

УДК 338.242.4

Муштурк О.З., проф., зав. кафедрой политологии МФПА

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ РОЛЬ БИЗНЕСА И ЕГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПЕРЕД ОБЩЕСТВОМ И ГОСУДАРСТВОМ

Заниматься бизнесом — значит создавать материальные и нематериальные ценности для других, для общества, но, разумеется, не с альтруистических побуждений, не в ущерб, а с выгодой для себя. Отсюда следует, что в любой предпринимательской деятельности, в любом бизнесе помимо частного личного интереса всегда должен присутствовать и учитываться интерес общественный. В таком понимании бизнес — это, прежде всего, социальное служение, суть которого может быть выражена предельно лаконичной целевой установкой: «кормить, одевать и занимать делом народ». Но народ не в качестве объекта социальной благотворительности. И, тем более, не в качестве социального иждивенца. А только и исключительно в роли совокупного наемного работника.

Наивысшая форма власти — это способность добиваться наиболее желаемых вами результатов, одновременно создавая ценности для других.

(Энтони Роббинс — английский экономист)

В советском энциклопедическом словаре издания 1980 года бизнес определяется как «дело, занятие, являющееся источником наживы». (В русском толковом словаре С.И. Ожегова, глагол «наживаться» трактуется не иначе, как синоним глагола «обогащаться». Наживаться — значит богачество, наживать деньги (или капитал), составлять (или сколачивать) состояние, набивать карман (или кошелек, мошну), греть руки, ковать деньги и т.д.).

Очевидно, что такое сугубо абстрактное определение, трактующее бизнес чуть ли не как криминальный вид жизнедеятельности, запрограммированной исключительно на то, чтобы любой ценой «зашибать большую денюгу» и «грести деньги лопатой», не может быть принято всерьез. Ибо не дает ни какого представления о ре-

альном содержании и сущности этого института, его функциональном предназначении, юридически-правовом статусе и т.д.

Значительно более содержательной в этом плане смотрится характеристика бизнеса, данная в «Современном экономическом словаре» издания 1996 года. В ней бизнес предстает как «инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела».

При всей привлекательности, данная формулировка страдает односторонностью — содержание бизнеса, как продуктивной деятельности, раскрывается в ней только через призму частного экономического интереса. И ровным счетом ничего

не говорится о его социальной значимости и тех обязательствах, которые вытекают для бизнеса как института, погруженного (в качестве одного из базовых элементов системы рыночных отношений) в социальную среду, по отношению к которой он (по определению) не может быть абсолютно свободным и независимым.

В этой формулировке не может не вызывать возражения и сведение всего существа предпринимательской деятельности исключительно к получению прибыли. Прибыль, конечно же, необходима. Без нее бизнес не сможет выжить. Не сможет возместить владельцам и вкладчикам риск, на который они идут. У него не будет ресурсов, чтобы обеспечить дальнейший рост производства. Но весь вопрос в том, должна ли прибыль быть основной и единственной целью бизнеса? Американские авторы книги «Бизнес сквозь призму веры» справедливо пишут в этой связи: «Утверждение «прибыль является целью бизнеса» равно утверждению, что цель жизни человека — дышать, ибо без дыхания мы не сможем жить. Это означает, что конечная цель бизнеса — выживание. Но разве редко мы сталкиваемся с необходимостью предпринимать определенные шаги, потому, что они правильны, а не потому, что они прибыльны»¹.

Лично автор данных строк склонен характеризовать бизнес не только как инициативную экономическую деятельность, связанную с вложением средств с целью получения прибыли. Но и как деятельность, в основе которой органически сочетаются личная выгода и общественная польза. Заниматься бизнесом — значит создавать материальные и нематериальные ценности для других, для общества, но, разумеется, не с альтруистических побуждений, не в ущерб,

а с выгодой для себя. Отсюда следует, что *в любой предпринимательской деятельности, в любом бизнесе помимо частного личного интереса всегда должен присутствовать и учитываться интерес общественный.*

В таком понимании бизнес — это прежде всего социальное служение, суть которого может быть выражена предельно лаконичной целевой установкой: «кормить, одевать и занимать делом народ». Но народ не в качестве объекта социальной благотворительности. И, тем более, не в качестве социального иждивенца. А только и исключительно в роли совокупного наемного работника. Активного субъекта хозяйственной деятельности, который одновременно аккумулирует в своем лице, как основного производителя, так и потребителя материальных и нематериальных благ. Бизнес предоставляет реализованный в его деле капитал, народ — капитал в виде труда. Из этого союза труда и капитала рождается известное богатство с выгодой для обеих сторон и общества в целом.

Два подхода к определению бизнеса как базового института рыночной экономики

Вообще же, во взглядах на функциональное предназначение бизнеса, в том числе, рассматриваемом через призму социальной и общественной пользы, сегодня противостоят две основные точки зрения. Одна из них исходит из «презумпции», что любая предпринимательская организация представляет собой некую экономическую целостность, обязанную рационально-правовым образом (т. е. соблюдая общепринятые законы-правила игры) заботиться только и исключительно об эффективности использования своих ресурсов и получения прибыли. Действуя в таком ключе, организация выполняет экономическую функцию производства необходимых для общества то-

¹ Цит. по: Ричард К. Чьюнинг, Джон У. Эби, Ширли Дж. Розлс. Бизнес сквозь призму веры/Пер. с англ. — М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1993. С. 200-201.

