Г.В.Горланов,
доктор экономических наук, профессор;
Н.Г.Деханова,
кандидат социологических наук

ФОРМИРОВАНИЕ КОНСТРУКТИВНОЙ ФИЛОСОФИИ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Под философией бизнеса нами понимается качественно определенная система экономических, правовых, нравственно-этических ценностных ориентаций, принципов функционирования и развития бизнес-деятельности, доминирующих форм и методов (механизмов) расширенного воспроизводства собственности. Философия обусловливается качеством экономической, правовой, духовной и социально-политической среды его функционирования. Отсюда страновые различия философии бизнеса.

Философия современного российского бизнеса изначально формировалась в условиях трансформационного процесса перехода от одной общественно-политической системы к качественной иной, доминантой которого была политическая составляющая, а экономическая выполняла функцию ее обеспечения, т. е. играла лишь вспомогательную роль. «Создание частной собственности в России, – заявлял в данном контексте А.Чубайс, – это абсолютная ценность. И для достижения этой цели приходится иной раз жертвовать некоторыми экономически эффективными схемами. Такая материя как экономическая эффективность существует в режиме год, два, десять лет. Частная же собственность работает сотни, тысячи лет»[1]. В результате традиции и морально-этические принципы прошлого российского предпринимательства были преданы забвению, а закономерности мировой практики бизнес-деятельности фактически проигнорированы.

Такое положение в решающей мере обусловливается скоротечностью трансформационных процессов перехода от централизованно-плановой, командной, к рыночной экономике и прежде всего реализованной моделью приватизации.

[1] Приватизация по-российски / Под ред. А.Чубайса. М., 1999. С. 355.

Цель бизнеса в целом и крупного в особенности на начальном этапе его формирования в России – это, прежде всего, максимизация собственной доли в дележе общенационального достояния, то есть не предпринимательская деятельность как таковая, связанная с риском внедрения инноваций технологического и организационного характера, вариантности задействования экономических ресурсов и получением в результате соответствующей прибыли, а именно участие в разделе советского имущественного наследства. Отсюда и философия этого периода – философия «большого хапка», то есть стремление получить максимально больше от советского наследства в лучшем случае, образно выражаясь, «заплатив налоги по наследству» в виде оплаты стоимости акционируемых объектов по их остаточной стоимости, что на начальных этапах приватизации составляло порой менее 1% их рыночной стоимости. Поэтому философия современного российского бизнеса и по сей день в значительной мере несет в себе **философию фактически дармового приобретения объектов чужой и прежде всего государственной собственности.**

Как здесь не вспомнить высказывание известного русского философа В.Розанова, который еще в 1912 г. отмечал: «В России вся собственность выросла из “выпросил” или “подарил” или “кого-нибудь обобрал”»!

Следует учитывать и то, что одна часть новых собственников, имевших возможность конвертировать свою политическую власть в собственность, не собиралась заниматься предпринимательской деятельностью, и по прошествии времени трансформировала ее в недвижимость внутри страны или в банковские вклады и недвижимость за рубежом.

Другая часть новых собственников предполагала заняться предпринимательской деятельностью, которая, однако, ассоциировалась у них с дальнейшим разделом и переделом государственного имущества и приращением своей собственности не за счет кропотливой работы по реструктуризации предприятий и повышению их конкурентоспособности. Эта деятельность чужда им, поскольку суть их философии выражается девизом «Как можно больше и быстрее за минимальную цену». Почва для существования и воспроизводства такой бизнес-философии сохранялась и впоследствии в практике так называемых залоговых аукционов. Более того, благополучно наличествовала до настоящего времени в виде действовавшего законодательства о несостоятельности и банкротстве.

Только третья часть новых собственников, являющихся менеджерами своих предприятий, имела целью предпринимательство с дея-

тельностью по реструктуризации своих предприятий и полноценный выход на внутренний и внешний рынки.

