку // Бізнесінформ. – 2012. – № 5. – С. 255–257.
17. Кропоткин П.А. Взаимная помощь как фактор эволюции. – М. : Самообразование, 2007. – 240 с.
18. Kim W. Chan, Mauborgne R. Blue Ocean Strategy // Harvard Business Review. – 2004. – Vol. 82. – Iss. 10. – P. 76–85.
19. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления // THESIS. – 1993. – Вып. 3. – С. 16–38.

References

1. Podshivalov V.N. *Sothial'naya otvetstvennost' lichnosti: filosofsko-antropologicheskii aspekt. Dis. ... kand. filosof. nauk* [Social responsibility of a person: philosophical-anthropological aspect. Dissertation on the degree of Cand. of Phil. Sci.]. Ekaterinburg, 2009 [in Russian].
2. Karpukhin S.V. *Sothial'naya otvetstvennost' kak filosofskaya problema, avtoref. dis. ... dokt. filosof. nauk* [Social responsibility as a philosophical problem. Author's thesis on the degree of Doctor of Phil. Sci.]. St.-Petersburg, 2001 [in Russian].

3. Paramonova I.M. *Sothial'naya otvetstvennost': genezis, sushchnost', struktura i strategiya razvitiya (sistemnyi analiz). Dis. ... kand. filosof. nauk* [Social responsibility: genesis, essence, structure, and strategy of development (system analysis). Dissertation on the degree of Cand. of Phil. Sci.]. St.-Petersburg, 2001 [in Russian].
4. Etzioni A. *Novoe zolotoe pravilo, v: Novaya Postindustrial'naya Volna na Zapade* [A new gold rule, in: A New Post-Industrial Wave on the West]. Moscow, Academia, 1999, pp. 312–334 [in Russian].
5. Zvonar V.P. *Ekonomichna paradygma sotsial'noi vidpovidal'nosti: rozvytok ta suchasnist'* [The economic paradigm of the social responsibility: development and contemporaneity]. *Sotsial'no-Trudovi Vidnosyny: Teoriya ta Praktyka — Soc.-Labor Rel.: Theory and Practice*, 2013. — No. 2 (6), pp. 77–83 [in Ukrainian].
6. Barsukova S.Yu. *Retsiproknye vzaimodeistviya. Sushchnost', funktsii, spetsifika* [Reciprocal interactions. Essence, functions, specificity]. *Sotsiol. Issled. — Sociol. Studies*, 2004, No. 9, pp. 20–29 [in Russian].
7. Granovetter M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *Amer. J. of Sociology*, 1985, Vol. 91, pp. 481–510.
8. Commons J.R. Institutional Economics. *The Amer. Econ. Review*, 1936, Vol. 26, No. 1, pp. 237–249.
9. Kapelyushnikov R.I. *Pravo sobstvennosti (oчерk sovremennoi teorii)* [Property right (essay of the modern theory)]. *Otechestv. Zapiski — Domestic Notes*, 2004, No. 6, p. 20 [in Russian].
10. Bromley D.W. *Economic Interests and Institutions: The Conceptual Foundations of Public Policy*. New York, Oxford, Basil Blackwell, 1989.
11. Tambovtsev V.L. *Institutsional'nyi rynek kak mekhanizm institutsional'nykh izmenenii* [The institutional market as a mechanism of institutional changes]. *Obshchestv. Nauki i Sovrem. — Social Sci. and Contempor.*, 2001, No. 5, pp. 25–38 [in Russian].
12. Radaev V.V. *Ekonomicheskaya bor'ba i sotsial'nye svyazi: struktura konkurentnykh otnoshenii v novom rossiiskom riteile* [Economic struggle and social connections: structure of competitive relations in the new Russian retail]. *Ekon. Sotsiol. — Econ. Sociology*, 2009, Vol. 10, No. 1, pp. 19–56 [in Russian].
13. Mart'yukova E.G. *Mesto opportunisticheskogo povedeniya v sisteme issledovani novoi institutsional'noi ekonomicheskoi teorii* [The place of the opportunistic behavior in a system of studies of a new institutional economic theory]. *Ekonomika i Predprinim. — Economy and Business*, 2012, No. 5 (28), pp. 332–338 [in Russian].
14. Dore R. Goodwill and the spirit of market capitalism. *British J. of Sociology*, 1983, No. 34 (4), pp. 459–482.
15. Sanders T. *Love is the killer app: How to win business and influence friends*. New York, Crown Business, 2003.
16. Petrychenko P.A., Rudins'ka O.V., Yaromich S.A. *Loyal'nist' klientiv na spozhyvchomu rynku: osnovni ponyattya i tendentsii rozvytku* [Loyalty of clients on the consumer market: basic notions and tendencies of development]. *Biznesinform. — Businessinform*, 2012, No. 5, pp. 255–257 [in Ukrainian].
17. Kropotkin P.A. *Vzaimnaya Pomoshch' kak Faktor Evolyutsii* [Mutual Help as a Factor of the Evolution]. Moscow, Samoobrazovanie, 2007 [in Russian].
18. Kim W. Chan, Mauborgne R. Blue Ocean Strategy. *Harvard Business Review*, 2004, Vol. 82, Iss. 10, pp. 76–85.
19. Simon H. *Ratsional'nost' kak protsess i produkt myshleniya* [Rationality as a process and a product of the thinking]. *THESIS*, 1993, Iss. 3, pp. 16–38 [in Russian].

Статья поступила в редакцию 5 ноября 2014 г.