варов и услуг, обеспечивая одновременно работу для граждан и максимальные дивиденды для акционеров. А дальше, как говорится, «хоть трава не расти».

Лучше других эту точку зрения выразил в одном из интервью еженедельнику «Аргументы и факты» президент Альфа-банка П.Авен: «Наше дело — зарабатывать деньги для акционеров и клиентов в рамках закона. Других обязанностей у нас нет. Мы платим налоги и больше ничего не должны никому, кроме Бога и совести». Что касается борьбы с бедностью, то это, по глубокому убеждению П.Авена, «функция не Альфа-банка и вообще не частного бизнеса. Это дело государства»².

Антитезой такого рода суждений выступает довольно широко распространенное мнение, что любая предпринимательская организация — это нечто большее, чем просто экономическая целостность. Ее ответственность перед обществом простирается гораздо дальше обеспечения эффективности и извлечения прибыли, а также простого удовлетворения нужд потребителей и не нарушения закона. По этому поводу Генри Форд-младший, выступая перед студентами и преподавателями Гарвардской школы бизнеса в 1969 году, говорил: «Условия «контракта» между промышленностью и обществом меняются... Сейчас от нас требуют бережно относиться к значительно более широкому спектру человеческих ценностей и принимать на себя обязательства по отношению к членам общества, с которыми у нас нет никаких коммерческих отношений»³. Ибо любое государство, даже самое богатое, не в состоянии решать все социальные проблемы своих граждан. Часть требующихся для социального сектора огромных средств и солидарных усилий посту-

пает по линии частных фирм и корпораций, владельцев крупных капиталов.

При таком подходе *самый хороший бизнес — это социально ответственный бизнес*. Что подразумевает определенный уровень добровольного (т. е. находящегося за пределами предписываемых государством и законом требований, или сверх этих требований) отклика предпринимателей на социальные проблемы общества, отзывчивое отношение к народным нуждам, широкое занятие благотворительной деятельностью, меценатством и т. д. Сильные не должны дистанцироваться от слабых и жить самодовольной жизнью. Сильные должны помогать слабым. Должны брать на себя часть забот, связанных с борьбой против нищеты и бедности, с развитием доступного для всех медицинского обслуживания и образования, с обеспечением благоприятной для жизни окружающей (природной) среды и т. д.

И это не благотворительность. По своей глубинной сути это вопрос о выживаемости бизнеса в той среде, в которой он работает. И необходимости не только приспособиться к условиям этой среды, но и активно работать с ней. С тем, чтобы обеспечивать себе благоприятный для успешного ведения дел социальный климат и «температурный режим». Общественное лицо «пахаря-сеятеля» и ответственного производителя высококачественных товаров и услуг, необходимых людям, а не «бандита с большой дороги» и «спекулянта-перекупщика».

Бизнес, который в нищей стране, в окружении обездоленных и обманутых дистанцируется от борьбы с бедностью, и ориентируется только и исключительно на процветание в «узком кругу» (вместо того, чтобы ориентироваться на процветание «всем миром») — сам роет себе могилу. Пауперизированный и люмпенизированный (помимо прочего) сословным корпоративным эгоизмом народ рано или поздно его отвергнет. Возжелает «поднять на вилы» и предъявить счет за «ограбление».

² Аргументы и факты. 2004. № 44.

³ Цит. по: Ричард К. Чьюнинг, Джон У. Эби, Ширли Дж. Роэлс. Указ. соч. С. 108.

Юридическая ответственность предпринимателей и ее виды

В этом свете предприниматель, в какой бы сфере экономики не действовал, всегда должен быть предельно ответственным. Эта ответственность заключается, прежде всего, в том, чтобы уважать и строго соблюдать законы, нести правовую и материальную ответственность за ненадлежащее исполнение нормативных актов, регулирующих предпринимательскую и коммерческую активность, а также за нарушение прав собственности и прав потребителей, причиненный ущерб отдельным лицам и обществу в целом. При этом речь идет не о «выборочном» соблюдении законов, т.е. только тех, которые выгодны предпринимателю. Но и тех, которые не выгоды, которые, что называется, «путаются под ногами» и стесняют предпринимательскую инициативу. Ибо «закон есть закон». И если он принят с соблюдением всех конституционно предусмотренных процедур, его необходимо исполнять. Вне зависимости от того нравится он, или не нравится. Тем более что законов, которые бы в равной мере удовлетворяли всех, в природе не существует.

Принято считать, что в реально демократичных обществах большая часть экономической, общественной, культурной и т.д. жизни граждан и их организаций протекает вне сферы контроля со стороны политической (государственной) власти. Такой взгляд правомерен лишь отчасти. И имеет право на жизнь только тогда, когда участники-субъекты этой жизни в своем взаимодействии друг с другом (в «ипостаси» производителей и потребителей, работодателей и работников и т.д.) не выходят за рамки тех социальных предписаний данной власти, которые регулируют эти взаимоотношения на государственно-правовом уровне. Но если обе стороны, или одна из сторон, нарушает эти предписания, вменяемые государством как обя-

зательные исполнению, то политическая власть актуализируется, т.е. выступает уже не в качестве «виртуальной», а реальной силы, призывая «нарушителей» к порядку. И напоминая им всякий раз, что свобода (в том числе свобода *частнопредпринимательской деятельности*) — не есть право на не соблюдение законов. Свобода (для того чтобы быть реализованной как доступная всем общецивилизационная ценность) с необходимостью предполагает законопослушание. И, стало быть, исключает какие бы то ни были произвольные («самочинные») изъятия из тех юридически-правовых установлений власти, которыми она (эта свобода) упорядочена и ими же регулируется.

