

СОЦИАЛЬНОЕ МЕЖСУБЪЕКТНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ СОГЛАСИЕ КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Рассматривается предпринимательство как условие формирования новой модели экономики. Автор исследует основные характеристики современного этапа развития и предлагает свое видение данного вопроса. Развитие предпринимательства в статье изучается с точки зрения социального партнерства, социальной ответственности, саморегулирования, со-регулирующего. Уделяется внимание культурологическому фактору в развитии современного предпринимательства (экономическая культура, предпринимательская культура), обосновывается необходимость междисциплинарного подхода к модернизации российской экономики, основанного на культурологии, философии, экономике.

В настоящее время имеется множество подходов к описанию тех процессов, которые происходят в экономике и обществе. Это проявляется в существовании разнообразных моделей – предпринимательское общество, социальное партнерство, общество корпоративного гражданства, социальное государство и т.д. Попытаемся разобраться в основных характеристиках и предложить свое видение данного вопроса.

Среди основных черт, присущих современному обществу, как правило, выделяют предпринимательство в его различных формах. Тем не менее окончательного определения данного понятия (в том числе и «предприниматель»), позволяющего отразить суть его как социально-экономической категории, не существует. Имеющиеся подходы ограничиваются рассмотрением данной категории только с экономической точки зрения, не учитывая, что предприниматель прежде всего человек со всеми присущими ему качествами и потребностями, в том числе и характерными для него как члена социума.

Анализ сущности предпринимателя (следовательно, и предпринимательства) с позиции традиционной рыночной экономики не позволяет достаточно точно отразить особенности современного этапа развития общества (экономики), проявляющиеся и в предпринимательстве. Объяснение феномену современного предпринимательства следует искать как в практике, так и в теории, в том числе обеспечивать верифицируемость выводов с учетом состояния современного мировоззрения.

Нельзя понять суть предпринимателя (индивидуального, коллективного), не рассматривая одновременно экономический, экологический, нравственный, психологический, социальный и философский аспекты. Более того, необходимо исследовать роль государства (и прежде всего социальную) как в смягчении социальных издержек рыночного хозяйства, так и в создании условий для самоактуализации любого человека, в том числе и предпринимателя.

Отечественные исследования предпринимательства сталкиваются с методологическими проблемами, обусловленными неясностью самого субъекта предпринимательства. Большинство ученых исходят из концепции трудовой деятельности и активности. В соответствии с таким подходом каждый человек может стать предпринимателем. Это, на наш взгляд, чрезмерно упрощенное представление.

Данная (предпринимательская) социальная прослойка изначально не может быть большой, учитывая специфические требования, предъявляемые для успешного предпринимателя (способности, возможности). В связи с этим в развитых странах, где более двух веков формирование предпринимательства возведено в ранг государственной политики, предпринимательский слой составляет лишь порядка 4 %.

В России и странах СНГ предпринимательством занимается почти 30 % населения. Это обусловлено тем, что отсутствует четкость в понимании предпринимательства как классического субъекта определенной группы с четкими границами и критериями формирования. В России несколько групп претендует по сфере своей деятельности относиться к предпринимательству:

- бизнес-элита общества, финансовые и промышленные олигархи;
- директорский корпус приватизированных предприятий;
- мелкий и средний бизнес;
- предпринимательство, основанное на криминальных отношениях;
- мелкие предприниматели, работающие в основном для того, чтобы обеспечить самозанятость или уйти от низкой заработной платы в государственном секторе.

В развитии предпринимательства в России необходимо учитывать также и значение не только государственной, но и общественной поддержки. Определенная часть населения в настоящее время ни любить, ни уважать предпринимателей не готова. Ситуация усложняется, в том числе, наличием и обострением бедности (социальной бедности, экономической бедности). Большое количество бедных затрудняет развитие предпринимательства и представляет серьезную угрозу национальной безопасности.