Продажа по заниженным ценам, бесплатное распределение значительных пакетов акций приватизируемых предприятий их работникам, использование особого платежного средства (приватизационных чеков) на фоне недостаточного государственного регулирования данных процессов содействовало возникновению и процветанию неорганизованного рынка ценных бумаг, на котором происходила скупка крупных и контрольных пакетов акций приватизированных предприятий, имеющих, в том числе, стратегическое значение для экономики страны.

В этом заключается особенность процесса «первоначального накопления капитала» в современной России. Главная особенность этого процесса, – отмечают многие отечественные авторы, – его авантюрно-спекулятивный и преимущественно непродуктивный, оторванный от потребностей производственного накопления характер. По сути дела, имело место квазинакопление или паразитарное перераспределение национального богатства и дохода (включая его отток за границу) в пользу узкого социального слоя. Источниками квазинакопления были: теневые операции (экспортно-импортные, бартерные), спекуляции на финансовых рынках (акций, госбумаг, валюты, кредитов), приватизация госсобственности, перераспределение доходов и собственности в пользу естественных монополий, нецелевое использование бюджетных денег[1]. Таким образом, бизнес присваивал не результаты эффективного управления собственностью, а результаты перераспределения ее объектов, находящихся изначально в государственной, а впоследствии и в частной собственности.

Низкие качественные характеристики приватизации проявились в том, что большинство новых собственников не пытались даже начать реструктуризацию своих предприятий, технологически перевооружать их, принимать меры к росту производства и снижению издержек. При значительных сокращениях производства практически не было случаев увольнения работников, а на ужесточение денежно-кредитной политики приватизированные предприятия реагировали увеличением неплатежей и дальнейшим сокращением объемов производства. Все это не вписывалось в классическую схему поведения частного предприятия в конкурентной рыночной экономике.

---

[1] См.: *Шевелев А.А.* Права собственности и институциональные изменения в экономике России // Экономические реформы в России и Китае глазами российских и китайских экономистов: Сборник статей. СПб., 2000. С.197.

В чем причина такого поведения новых собственников? Ответом, на наш взгляд, является фактически сложившаяся структура распределения собственности. Как отмечает В.А.Мартынов[1], она сложилась в результате, мягко говоря, экономически необоснованной и потому ошибочной приватизации, проведенной в 1993–1995 гг. Для нее характерна размытость прав собственника, что до сих пор весьма отрицательно влияет на эффективность. Исключение составляют лишь «голубые фишки» – крупные фирмы-экспортеры, ценные бумаги которых котируются на фондовой бирже.

Крупные внешние акционеры (не работники предприятия) имеют незначительное количество акций (менее 20%), мелкие сторонние акционеры представляют разрозненную группу, не имеющую возможности реально влиять на политику предприятия. Значительная часть акций оказалась в руках директорского корпуса. Действия директоров предприятий, получивших акции по символическим ценам, скорее мотивируются потребительским использованием собственности, чем желанием вводить новшества и повышать эффективность производства.

Скоротечное акционирование крупных государственных предприятий без предварительной их реструктуризации, наряду с резким скачком энергетической и транспортной составляющих затрат, закономерно обусловило низкую конкурентоспособность производимой ими продукции. Значительная часть их производственных фондов в силу геополитических подвижек последнего десятилетия, выразившихся, в частности, в утрате рынков стран просоветской ориентации, стран СЭВ и СНГ и даже внутрироссийского либерализированного рынка, оказалась невостребованной, но по-прежнему включаемой в издержки производимой ими товарной продукции.

Такова превалирующая философия российского бизнеса на первом этапе его становления и функционирования. Смена форм собственности носила формальный характер, так как не сопровождалась коренными изменениями в организации и управлении. Многие предприятия, став частными, не только не улучшили свое экономическое положение, а напротив, оказались на грани банкротства

У определенной части постсоветского общества, именуемой в средствах массовой информации «новыми русскими», сложилось достаточно твердое убеждение, что собственность (частная) предполагает исключительно монопольное право на владение, пользова-

[1] См.: *Мартынов В. А.* Вызовы, реалии и шансы России // МЭиМО. 2001. №10. С. 5.