Между тем в сегодняшней России мы имеем дело с отношением к закону, построенному не на этом правовом убеждении, что «закон есть закон», а по принципу выборочности. Если не все, то большинство из отечественных предпринимателей (особенно на уровне бизнес-элиты) исходит из «презумпции»: законы только для того и существуют, чтобы их обходить, и вся суровость российских законов компенсируется возможностью их не исполнять.

Показательно в этом плане интервью с нынешним председателем наблюдательного совета директоров «Альфа-групп» М. Фридманом, опубликованное на страницах еженедельника «Московские новости». На вопрос, готов ли г-н Фридман соблюдать только те законы, которые ему кажутся правильными, а не все подряд? — интервьюирующий ответил вполне определенно: «Это, безусловно, так. Какие законы в моей системе координат являются хорошими, а какие плохие — я знаю и без государства. Другое дело, что я предпочитаю с государством вести мирное сосуществование, а в тех случаях, когда его представления о жизни совпадают с моими, я его могу даже поддерживать»⁴.

⁴ Московские новости. 2000. 12-18 сентября.

Подчеркивая это чувство своей отдельности и свободы от окружающей его среды, М.Фридман настаивает: «Никто со стороны не может мне объяснить, что хорошо и что плохо. Общественные ценности меня если и касаются, то опосредованно. У меня свои обстоятельства и своя система координат». Исходя из этой посылки, М.Фридман оценивает свой образ жизни (и его мотивационные деятельные установки) как образ жизни «чужого среди своих». Сравнивая его с образом жизни мусульман, которые живут «внутри христианского общества, не разделяя его идеалов и держась за свои ценности»⁵.

Говоря о юридически-правовой ответственности предпринимателей, следует особо подчеркнуть, что эта ответственность распространяется на них не только в роли производителей и коммерсантов-«распределителей» товаров и услуг. Но и в статусе работодателей. Речь идет об ответственности в области правового регулирования наемно-трудовых отношений, соблюдения норм трудового законодательства, законов о гарантированном минимуме заработной платы, социальном страховании и пр.

В уже упоминавшемся интервью «АиФ» П.Авен утверждает, что «если ты здоров и вдруг беден (не считая пенсионеров и детей), то это стыдно сегодня...». И с этим, конечно же, нельзя не согласиться. Но здесь требуется одна весьма существенная оговорка, а именно: говорить о стыде быть бедным можно лишь только тогда, когда бедных меньшинство и в обществе созданы все необходимые условия для того, чтобы не быть бедным. Чтобы человек при желании всегда мог «сделать себя». Обеспечить достойную жизнь себе и своим близким. В данном случае твоя бедность — явление не столько общественное, сколько личностное. Значит ты или ленив от природы, не хочешь и не умеешь трудиться. Или же тебе нравится

быть бедным и жить, не напрягаясь, по принципу: «сегодня есть, завтра Бог даст». «Будет день, будет пища».

Но если бедных в обществе не меньшинство, а (как в нынешней России) преобладающее абсолютное большинство, то речь следует вести не о стыде быть бедным, а о причинах бедности. Ибо эти причины лишь в очень ограниченной мере связаны (если вообще связаны) с тем, что собой представляет бедный как индивидуальность. В их основе — если и не полное отсутствие, то в любом случае весьма значительная неразвитость общественных условий для того, чтобы тот, кто хочет и может продуктивно работать (и тем самым жить безбедно) мог это делать.

Как раз таких общественных условий (если не брать во внимание Москву и некоторые другие региональные центры) у нас нет. В том числе и потому, что работодатели (и не только в лице государства) воспринимают работающих не как наемных работников при капитализме, которым надо платить зарплату, соответствующую реальной стоимости рабочей силы. А как крепостных (или «наемных рабов»), которых держат на грани выживаемости. И цена которым — «грош». Именно этим обстоятельством объясняется тот (неизменно изумляющий западноевропейцев) факт, что подавляющее большинство «новых бедных» в России — это не безработные и не бомжи, а люди с образованием (в том числе высшим, а нередко и с учеными степенями и званиями) и постоянным местом работы.

Но речь идет не только о «грошовой» зарплате работающих, но и о таком широко распространенном в «рыночной» России явлении, как постоянные задержки с выплатой (или выплатой в усеченном размере) того, что человек заработал. Согласно данным Роскомстата, на 1 февраля 2005г. общий объем невыплаченных денег составил в стране 14,3 млрд рублей или 5% месячного фонда зарплаты всех работающих россиян. Число тех из них, которые ос-

⁵ Там же.

тались без заработанных денег, превысило 2,4 млн человек (практически каждый 13 работник). При этом основной объем долгов приходится не на бюджетный, а как раз на частный сектор, в котором работодатели не редко вообще «кидают» работающих. То есть отказываются платить заработанное (особенно если работник — на «птичьих правах» мигрант из СНГ).