Однако духовная скудость страшнее материальной бедности. Государство и общество должны объединять свои усилия по преодолению духовной бедности всех слоев населения, в том числе формирующегося предпринимательства. Духовное воспитание не ограничивается рамками только морали. Оно включает в себя и все культурное наследие. Имевшая место деградация российской культурной сферы, особенно усиленная переходным процессом, не могла не отразиться на личности предпринимателя.

В этих условиях огромное значение приобретает государственное регулирование по созданию среды, благоприятной для высоконравственного предпринимательства. В связи с этим целесообразны следующие мероприятия:

- создание стабильного, эффективного «правового поля», учитывающего не только экономические, но и социальные, моральные принципы (принципы социальной справедливости с юридической точки зрения), сводящие на нет или минимизирующие возможности произвола и социальной безответственности предпринимателей;
- создание института лицензирования руководителей предприятий всех форм собственности. Социально ответственное и нравственное поведение руководителя должно обеспечиваться благодаря институциональному закрепу

лению обязанностей через государственную лицензию, выдаваемую руководителю уполномоченным на это соответствующим государственным органом. Выдаче лицензии руководителю должна предшествовать сдача специального экзамена, специальное тестирование и принятие на себя моральных обязательств (как в медицине);

- обязательность публичного обнародования миссии предприятия и этического кодекса поведения;

- обязательность периодической комплексной оценки деловой репутации предприятий силами независимых экспертов и публикации ее результатов в средствах массовой информации. Существующая рейтинговая оценка в данном случае неприемлема, поскольку ориентирована только на оценку финансового состояния.

Формирование общественного мнения о деловой и социальной репутации предприятия будет стимулировать руководителя, стремящегося к успеху и процветанию предприятия, серьезно относиться к выбору методов ведения бизнеса.

Поскольку человеческое общество не может существовать без культуры (можно говорить лишь о разном ее уровне), то государство в интересах всех своих граждан должно эффективно управлять процессом ее формирования. Экономическая культура – это своеобразная проекция общей культуры на сферу социально-экономических отношений. Под экономической культурой будем понимать способ взаимодействия экономического сознания и экономического мышления, проявляющийся в тех или иных формах поведения (экономического) человека.

Экономический опыт формирует определенное состояние экономического сознания (а следовательно, и экономического мышления как формы его проявления) конкретного человека, социальной группы, общества в целом, в последствии проявляющееся в определенном экономическом поведении. И чем эффективнее отмеченное взаимодействие, тем эффективнее и экономическое поведение.

Нельзя сводить экономическую культуру только к культуре рыночных отношений, поскольку в любой национальной экономике сосуществуют различные уклады. Это характерно для любого типа экономической системы, для любого уровня развития национальной экономики.

Учитывая соответствие каждому укладу своей культуры, можно утверждать, что экономическая культура любой страны формируется под воздействием:

- общей культуры общества;
- культуры соответствующего типа экономической системы (например, рыночной);
- культуры различных укладов;
- государства.

В условиях несовершенства управления взаимодействием экономического сознания и экономического мышления невозможно рассчитывать на высокую эффективность экономического поведения. А это, в свою очередь, определяется также и полнотой реализации основных функций экономической культуры:

- 1) трансляционная функция (передача сформировавшихся ранее норм);

- 2) селекционная функция (отбор из массы унаследованных только тех, которые необходимы для последующего развития общества);

- 3) инновационная функция (обновление в результате собственной выработки новых норм или заимствования у других культур).

Основной проблемой при формировании экономической культуры является то, что одновременно должны проходить два разнонаправленных процесса. На одних этапах развития общества наблюдается дисфункция процессов сохранения норм, а на других – дисфункция процессов обновления.