ние и распоряжение экономическими ресурсами, находящимися в собственности у данного собственника.

Что же представляет собой частная собственность как таковая, то есть как феномен общественных (экономических, социальных, правовых, политических и т. п.) отношений? Частная собственность, т. е. являющаяся отдельной обособленной самостоятельной частью относительно целостного национального и мирового хозяйственного комплекса (системы), выступает как частное (является частным) от непропорционального деления их совокупных экономических ресурсов между сложной совокупностью физических и юридических лиц.

Собственность есть отношение по поводу присвоения-отчуждения экономических ресурсов и в силу этого, как любое отношение, предполагает не только осуществление прав одной стороны, то есть той, которая отчуждает, но и той, у которой отчуждается. Это предполагает не только наличие прав, но и обязанностей (ответственности) собственника перед другой стороной.

Даже средневековый феодал Западной Европы или русский боярин, беря «в крепость» землепашца, гарантировал ему личную безопасность, а зачастую и экономическую поддержку, по крайней мере, в неурожайные годы. Иными словами, он был и щитом, и мечом, и МЧС, и своеобразной страховой компанией крепостного.

«Собственность, – замечал Н.А.Бердяев, – по природе своей есть начало духовное. Она предполагает не только потребление материальных благ, но и более устойчивую и преемственную духовную жизнь личности в семье и роде. Начало собственности связано с метафизической природой личности, с ее внутренним правом совершать акты, преодолевающие быстротечное время. Собственность развивалась в борьбе человеческой личности со стихийными силами природы. Свободный дух человека налагает свою волю на стихийную природу, и от этого акта рождаются неотъемлемые права и обязанности...»[1].

«Собственность каждого человека, – заявлял в 1910 г. тогдашний президент США Теодор Рузвельт, – подчинена общему праву коллектива регулировать ее использование в той степени, в какой этого может потребовать общественное благо».

В современных условиях именно такая философия собственности и бизнеса нашла отражение в конституциях ряда стран с разви-

[1] *Бердяев Н.А.* Философия неравенства. Письма к недругам по социальной философии. Письмо двенадцатое. О хозяйстве / / Русская философия собственности (XVIII–XX вв.). СПб., 1993. С. 303–304.

той социальной ориентацией рыночной экономики. К примеру, в конституции ФРГ (статья 14 (2)) подчеркивается: «Собственность обязывает. Ее использование должно вместе с тем служить общественному благу».

Методология такого подхода к бизнесу лежит в плоскости функций, имманентных предпринимательской деятельности как таковой. Они включают в себя, с одной стороны, явные, частные, с другой – латентно-общественные функции.

Явная функция частного собственника-предпринимателя (предпринимателя – частного собственника) равно как индивидуального, так и ассоциированного (акционерного, кооперативного, коллективного) есть функция максимизации прибыли. Однако, как заметил еще Адам Смит, «не на щедрость мясника, пивовара или булочника рассчитываем мы, предвкушая свой обед, а на то, что они будут блюсти свой частный интерес... (каждый), преследуя особенный интерес и ведомый невидимой рукой, достигает таких результатов, которые даже не входили в его намерения». Этим результатом является (служит) удовлетворенный платежеспособный спрос, удовлетворенные материальные потребности общества. Тем самым функция предпринимателя как бы расщепляется, неся внутри себя иную, скрытую от самого его носителя нагрузку и придавая ей качественно иное звучание. Поэтому удовлетворение платежеспособного спроса как раз и является латентной и в то же самое время общественной функцией предпринимателя. Осознание этого факта предпринимателями привело к появлению маркетинга во всех его ипостасях.