Нельзя в этой связи не согласиться с профессором социологического факультета МГУ Н.Покровским в том, что в отечественном частном секторе во взаимоотношениях между патронатом и персоналом сложилась система, весьма далекая от того, чтобы называться правовой и рыночной. Это некая система «нового феодализма с постмодернистским лицом». Своеобразная система «вассалитета». Суть ее заключается в том, что «внутри новых структур родственные связи... и полное отсутствие прав соседствуют с криминалитетом. Договора о найме, как правило, не оформляют. А если и оформляют, то в нем черным по белому написано, что внутренние правила фирмы имеют приоритет по отношению к КЗоТу. Зарплата выдается в двух видах — легальная и «черным налом», что делает сотрудников невольными соучастниками не правового поведения». И далее: «На верхнем этаже находится не более 10, но, как правило, 5-6 процентов занятых в частной фирме. Это ее владельцы и узкий круг менеджеров, получающих сверхприбыли и фактически установивших феодальный режим в данной системе. Остальная масса работающих — это вассалы. То есть не наемные работники при капитализме, как можно было бы предположить, а именно закрепощенные, которых держат на грани выживаемости». И в любой момент могут «выставить за дверь»⁶.

Показательны в этом плане итоги проведенного под руководством автора весной 2003 года (по заказу Комитета по те-

лекоммуникациям и средствам массовой информации города Москвы) социологического исследования «Жители города о положении работающих женщин и их социальной защите в свете нового трудового законодательства». Так, что касается оценки стиля управленческого лидерства в частных компаниях и фирмах, то абсолютное большинство опрошенных в 53,68% указывает на доминанту не демократических, а преимущественно автократических (вплоть до «феодально-крепостных») технологий и методик, в рамках которых деятельность подчиненных подвержена жесткой (тотальной) регламентации, а личностное начало неизменно подавляется. Система регулирования наемно-трудовых отношений построена не на приоритете юридически-правовых норм Трудового кодекса РФ, а на писанных и неписанных внутренних правилах фирмы. На это указали 52,68% опрошенных. А 18,39% от общего числа респондентов — на то, что если что реально здесь и «правит бал», так это произвол и личные прихоти (фантазии) начальства⁷.

Обязательства предпринимателей в сфере налогообложения

Если источником процветания частного бизнеса выступает грамотная экономическая политика государства, то источником процветания государства и общества в целом является налоги и другие, своевременные и регулярно уплачиваемые, выплаты с частного бизнеса. (В Германии, например, только за счет малого и среднего бизнеса обеспечиваются 65% всех бюджетных поступлений). С их помощью государство не только регулирует экономические про-

⁶ Куранты. 1997. 29 октября — 4 ноября.

⁷ См. подробнее: *Муштук О.З.* Жители города о положении работающих женщин и их социальной защите в свете нового трудового законодательства. — М.: ПУЛЬС, 2004. №5 (289). С. 20-48.

цессы, но и, что не менее важно, занимается их социализацией, т.е. бюджетным перераспределением («редистрибуцией») доходов от богатых в пользу особо нуждающихся. Осуществляя на деле один из базовых принципов-детерминантов социально ориентированного рынка: «Против нищеты и бедности, за достойные условия существования всех и каждого».

И если предприниматель преднамеренно уходит от налогов и выводит свои доходы «в тень», он обкрадывает не только государство, но и социально незащищенные (социально уязвимые) слои населения — детей, стариков, инвалидов и т.д., нарушая, тем самым, исходную социальную заповедь рынка: «хочешь жить сам, дай возможность жить другим. И не только дай, но и помогай жить другим».

Несмотря на то, что в России до 1 января 2001г. была установлена самая низкая максимальная ставка подоходного налога — 35% против 40% в Великобритании, 45% в США, 50% в Японии, 55% в Германии и 60% во Франции, на 1 января 1997г. около 600 тыс. организаций-налогоплательщиков (или 21,4% их общего числа в 2,8 млн) даже не представляли свою отчетность в налоговые органы. На эту же дату число таких организаций в Москве составило 152 тыс. или 36% из 442 тыс.

Введенный с 1 января 2001г. единый для всех подоходный налог в 13% мало что изменил в этом отношении. И количество «налоговых уклонистов» практически не уменьшилось. Если взять всю статистическую сумму доходов граждан и сравнить ее с суммой, которая поступает в бюджет от подоходного налога, то обнаружится, что по факту люди платят лишь 5,3%, т.е. меньше половины. И среди тех, кто различными способами уходит от налогов (в том числе посредством так называемой оптимизации), «пальма первенства» принадлежит не «простым смертным» (наемным рабочим и служащим), а именно бизнес-структурам и тем, кто получает высокие доходы.

Как результат собираемость налогов в России в лучшем случае колеблется на уровне 60-65% от расчетной суммы. Тогда как в западных странах этот показатель составляет в среднем 95% от плана. Зато непрерывно растет сумма российских авуаров в зарубежных банках. Достигнув, по разным оценкам, астрономической цифры в 250-500 млрд долл. А суммарный вывоз капитала (с учетом приобретенной в зарубежных странах недвижимости и объема прямых инвестиций в их экономику и т.д.) за годы реформ, по некоторым данным, в целом составил порядка 1,3 трлн долл.

