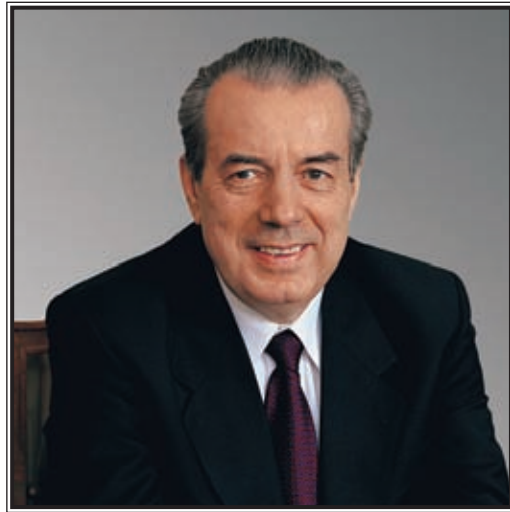


БИЗНЕС- СООБЩЕСТВО: ПРОБЛЕМЫ САМООРГАНИЗАЦИИ



ПРЕЗИДЕНТ РОССИЙСКОГО СОЮЗА ПРОМЫШЛЕННИКОВ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ (РАБОТОДАТЕЛЕЙ)
Аркадий Иванович Вольский

Мне не первый раз предоставляется возможность высказать свой взгляд на проблемы, волнующие общество, на страницах «Федерального справочника». Поэтому его постоянным читателям известны мои личные взгляды, а также позиции Российского союза промышленников и предпринимателей на всех этапах перехода страны к свободному рынку, а это ни много ни мало уже 15 лет. Эту дату Союз имел все основания отметить в июне текущего года, но мы, в отличие от тех, кто отмечает каждый год своего рождения, посчитали правильным сосредоточиться на повседневных заботах бизнеса и общества.

Поэтому на этот раз я решил затронуть тему, которая активно обсуждается в последнее время. Речь идет о проблеме самоорганизации бизнес-сообщества, чем, собственно, и занимался в первую очередь все прошедшие годы РСПП. Делаю это не случайно, так как вокруг нее идет много споров, и, как мне представляется, далеко не всегда наверх берут конструктивные начала. В то же время совершенно ясно, что только хорошо структурированное, организованное бизнес-сообщество способно вместе с властью осуществить реализацию сложнейших социально-экономических задач современного этапа развития нашего общества.

Обратимся к относительно близкой истории становления отечественного предпринимательства и сегодняшним реалиям. Позволю начать с такого сравнения. Как известно, поэт в России больше, чем предприниматель. Сегодня это усвоил, кажется, даже тот, кто вообще-то не очень четко представляет, чем именно занимаются поэты. Предприниматель в России с момента своего «второго рождения» в конце восьмидесятых – тоже больше, чем предприниматель. С самого начала он в первую очередь попал в фокус важнейших общественных мифов, ожиданий, фобий, стал воплощением «новой русской мечты» и вполне идеалистических общественных представлений. И только потом – всем остальным, чем и положено быть бизнесмену «в благоустроенном государстве», – работодателем.

Сегодня образ предпринимателя-работодателя в общественном сознании изрядно потускнел. И прежде всего в сознании представителей именно тех слоев, что еще полтора десятка лет назад его ге-

роизировали и не давали в обиду бюрократам. Вспомним тех же журналистов и социологов. В первой половине девяностых они очень наглядно показывали нам – одни на словах, другие в цифрах и опросах, – как за какие-то два-три года сменились «волны» российского бизнеса. Производственные кооперативы и малые и средние предприятия лихорадочно закрывались и перепрофилировались, сменялись торговые. Нарождающиеся банки стали бодро паразитировать на инфляции, валютных спекуляциях, а кому везло – прокрутке бюджетных денег (причем везло в таких делах отнюдь не случайно). «Реальный сектор» после приватизации (а зачастую и не дожидаясь приватизации) оказался в странном положении – «ни государственный, ни частный», – и в этом более чем странном положении должен был выплывать из массы объективных трудностей перестройки экономики и одновременно – в лице его высшего менеджмента – столкнулся в условиях бесконтрольности и новых возможностей с невиданными прежде способами зарабатывания денег, зачастую никак не связанными с производством продукции.