Но она не является единственной. К числу важнейших, как правило, относят следующие функции:

– обеспечение образования общественного продукта и содействие распределению национального дохода;

– оптимальное комбинирование факторов производства и тем самым наиболее эффективное использование экономических ресурсов – материальных, финансовых, трудовых, интеллектуальных и т. п.;

– инновационную и иные латентные общественные по своему характеру функции.

В контексте нашего исследования остановимся на латентной функции обеспечения образования общественного продукта. Нами уже отмечалось, что максимизация прибыли является явной функцией предпринимательской деятельности. Вместе с тем ее эффективная реализация органически сопряжена не только с удовлетворением общественных потребностей (через удовлетворение платежеспособного покупательского спроса) в их нату-

рально-вещественной форме (виде), на чем мы останавливались выше, но и опосредованно в стоимостной. Это логически вытекает из того, что предприниматель может максимизировать прибыль лишь путем реинвестирования ее известной части на расширенное воспроизводство индивидуального (частного) капитала. Последний же есть элемент общественного национального капитала. Таким образом, эффективная реализация собственной функции предпринимательской деятельности – максимизация прибыли – сопряжена с ростом объемов производства всего общественного капитала в его стоимостной форме, возрастанием объемов производства валового общественного продукта. Это означает сопряженность явной функции максимизации прибыли с латентно-общественной расширенного воспроизводства общественного капитала посредством расширенного воспроизводства индивидуального (частного).

Именно наличие этих латентно-общественных функций делает фигуру предпринимателя знаковой в рыночной экономике, а саму ее весьма эффективной по сравнению с иными известными моделями организации экономической жизнедеятельности общества. Предприниматель тем и отличается от простого грабителя, что его стремление к возрастанию собственного капитала напрямую сопряжено с ростом капитала общественного в его натурально-вещественном и стоимостном измерении. Государство же в рамках реализации своей базовой функции обеспечения баланса интересов в обществе призвано всячески содействовать предпринимателям в выполнении ими их латентных функций, не допускать их умаления (подавления) функциями явно-частного характера, т. е. фактического сближения предпринимательской и грабительской деятельности.

Современное постиндустриальное предпринимательство осознало необходимость оптимального сочетания латентно-общественных и явно-частных функций на уровне формирования философии корпоративной бизнес-деятельности. Свидетельством тому могут служить данные оценки значимости отдельных целей компаний их менеджерами.

Как следует из таблицы, явно-частная цель получения прибыли в краткосрочном периоде в системе ценностных ориентаций занимает последнее место. Доминируют ценностные ориентации латентно-общественного характера или вполне совместимые с ними: обеспечение конкурентоспособности; повышение производительности; сокращение издержек; мотивация сотрудников; охрана окружающей среды; сохранение рабочих мест.

Таблица 1

Значение цели	Очень высокое ◄► Не имеет значения						Оценка	Ранг
	1	2	3	4	5	6		
Обеспечение конкурентоспособности		*					1,19	1
Получение прибыли в долгосрочном периоде			*				1,42	2
Повышение производительности		*					1,48	3
Сокращение издержек			*				1,52	4
Мотивация сотрудников			*				1,58	5
Имидж			*				1,57	6
Присоединение новых рынков			*				1,70	7
Охрана окружающей среды				*			1,88	8
Сохранение рабочих мест			*				1,93	9
Доля на рынке				*			2,15	11
Кооперация с торговлей				*			2,28	11
Оборот				*			2,50	12
Получение прибыли в краткосрочном периоде					*		3,09	13

Степень оценки значимости целей компаний их менеджерами

Источник: *Kirchgeorg M.* Okologieorientiertes Unternehmensverhalten. Wiesbaden, 1990. S. 234.

Российские же менеджеры, представляющие, в частности, государственный сектор экономики, которым в настоящее время принадлежит порядка 20% акций уставного капитала вверенных им предприятий, как отмечает В.А.Мартынов, «…даже при их нынешней все еще невысокой квалификации, демонстрируют, как правило, сильную заинтересованность в текущем извлечении прибыли (нередко любыми методами), но чаще всего в целях своего личного

благополучия. Трудно ожидать, что подобный менеджерский слой будет способен возглавить техническое и экономическое возрождение своих предприятий. В страхе потерять то, что имеют, они часто торпедируют предложения внешних инвесторов (особенно иностранных) о реконструкции своих предприятий»[1].