Такая ситуация — прямой результат влияния, как минимум, двух факторов. Того, что, с одной стороны, почти на 50% российская экономика — это теневая экономика, экономика «серого и черного нала». И «светиться» тем, кто ее олицетворяет, смерти подобно. С другой — того, что в отличие от западных предпринимателей, отечественные предприниматели в массе своей не довольствуются прибылью на уровне 5-7%. Они ориентированы на получение прибыли в «разы». И очень нетерпеливы в своем стремлении разбогатеть. Хочется иметь много и сразу. А не корпеть годами и десятилетиями.

Ни для кого не является секретом, что большинство нажитых за период реформ крупных состояний в основе своей нелегитимны, т.е. созданы в обход закона. Как признал через английскую газету «Файнэншл таймс» Б.Березовский, только те в России, кто «проспал последнее десятилетие, не рискуют оказаться за тюремной решеткой»⁸. Тех же, кто «бодрствовал», можно сажать. Не случайно еще первый президент России Б.Н. Ельцин ставил вопрос о необходимости проведения «экономической амнистии» на первоначально накопленный капитал, публично признавая, тем самым, что этот капитал по своему происхождению носит не правовой (криминальный или полукриминальный) характер.

⁸ Московский комсомолец. 2000. 18 июля.

Роль и ответственность в производстве и распределении материальных благ

Предприниматель в подлинном значении этого слова — это не тот, кто зарабатывает себе на жизнь перепродажей «с наваром» готового товара, закупленного за рубежом. Это и не тот, кто живет за счет спекуляций валютой и ценными бумагами, а также предоставления под высокий процент денежных кредитов и ссуд. И не тот, кто делает деньги на компрадорском посредничестве, т.е. в качестве торгпредов иностранных фирм, продвигая «забугорный» товар на внутреннем рынке в ущерб национальному производителю.

Подлинный предприниматель — это своего рода «пахарь-сеятель», т.е. тот, кто с нуля создает необходимую людям продукцию и развивает отечественное промышленное и сельскохозяйственное производство, укрепляя, тем самым, экономическую самостоятельность и процветание страны. Как свидетельствует видный промышленник и общественный деятель дореволюционной России В.П. Рябушинский, «в московской неписаной купеческой иерархии на вершине уважения стоял промышленник-фабрикант; потом шел купец-торговец, а внизу стоял человек, который давал деньги в рост, учитывал векселя, заставлял работать капитал. Его не очень уважали, как бы дешевы его деньги не были, и как бы приличен он сам ни был. Процентщик...»⁹.

Приходится, с сожалением, констатировать, что таких «промышленников-фабрикантов» и «пахарей-сеятелей» в отечественном бизнесе пока что не так много, как хотелось бы. И предпринимательская активность концентрируется в основном не в производственной сфере, а в сфере спекулятивного распределения в соотношении

15% (производящих) к 85% (распределяющих). И дело здесь не только в том, что давно уже стало притчей во языцех: «душат налогами». А в значительной степени потому, что, для того чтобы производить, требуется совершенно иная (не торгашеская) предпринимательская «ментальность». Особый предпринимательский дух, который ставит предпринимателя в центр экономического развития и определяет в качестве его важнейшей функции нововведение.

Отвечая на просьбу раскрыть секрет: как можно за 10 лет стать миллиардером, П.Авен в уже упоминавшемся интервью «АиФ», сославшись в качестве примера на компанию *Googly* — когда «двое молодых парней почти из пустоты, «на коленке», сделали поисковую систему в Интернете. И заработали миллиарды», — утверждает, что в этом нет ничего экстраординарного и «запредельного». И что здесь требуется, так это всего-навсего «быть работоспособным, удачливым и уметь попадать в свою нишу».

Представляется, что этот пример как доказательство «обыденности» скоропалительного появления в «рыночной» России целого ряда долларовых миллиардеров из числа тех, которые «выросли в простых московских дворах и коммуналках» и еще вчера «были ничем», — не совсем корректен. А если и уместен, то только как пример, подтверждающий не правило, а, скорее, исключение из правила. Ибо, на самом деле в западных странах основная масса миллиардеров — это не сублимированная молодежь и даже не люди среднего возраста. А чаще всего «глубокие старцы», чьи миллиарды нельзя назвать «короткими». Напротив, это очень «длинные» миллиарды в том смысле, что основаны на кропотливом труде и мирской аскезе не только их нынешних обладателей, но и их отцов и дедов, т.е. унаследованы от предыдущих поколений.

К тому же в этом примере речь идет о предпринимателях, чьи миллиарды, хотя и «короткие», но заработаны собственным (со-

⁹ Цит. по: Кузьмичев А.Д., Шапкин И.Н. Отечественное предпринимательство. Очерки истории. — М.: Изд-во «Прогресс-Академия», 1995. С. 152.

зидательным) умом и талантом — созданием новых высоких компьютерных технологий (массово востребованного «ноу-хау»). У нас же, если не все, то львиная доля миллиардных состояний нажита без инновационного созидания — построена на «прихвате» и «хищнической» эксплуатации природных ресурсов — газа, нефти, металлов и др. и созданной социализмом промышленной и транспортной инфраструктуры в этой области.