Однако все эти процессы в экономике и обществе были инициированы отнюдь не бизнесом. Вину за трансформацию российского бизнеса и за обманутые надежды в равной степени должны нести бизнес-сообщество и общество в целом, включая, само собой, интеллектуальную элиту.

При всех изменениях общественного отношения к бизнесу та функция, с которой я начал свою статью, – функция источника новых образцов поведения в широком смысле слова – за бизнесом и работодателями осталась. Осталась объективно – просто потому, что за исключением бизнеса и отчасти в общественной сфере таких образцов больше нигде не возникает; и субъективно – образ жизни и модели поведения бизнесменов и работодателей все шире распространяются и влияют на общественное сознание именно в качестве образцов, негативных и позитивных, для значительной части населения, особенно молодежи.

Впрочем, как и в большинстве других социальных ситуаций, из двух наших традиционных вопросов «что делать?» важнее, чем «кто виноват?» Тем более что как бы сурово ни оценивать роль бизнеса в нынешнем положении, именно бизнес был «лидером» в процессах формирования свободной, независимой личности, нового, рыночного отношения к труду, без чего никакой общественной, экономической, политический прогресс просто немыслим. Может ли теперь бизнес-сообщество сыграть аналогичную роль источника образцов в воспитании личности не только свободной, но и социально ответственной?

В обществе, где «новые русские» воспринимаются чуть ли не как синоним социальной безответственности, «беспредела», подобный вопрос звучит почти издевательски. И тем не менее я убежден, что ответ на него может быть положительным. Но если образцы свободной личности мог рождать бизнес как таковой, то образцы социально ответственного поведения может формировать только бизнес-сообщество, прежде всего в качестве работодателя.

Власть добровольно или вынужденно отказалась от многих своих прежних прав и привилегий. А жизни «как на Западе» все равно не получилось. Скорее, наоборот. И тогда вдруг выяснилось, что становым хребтом «нормальной» жизни является отнюдь не только свободная личность, а весь сложный комплекс, обозначаемый понятием «гражданское общество». В том числе и огромное количество взаимопроникающих и пересекающихся групп интересов – групп, в которых люди объединены не только объективными общими интересами, но и отчетливым осознанием этих самых интересов, готовностью отстаивать их.

Отношения группы с обществом и отношения каждого из ее членов с группой в целом подвергаются как бы двойному контролю: законодательства, определяющего взаимные права, обязанности и ответственность этих групп и остального общества, и собственных внутригрупповых норм, неписаных правил поведения – норм внутригрупповой корпоративной морали, не обязательно прописанных формально. В последнем случае соблюдение норм группой и ее членами контролируется не только взаимным общественным давлением самих членов группы, но и механизмами внутреннего самоуправления группы, а когда надо, и законом.

Именно такого рода отношения, опосредованные самоуправляющимися объединениями, и имеют в виду во всем мире, когда говорят об отношениях между бизнесом и государственной властью.

Когда Петр I начинал свой вариант радикальной экономической реформы, одной из первых его мер было учреждение Бурмистерской палаты (она избиралась купцами и промышленниками



для представительства их общих интересов перед властями) и повеление «иметь всем купецким людям меж собою с общего совета установление, как пристойно бы было к распространению торгов их, от чего надлежит быть в сборах великого государя казны пополнению»¹.

В большинстве стран мира огромное количество проблем экономической политики и трудовых отношений решаются именно по согласованию между правительством и отраслевыми или национальными объединениями предпринимателей-работодателей. Мнение бизнеса, организованного в объединениях, союзах, ассоциациях, непременно запрашивают при обсуждении экономических мер. Эти же объединения, что очень важно, весьма строго и придирчиво контролируют этичность делового поведения своих членов.