В отечественной практике подобная философия бизнеса является превалирущей. Для современного российского предпринимателя характерен образ действий, описанный вечно современным для отражения традиционных пороков российской действительности М.Е.Салтыковым-Щедриным: «В последнее время русское общество выделило из себя нечто на манер буржуазии, то есть *новый культурный слой, состоящий из кабатчиков, процентщиков, железнодорожников, банковых дельцов и прочих казнокрадов и мироедов.* В короткий срок эта праздношатающаяся тля успела опутать все наши палестины; в каждом углу она сосет, точит, разоряет и, вдобавок, нахальничает... Это – ублюдки крепостного права *(читай – тоталитарного. – Авт.),* выбивающиеся из всех сил, чтобы восстановить оное в свою пользу, в форме менее разбойнической, но несомненно более воровской... Повторяю: это совсем не тот буржуа, которому удалось неслыханным трудолюбием и пристальным изучением профессии (хотя и не без участия кровопивства) завоевать себе положение в обществе; *это просто праздный, невежественный и притом ленивый забулдыга, которому, благодаря слепой случайности, удалось уйти от каторги и затем слопать кишащие вокруг него массы «рохлей», «ротозеев» и «дураков» (выделено нами. – Авт.).*

Вместе с тем, как было показано выше, основной составляющей философии современного бизнеса выступает созидание, а не дележ и перераспределение экономических ресурсов, то есть оптимизация реализации явно-частных и латентно-общественных функций. «Все это вместе взятое, – по соображениям И.А.Ильина, – может быть выражено так: *частная собственность должна быть утверждена, но народ должен систематически воспитываться к верному пониманию ее идеи.* Это воспитание должно связать внутреннее переживание частной собственности и внешнее распоряжение ею – с благородными мотивами и социальными побуждениями человеческой души, и соответственно вскрывать и обезвреживать дурные мотивы и побуждения. *Частная собственность есть власть, непосредственно – над вещами, но опосредованно – и над людьми. Нельзя давать власть, не воспитывая к ней. Частная собственность есть свобода. Нельзя предоставлять свободу, не приучая к ее благоупотреблению. Частная собственность есть право: этому праву соответствуют не только юридические выгово-*

[1] *Мартынов В. А.* Вызовы, реалии и шансы России // МЭиМО. 2001. №10. С. 5.

ренные обязанности, но и нравственно-социальные, и патриотические, – нигде не оформленные и не выговоренные обязательства. Частная собственность означает самостоятельность и самодеятельность человека: нельзя исходить от предположения, что каждый из нас «от природы» созрел к ней и умеет ее осуществлять в жизни.

Только сильный и духовно воспитанный дух сумеет верно разрешить проблему частной собственности и создать на ее основании цветущее и социальное хозяйство»[1].

Необходимость качественных сдвигов в философии бизнес-деятельности в России осознается ныне не только учеными, но и самими предпринимателями. «Что касается бизнеса, – заявляет генеральный директор ММВБ А.Захаров, – то ему, видимо, необходимо в первую очередь посмотреть в глубь себя. Он должен понять, каким он стал и в каком направлении ему надо двигаться»[2]. Задача бизнеса, его миссия состоит, по его мнению, в том, чтобы сформулировать общие задачи, общенациональную стратегию развития себя и страны. Надо понять, что хотя часто наши интересы расходятся, нужно договариваться. Самоцивилизация бизнеса – это не какой-то абстрактный вопрос, а действительно важная задача… *Если же говорить о философии бизнеса, то ею должно стать прежде всего не стремление поделить, а желание создавать и развивать*»[3] (выделено нами. – *Авт.*).