Поверить в то, что тот или иной «капитан крупного бизнеса» в России на миллиарды долларов богаче потому, что он-де в миллионы раз умнее, трудолюбивее, лучше — все равно, что поверить утверждению, что земля не круглая, а квадратная. С этим не согласиться ни один преуспевающий представитель даже среднего класса, не говоря уже о «простых смертных, в поте лица своего добывающих хлеб насущный». Не имея при этом не только возможности «возводить палаты каменные», но нередко и того, чтобы элементарно быть сытым.

Между тем, согласно концепции австрийского ученого Й. Шумпетера, сформулированной им еще в начале XX века, истинным предпринимателем является не тот, кто извлекает доход из эксплуатации старого, традиционного, а тот, кто выпускает новый товар, вводит новый метод и новую форму организации производства, находит новый рынок и новый источник сырья. Это прежде всего новатор, который делает не то, что делают другие, и не так, как другие.

«Классический предприниматель, — подчеркивает отечественный политолог С. А. Панарин, — гетерогенный социокультурный тип. Он включает в «сублимированном» виде черты завоевательного типа — раскованное «авантюрное» воображение, азарт и готовность к риску. Предприниматель не столько организатор производства (в этом качестве его вытесняет наемный, профессиональный менеджер), сколько социальный первооткрыватель и коммуникатор. Он открывает новые социальные потребности

и, следовательно, новые рынки и налаживает новые связи — межгрупповые, межрегиональные, межкультурные...»¹⁰.

Содержательная суть и направленность социальной ответственности предпринимателей

Помимо сказанного выше, социальная ответственность бизнеса включает поддержку и участие предпринимательских организаций во всех крупных государственных и местных социальных программах, разработку и реализацию собственных проектов в области благотворительной деятельности и меценатства. Наподобие того, что имело место в дореволюционной России. Как подчеркивает в этой связи тогдашний исследователь российского купечества П. Бурышкин, в этом сословии на предпринимательскую деятельность «смотрели не только и не столько как на источник наживы, а как на выполнение задачи, своего рода миссию, возложенную Богом или судьбою. Про богатство говорили, что Бог дал его в пользование и потребует по нему отчета, что выражалось отчасти и в том, что именно в купеческой среде необычайно были развиты и благотворительность, и коллекционерство, на которое смотрели как на выполнение какого-то свыше назначенного долга». И если до второй половины XIX века именитые роды соперничали, кто лучше церковь выстроит, кто ее лучше украсит, то с рубежа XX века соперничество «пошло в том, кто больше для народа сделает»¹¹.

У нынешней же генерации отечественного предпринимательства все призывы к тому, что надо бы «делиться с народом» не

¹⁰ Панарин. С. А. Парадоксы предпринимательства в России на современном этапе. Глава из книги: Политология. — М.: «Проспект». 1997. С. 311.

¹¹ Цит. по: Кузьмичев А. Д., Шапкин И. Н. Указ. соч. С. 152.

вызывают особого энтузиазма. И это несмотря на то, что «капитанами» нашего бизнеса уже наработано столько денег, что их у них даже «куры не клюют», тогда как у народа — «ни денег, ни кур». И в этих условиях (сидя на мешках, набитых «зелеными бумажками» с портретами американских президентов) пора бы уже прийти к мысли, что не мешало бы хоть как-то подумать и о стране. В том числе подумать о том, как, повернувшись лицом к народу и его нуждам, «навести мосты между молодым «третьим сословием» и остальной частью населения, сломать лед недоверия, смягчить зависть, а кое-где враждебность — наследие уродливой привычки к равенству в бедности, насаждавшейся многими десятилетиями»¹².

Очевидно, что только человек, лишенный социальности и духовности, равнодушный к чужой боли и не способный к состраданию, бескорыстному благодеянию по отношению ближнему. Человек без «страновых» корней, т.е. тот, который не ощущает под собой национальной почвы, и ему (по этой причине) чуждо элементарное чувство патриотизма и любви к родине. Только такой человек («космополит биологический») может быть счастливым (и чувствовать себя на «седьмом небе») в стране, в которой миллионы людей живут за чертой бедности, а детская беспризорность принимает характер гуманитарной катастрофы.

Где, оставшись без поддержки социума, медленно вымирают десятки (если не сотни) тысяч обитателей домов для престарелых и инвалидов, специализированных детских учреждений и интернатов. Где из-за хронического недоедания и жуткой экологии, равно как и принявшей характер национального бедствия алкоголизации и роста наркомании, идут неуправляемые процессы дегенерации и депопуляции населения. Процессы, которые (если их не остановить совместными усилиями) реально угрожают

самому существованию русского (российского) народа как самостоятельного этноса.

Также социально ответственно должны вести себя предприниматели, которые «вошли во власть», в том числе в качестве парламентариев. Между тем их деятельность и на этом поприще пока весьма далека от того, чтобы всерьез озаботиться «ближними», а не только работать в пользу интересов тех узкопрофессиональных групп, которые они представляют. Так, что касается деятельности думцев-предпринимателей второго созыва (1995-1999гг.), то она, по свидетельству тогдашнего вице-спикера Государственной Думы от фракции СПС И.Хакамады, была «в конечном счете, направлена на достаточно примитивное лоббирование каких-то узких, их конкретно касающихся вопросов». Банковское лобби, к примеру, проявляло активность в основном в вопросе о внесении поправок в Закон о банках и банковской деятельности и впадало в «летаргический сон», когда обсуждались вопросы, не связанные с этой сферой. Между тем предприниматели должны понимать, что тот же «Закон о ветеранах или об инвалидах точно так же их касается: если общество будет дифференцироваться в такой же степени, как это происходит до сих пор, то предприниматели не будут нужны ни кому, общество их отторгнет. Люмпен их просто сметет»¹³.