У нас ничего похожего к моменту начала реформ не было. Разумеется, смешно было бы винить в этом только власть. Объединять бизнес в России гораздо труднее, чем в других странах, где традиции самоуправляющихся профессиональных сообществ существовали веками. Да и разделяет бизнесменов в России гораздо больше, чем в других странах. Они не столько конкурируют за место на рынке, сколько ожесточенно соперничают за привилегированный доступ к ограниченным природно-минеральным ресурсам и отчасти за монопольные возможности эксплуатировать те или иные особо прибыльные фрагменты рынка.

К тому же для деловых людей России характерно традиционное недоверие к разного рода объединениям как к источнику бюрократической власти над деловым человеком и к очередной кормушке для бюрократов. В этом, в частности, была одна из причин того, что реформы в стране развивались по далеко не оптимальному варианту. Поэтому нужно искать факторы, которые способствовали бы объединению российского бизнеса. Этим занимался все прошедшие 15 лет РСПП.

Прежде всего весь бизнес, по крайней мере некриминальный, объективно связывают общие интересы. Начнем с того самого общего интереса, который еще Петр I приводил как главный мотив учреждения Бурмистерской палаты: защита от поборов представителей власти.

Социологи, регулярно опрашивающие представителей бизнеса, интересуясь в числе прочего и основными трудностями, и препятствиями в работе, на одно из первых мест единодушно ставят «административный рэкет» – вымогательство и поборы со стороны представителей власти.

Помимо простого вымогательства взяток, у местных властей, как у Остапа Бендера, существует еще не одна сотня способов «сравнительно честного отъема иuvoда денег». Различного рода «добровольно-принудительные», а то и просто обязательные, хотя и совершенно незаконные, отчисления в различные внебюджетные фонды, которыми бесконтрольно распоряжается местная администрация.

Очевидно, что в одиночку никакой бизнесмен не сможет сопротивляться поборам да и не захочет лично портить отношения с начальством. Для большинства это практически означало бы уход из бизнеса. Но вот организацию, которая встала бы между ним и «госрэкетирами», каждый, скорее всего, приветствовал бы при условии, что действие ее распространялось бы равно на всех. Коллективный, обезличенный характер РСПП и его действий избавляет каждого от персонального риска. И, с другой стороны, никто не будет действовать в обход от нас, создавая себе таким образом «особые отношения» с представителями власти в ущерб конкурентам. Таким образом, один, и вполне древний, общий интерес у бизнесменов сегодня нами создан.

Вторым таким интересом является создание в России благоприятного климата для инвестиций. Этот интерес тоже объединяет всех: и тех, кто нуждается в инвестициях, и самих потенциальных инвесторов. Бегство капиталов (кроме криминальных доходов – о них разговор особый) происходит не от хорошей жизни, тем более что возможности получения прибыли на развивающихся рынках, к которым принадлежит Россия, достаточно высоки. Да и владение собственным делом, контроль над ним, возможность передать его по наследству для многих предпринимателей психологически важны, а переводом капиталов за границу этого, разумеется, не добиться.

¹ Князьков С. «Очерки из истории Петра Великого и его времени».

СПб, издание Книжного магазина В.П. Луковникова. 1914. С. 330.



Еще один очевидный общий интерес – защита уже имеющегося имущества и статуса от возможных социальных катаклизмов, поддержание социальной стабильности. Сегодня часто говорят, что благотворительность бизнеса – это вклад в социальную стабильность. Верно, но лишь с серьезными оговорками. Во-первых, это должна быть именно благотворительность бизнеса, а не только отдельных бизнесменов. И по масштабам, и по «субъекту» – так, чтобы улучшался образ бизнеса в целом, а не какого-то конкретного благотворителя, и по ее освещению в СМИ, и восприятию в массовом сознании.