Это может быть достигнуто не столько в результате стихийного роста самосознания всего бизнес-сообщества, но прежде всего вследствие целенаправленной политики институтов государства и гражданского общества в этом направлении.

Для того чтобы была конкурентная среда, нужно снять с бизнеса чиновничий пресс, то есть снизить трансакционные издержки. О том как это сделать, сегодня говорится много, но при тех темпах, которыми движется правительство, на решение проблем малого бизнеса уйдет еще, как минимум, года три.

Сложившаяся неконструктивная философия бизнеса подогревается реально действующими институциональными средой и отношениями между предприятиями (фирмами), то есть правилами игры, включая обычаи, нормы государственного регулирования, которые установлены между предприятиями в отношениях обмена и защиты

---

[1] *Ильин И.А.* О частной собственности // Русская философия собственности (XVII–XX вв.). СПб., 1993. С. 132.

[2] *Захаров А.* Философией бизнеса должно стать желание создавать и развивать // НГ-Политэкономия. 2001. №5. С. 3.

[3] Там же.

[4] См.: *Мартынов В. А.* Вызовы, реалии и шансы России // МЭиМО. 2001. №10. С. 6–7.

собственности. По убеждению В.А.Мартынова[4], в России в ее нынешнем переходном состоянии институциональные механизмы, обеспечивающие сделки и трансакции между предприятиями, носят неформальный характер. Другими словами, в России рыночные агенты действуют не по надежным правовым нормам, а по неформальным и неписаным договоренностям, стоящим, как правило, вне и над требованием законов. Причем законов уже много, есть неплохие, но они не действуют.

В этих условиях неформальные институты неизбежно поглощают и деформируют те новые правовые (формальные) институты, которые создаются в соответствии с принятыми законами. Поэтому все рыночные агенты – в большей или меньшей мере, но без исключения – действуют по образу и подобию неформальных. Расчеты за поставленную продукцию производятся не в срок, контракты не выполняются и заработная плата не выплачивается месяцами, кредитные отношения прерываются, о дивидендах вообще нет речи, доходы укрываются, а налоги занижаются и не платятся в срок. Организована цепочка фирм, часто однодневок, для реализации прибыли в офшорах. Бартер заменяет деньги. Коммерческие связи строятся на личных отношениях. Высоки затраты на услуги «частной юстиции». И тем не менее экономические отношения между рыночными агентами, хотя и с большими сбоями, не прекращаются.

В этой непрозрачной, мутной среде плавают все – мелкие, крупные и сверхкрупные фирмы, а также органы государственного управления, государственные и частные учреждения, лоббистские организации и пр. Более того, без этих непрозрачных отношений текущее функционирование хозяйства, по заключению многих экспертов, было бы в России парализовано. Но последствия этого для экономики тяжелы. Неизбежные в таких условиях высокие трансакционные издержки подрывают возможности роста реальной экономики. Нет доверия и надежности в сотрудничестве и кооперации, и это само по себе часто не позволяет даже обсуждать долгосрочные инвестиционные проекты. По верному определению Р.Капелюшникова, российская экономика находится в «институциональной ловушке», когда невозможен ни запрет действующих неформальных правил игры, ни их доминирование[1].

Неконструктивная и недальновидная философия современного российского бизнеса сложилась и в его взаимоотношениях с наемным трудом. Специалисты отмечают, что в последнее десятилетие

[1] См.: *Капелюшников Р.* Где начало того конца? // Вопросы экономики. 2001. № 1. С. 153.

минувшего века уменьшение среднедушевых реальных доходов населения России сопровождалось ростом концентрации капитала у отдельных групп населения. Величина коэффициента концентрации доходов за этот период увеличилась в 1,7 раза. Средний реальный доход на душу населения составлял в 2000 г. чуть больше половины уровня 1990 г., у большинства населения доходы упали еще значительнее.