Религиозная этика и бизнес — основные слагаемые кодекса предпринимательской чести

Все тот же П.Авен (все в том же уже упоминавшемся интервью «АиФ») утверждает, что «бизнес — циничная вещь, и все люди в этой сферы таковы». То есть наглые, не знающие стыда, пренебрегающие нормами общественной морали (именно

¹² Невзлин Л. Б. «Паблик рилейшнз» — кому это нужно? — М.: Экономика, 1993. С. 22.

¹³ Московский комсомолец. 2000. 12 февраля.

так трактует слово «цинизм» русский толковый словарь С. И. Ожегова).

Если исходить из этой посылки, то формулируемый, далее, П. Авенем постулат: «богатство — отметина Бога», выдаваемый им в качестве «аксиомы протестантской этики», явно отдает богохульством. Получается, что Бог благоволит исключительно циникам — ибо, если верить П. Авену, не циников в бизнесе нет. И оговорка, что речь идет о богатстве, которое «ты не украл, а заработал», ничего в этом плане не меняет. Поскольку при всех прочих «раскладах», это богатство все равно «безнравственное», а стало быть, и «греховное». В том смысле, что построено на пренебрежении нормами не только общественной, но и религиозной морали, которая исторически являлась (и является, по сей день) основанием общественной морали.

Отсюда следует, что «круто» замешанное на цинизме богатство (в России) — все-таки отметина не Бога. Скорее всего, здесь «поработал» не Бог, а противостоящий ему Дьявол — исключительно коварный и хитрый злой дух, полностью лишенный каких бы то ни было нравственных императивов и табу. И вызывающий к человеку исключительно как к биологическому существу и, огрубляя, как к зверю со всей совокупностью органически присущих ему (в этой «ипостаси» зверя) властно побуждающих животных инстинктов и рефлексов. И, прежде всего, жадности и жажде наживы любой ценой. Неистребимому (неуемному) стремлению к наслаждению и получению удовольствия (в том числе в самых извращенных сублимированных формах) как универсальному мотиву поведения.

Между тем абсолютизация богатства, идеология ничем не регулируемого рынка никогда не были свойственны ни классическому, ни современному протестантизму. Как справедливо отмечает заместитель председателя Отдела внешних церковных связей Московского патриархата протоиерей В. Чаплин, «установки типа «человек

человеку волк», «каждый за себя», «пусть проигравший плачет», прямо противоположны Евангелию, а значит и любому серьезному богословию, в том числе протестантскому»¹⁴.

Так называемая теология процветания, в рамках которой Божественное благословение отождествляется с богатством, является ложной в своей основе, ибо сводит Бога к автомату, обслуживающему человеческую плоть. Для христианской морали и этики (православной, католической, протестантской и т. д.) важно не богатство само по себе, а вопрос о том, откуда «есть и пошло» это богатство и на что (на какие цели) оно расходуется.

По этому поводу в Библии сказано, что деньги и богатство должны служить людям, использоваться на помощь бедным и построение Царства Божия, а не для того, чтобы прожигать их (купаться в роскоши) или накапливать огромные состояния. И, как Кощей, над «златом чахнуть».

В христианстве, по словам Патриарха Алексия II, «сребролюбие называется гнусной, убийственной страстью, иудиним предательством по отношению к Богу, адским грехом»¹⁵. Глава Евангелической Церкви земли Северный Рейн-Вестфалия Николас Шнайдер от имени Всевышнего заявляет: «эксплуатация, жадность и алчность отвратительны, ибо они несут семена смерти и разрушения»¹⁶.

Не случайно в ряде библейских текстов говорится, что, кому много дано, с того многое и спросят. И успех предпринимателя — это своего рода экзамен, ниспосланный ему Богом. В конечном счете, ему придется дать Ему (Богу) отчет. Ответить насколько хорошо он распорядился своим богатством, своими талантами и своими способностями.

¹⁴ Аргументы и факты. 2004. №44.

¹⁵ Звездный бульвар. 2004. №24.

¹⁶ НГ-Религии. 2005. №5. С. 8.

В связи с проблемой профессионального этоса предпринимателей представляется целесообразным остановиться на еще одном широко распространенном в отечественных бизнес-кругах мнении. Точке зрения, которую в одном из многочисленных исследований отечественного бизнеса один из респондентов-предпринимателей выразил следующим образом: «Этичность бизнеса — это вопрос личностный. Вопрос собственных убеждений. Ведь морали общества не существует. Существует мораль личности. В бизнесе для меня нет морали. Ибо мораль в бизнесе это закон. Если выполняешь закон, значит, морален, если не выполняешь — нет. Обман вне сферы закона вполне нормальная и законная вещь в бизнес. И рассматривать его как аморальное явление нельзя»¹⁷.