Кроме того, при нынешнем положении дел любой бизнесмен, делая сколько-нибудь щедрые затраты на благотворительность (а делу могут помочь только щедрые затраты, мелкими подачками от общественного кризиса не откупишься!), не имеет никакой уверенности, что коллеги-конкуренты последуют его примеру. Ведь никакой среды, настоятельно побуждающей бизнесменов к подобному поведению и хотя бы морально наказывающей за уклонение от такого поведения, нет. Значит, чем более благороден (социально ответствен, разумен в долгосрочном плане и т.п.) бизнесмен – тем в более невыгодное, а то и угрожаемое положение ставит он себя по отношению к конкурентам. С экономической точки зрения сколько-нибудь значительные затраты на благотворительность могут быть безопасны для бизнесмена лишь в том случае, если он уверен, что и его конкуренты волей или неволей будут вести себя примерно так же. Это также может обеспечить лишь достаточно структурированное и жесткое деловое сообщество.

С общей заинтересованностью в социальной стабильности тесно связана и объективная заинтересованность в общественном лице, общественном образе или, как теперь стали говорить, «имидже» бизнеса. Бизнес, по крайней мере влиятельный и «респектабельный», становится все более заинтересован в благоприятном общественном образе. Это касается и позитивного образа его целей, и действий, и того, чтобы число громких скандалов уменьшилось хотя бы на порядок, и чтобы как можно больше разногласий улаживалось цивилизованным образом – предпочтительно в рамках обсуждений и согласительных процедур самого бизнес-сообщества, чем в разного рода «разборках» и скоординированной кампании по пропаганде желаемого образа бизнеса и бизнес-сообщества в целом.

Есть и немало других интересов, объективно общих для всего российского бизнеса и создающих предпосылки для компромиссов при самой ожесточенной конкуренции.

Дело бизнесменов – бизнес. Это ясно. Ждать, что они пожертвуют существенную часть своего времени и сил на общественную работу в ассоциациях на пользу не только себе, но и потенциальным или реальным конкурентам, да еще в организациях, инспирированных государством, – тоже трудно. Они и у своих-то коллег по бизнесу будут вызывать недоверие: раз полез в общественную деятельность – значит что-то не так с собственным бизнесом. И все же среди бизнесменов достаточно велика доля социально активных людей – как показывает практика РСПП, она там гораздо выше, чем среди населения в целом. Эти качества как раз и служат еще одной из «точек опоры» для создания бизнес-сообщества, каким является наш Союз. Он, без всякого преувеличения, сегодня является самой устойчивой, упругой и эффективной, востребованной самой жизнью общественной организацией деловых людей. РСПП наряду с Правительством и объединениями наемных работников (профсоюзами) составляет базу, главную предпосылку не только устойчивости, но и благополучия как в общественно-политических, так и социально-экономических отношениях. За годы реформ мы испили до дна горькую чашу произвольных экспериментов и теперь используем только испытанные, оправдавшие себя во времени и в пространстве методы работы. Российский союз промышленников и предпринимателей несколько лет назад прибавил к названию еще один термин – «работодателей».

Это отнюдь не формальная прибавка. Она указывает на существенные перемены в идеологии, политике, стратегии и тактике нашего Союза. Отныне мы нацелены на активную лоббистскую деятельность в пользу наиболее экономически активной части российского общества, на оказание услуг бизнес-сообществу, на развитие взаимодействия со всеми структурными компонентами российского общества. Короче, мы не только точка опоры, но сегодня, пожалуй, уже активная сторона в системе базовой социальной модели рыночных отношений. Быть может, мы еще не многого достигли на этом пути, но нами избрано правильное направление. Наш Союз, представляя интересы бизнес-сообщества, в конструктивном взаимодействии с другими объединениями предпринимателей постарается, конечно, сделать все от него зависящее для возрождения России.