Уровень реальной оплаты труда с 1990 по 2000 г. упал вдвое – намного больше, чем снизилась производительность труда (на 30%). В 2000 г. на оплату труда наемных работников, включая скрытую, пришлось всего 40% ВВП (в 1997 г. – 50%)[1].

Усиление неравенства в распределении доходов, их низкий уровень у основной части населения и концентрация средств относительно небольшой группой людей понижают совокупный потребительский спрос, делают его односторонним, что не способствует развитию производства и реального сектора экономики. В связи с этим нарастающее социально-экономическое расслоение становится, по мнению отечественных ученых, одной из острых проблем современности. Даже олигархи в лице председателя совета директоров компании «Базовый элемент» О.Дерипаски вынуждены признать, что «в бедной стране, где больше трети населения почти нищенствует, устойчивого развития быть не может»[2].

Предельно низкой остается в стране и мотивация труда, хотя, по сравнению с советскими временами, она претерпела изменения. Большинство работников, естественно, считает высокую заработную плату главным признаком хорошей работы (72% опрошенных рабочих), однако лишь четверть из них связывает высокую заработную плату с лучшей работой[3]. В то же время, по оценкам социологов, в России образовался большой контингент людей (составляющий примерно четверть всех трудовых ресурсов), которые не хотят работать.

Как здесь не вспомнить И.А.Ильина, отмечавшего, что «важно не то, чтобы не было имущественного неравенства, а то, чтобы в стране не было хозяйственно беспочвенных, бессильных, безработных, бесперспективных людей. Каждый такой человек должен испытываться всеми как национально-хозяйственная рана, вредная и опасная для всего народа. Важно, чтобы у каждого был хозяйственно-отправной пункт; чтобы подъем к благосостоянию не был искусственно затруднен; чтобы полезный и продуктивный труд реально

---

[1] См.: МЭиМО. 2001. №10. С. 7.
[2] *Дерипаска О.* От бедности к богатству // Эксперт. 2003. №17. С. 62.
[3] См.: Общество и экономика. 2000. № 11–12. С. 108.

обогащал трудящегося; чтобы масса живо чувствовала поощряющее влияние частной собственности, а также успешность и почетность честного труда»[1].

В сложившихся отношениях между бизнесом и наемным трудом, по определению В.А.Мартынова, образовалась своеобразная ловушка, мешающая стране выбраться из кризисной ямы. С одной стороны, низкий уровень заработной платы стал важным элементом конкурентоспособности экспортируемых товаров и услуг. На этом Россия и выживала в последние годы (1992–2000 гг.). Но, с другой стороны, низкая заработная плата бьет по экономике дважды: во-первых, ограничивает так необходимое для экономического роста расширение внутреннего рынка; во-вторых, порождает тенденцию технического застоя, поскольку инвестиционные проекты модернизации обеспечивают лишь несущественную экономию на заработной плате и потому оказываются в своем большинстве нерентабельными или малорентабельными.

Для того чтобы выйти из этой ловушки, как считают даже представители крупного бизнеса, «необходимо поменять логику подхода к решению проблемы развития страны. Приоритет следует отдать решению социальных проблем – в таком контексте устойчивое развитие экономики, ее рост становятся уже не самоцелями, а средствами и даже объективными следствиями решения проблемы бедности»[2]. По существу речь идет о необходимости формирования и последовательном осуществлении активной социальной политики государства и бизнеса, фактически решающей наиболее животрепещущие экономические проблемы страны.

Таким образом, и государство, и институты гражданского общества (прежде всего политические партии, профессиональные и творческие союзы, объединения предпринимателей, союзы потребителей и т. д.) должны всячески содействовать формированию и утверждению среды, ставящей все бизнес-сообщество перед объективно обусловленной необходимостью перехода от философии «хапка» к философии созидания и развития, т. е. к достижению оптимума в реализации имманентных предпринимательской деятельности явных, частных и латентно-общественных функций.

---

[1] *Ильин И.А.* О частной собственности. С. 131.
[2] *Дерипаска О.* От бедности к богатству. С. 62.