Не говоря уже о том, что в этом утверждении смешаны два самостоятельных типа регуляции взаимоотношений между людьми — закон, как жестко фиксированные и обязательные для исполнения правовые нормы и принципы организации и регулирования общественной жизнедеятельности, опирающиеся (при необходимости) на государственное принуждение. И мораль, как не обладающие силой закона неписаные правила общежития, в основании которых находится феномен обычая, — оно (это утверждение) ложно в своей основе. Принять такую точку зрения — значит, отрицать какую бы то ни было возможность совмещения бизнеса и морали, которые, если следовать логике данного утверждения, как их не смешивай, всегда будут отталкиваться друг от друга как вода и масло. И там, где начинается бизнес, мораль заканчивается.

Между тем «нормальный» цивилизованный бизнес отнюдь не отвергает и не противостоит морали. Если посмотреть на него через эту нравственную призму, то он предстает бизнесом, который выступает не только в роли социального носителя таких «ме-

щанских» добродетелей, как порядочность и обязательность в делах, трудолюбие и бережливость, размеренный порядок и самодисциплина. Но одновременно как бизнес с «непорочным» общественным лицом (в «человеческом облики»). То есть такой, чья деятельность детерминируется (помимо прочего) построенным на общечеловеческих и религиозных нравственных ценностях особым кодексом поведения. Своего рода кодексом предпринимательской чести.

Такого рода бизнес — это бизнес, в котором свобода частнопредпринимательской деятельности принимает форму социально ответственного поведения, основанного не только на не нанесении вреда и неосуществлении насилия по отношению к другим, но и на добровольном самоограничении в пользу других. На неизменном следовании христианской заповеди: «Тогда ты более всего и будешь заботиться о собственной пользе, когда будешь искать ее в том, что полезно для ближнего».

Уместно в этой связи привести нравственно-этические принципы ведения дела в России, выработанные еще в 1912 году и неуклонно соблюдавшиеся большинством дореволюционных отечественных предпринимателей, в среде которых, как заповедь, говорили: «прибыль превыше всего, но честь — превыше прибыли». И если предприниматель не обладает таким качеством, как честность, он ничего не стоит. Вот эти принципы:

Уважай власть. Власть необходимое условие эффективного ведения дел. Во всем должен быть порядок. В связи с этим проявляй уважение к блюстителям порядка на всех узаконенных эшелонах власти.

Будь честен и правдив. Честность и правдивость — фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Российский предприниматель обязан быть безупречным носителем этих добродетелей.

Уважай право частной собственности. Свободное предпринимательство — осно-

¹⁷ Бизнес и политика. 1995. № 12. С. 23.

ва благополучия государства. Российский предприниматель обязан в поте лица трудиться на благо своей отчизны. Такое рвение можно проявить только при опоре на частную собственность.

Люби и уважай человека. Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождает ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу для развития у людей самых разнообразных способностей, побуждает их проявлять себя во всем блеске.

Будь верен слову. Деловой человек должен быть верен своему слову: «Единойжды солгавший, кто тебе поверит». Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе. Слово делового человека должно цениться неизмеримо выше казенной бумаги с печатью.

Живи по средствам. Не зарывайся. Выбери дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй, сообразуясь со своими средствами.

Будь целеустремленным. Всегда имей перед собой ясную цель. В стремлении достичь заветной цели не переходи грань дозволенного. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

Уже упоминавшийся исследователь русского купечества П. Бурыйшкин, говоря

об экономическом прогрессе России на рубеже XX века, подчеркивал: «Тот значительный успех в развитии производительных сил и всего народного хозяйства России не мог бы иметь места, если бы база была порочной, если бы те, кто этот успех создавал, были жуликами и мошенниками»¹⁸. В свете этого высказывания, одна из основных первопричин затянувшегося «неуспеха» России на пути рыночных реформ более чем очевидна.

Литература

1. Ричард К. Чьюнинг, Джон У. Эби, Ширли Дж. Роэлс. Бизнес сквозь призму веры/Пер. с англ. — М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1993.
2. Муштук О. З. Жители города о положении работающих женщин и их социальной защите в свете нового трудового законодательства. — М.: Пульс, 2004. № 5 (289).
3. Кузьмичев А. Д., Шапкин И. Н. Отечественное предпринимательство//Очерки истории. — М.: Прогресс-Академия, 1995.
4. Панарин. С. А. Парадоксы предпринимательства в России на современном этапе. Глава из книги: Политология. — М.: Проспект, 1997.
5. Невзлин Л. Б. «Паблик рилейшнз» — кому это нужно? — М.: Экономика, 1993.
6. Аргументы и факты. 2004, № 44.

Статья поступила в редакцию 17.08.2007

¹⁸ Цит. по: Кузьмичев А. Д., Шапкин И. Н. Указ. соч. С. 152.

O. Mushtuk, Professor, Head of the MIFP Political Science Chair

BUSINESSES' ROLE AND THEIR SOCIAL AND OTHER RESPONSIBILITIES

Doing business means making the intangible and tangible assets for other members of the society but it does not mean being an altruist who acts without any remuneration or profit. It means any business activity is about having not only the personal interest but also a social touch. In this sense, any business activity is, first of all, the service for the community members, for the members of the society. The essence of such an activity can be rendered in the following short motto: a business is about providing job opportunities to the community members in order to give them food and clothes. By community members here we do not mean an object of some charitable activities or a dependent living at others' expense. We mean the people who play a part of employees who work as per a contract.