Процесс дисфункции (разрушения, отказа) прежней экономической культуры не проходит без достаточно серьезных последствий для будущего функционирования данного общества. Примером из отечественной истории, может служить отказ от различных форм конкуренции и предпринимательства и исчезновение впоследствии практически всех форм активного экономического поведения, их замена на другую систему ценностей, введение уравнилельных принципов. В результате сформировалась модель пассивного экономического поведения, прежде всего характеризующаяся отсутствием творчества, перспективы, возможности самоактуализации человека в избранной сфере деятельности. Изменение экономической культуры, а следовательно, и модели экономического поведения человека, социальной группы, общества возможно в течение достаточно длительного времени (не одного поколения). Ускорить этот процесс можно только благодаря целенаправленной, продуманной, взвешенной системе государственного регулирования, основанной на стремлении к достижению социального согласия в обществе при неуклонном экономическом росте.

К сожалению, в условиях плановой экономики нельзя говорить о реализации всех функций экономической культуры в полной мере. При осуществлении трансляционной функции преобладала зависимость от идеологии, политики, декларативность и директивность. В реализации селекционной функции имело место преобладание культурного однообразия. Что же касается инновационной функции, то она была практически сведена к нулю.

Экономическая культура в связи с этим может рассматриваться как неотъемлемая часть социального механизма воспроизводства определенных эталонов экономического поведения человека, отдельных социальных групп, общества. Благодаря особенностям, присущим экономической культуре, и влиянию культуры на все процессы функционирования общества (прямо или опосредованно), сформировались различные модели рынков труда (японская, американская, европейская, скандинавская и др.), варианты структурных политик (японский, американский и т.д.).

Предпринимательская культура является неотъемлемой частью экономической культуры, в то же время оказывая значительное влияние и опосредованно на культуру общества в целом. Кроме того, на наш взгляд, нельзя отождествлять предпринимательскую и экономическую культуру, поскольку имеются серьезные отличия между хозяйственной и предпринимательской деятельностью.

Влияние на человека (общество) всех составляющих культуры общества происходит одновременно, и каждая личность находится в состоянии постоянного нравственного выбора. Поскольку в этом выборе проявляется нравственная зрелость каждой личности (группы, общества в целом), то государство должно проводить

постоянно взвешенную и эффективную политику нравственного воспитания всего общества, отдельных его групп, индивидуумов. С другой стороны, предпринимательская культура (как и любые нравственные и этические нормы) не может навязываться сверху, она постепенно вырабатывается (изнутри), в том числе завися от ориентации на краткосрочную или долгосрочную перспективу функционирования хозяйствующего субъекта.

Тем не менее государство не может отказываться от решения столь сложной задачи. В связи с этим действия государства в этом направлении должны быть не разовыми или носить характер «пожарной команды», а основываться на системе предупредительных мер фундаментального характера.

Предпринимательская культура проявляется в духе организации, в уровне ее духовного развития (предпринимательская культура в узком смысле). Рассматривая предпринимательскую культуру в широком смысле, следует в ее состав включить помимо духовного развития и уровень материального развития. Кроме этого, предпринимательская культура в широком смысле – результат суммирования процессов на микроуровне, которые, в свою очередь, зависят от уровней развития культуры предпринимательства и культуры общества в целом (на макроуровне).

Под предпринимательской культурой будем понимать совокупность поведенческих характеристик, присущих субъекту предпринимательства (индивидууму, организации, предприятию), и характеризующую его способность к самовоспроизводству составляющих компонентов и поддержания своей самотождественности.

В свою очередь, культуры различных субъектов предпринимательства, суммируясь, образуют новое в качественном отношении целостное явление, которое характеризует культуру взаимодействия между предприятиями по горизонтали и по вертикали, присущую данному региону и стране в целом. Региональная этика охватывает особые, отличительные нормы поведения представителей данной территории.

На наш взгляд, при формировании современной модели российского общества (в том числе экономики) очень важно учитывать культурологический подход.

Другой характерной чертой, отражающей взаимоотношения в обществе (экономике) и их состояние, является социальное партнерство. Теория социального партнерства, или классового сотрудничества, получила свое распространение в западных странах после Второй мировой войны. Изучение и обоснование идеи социального партнерства учеными-экономистами началось еще в XIX в. в работах А. Смита, Д. Рикардо, Дж. С. Милля, а в XX в. – Дж. Гелбрейта, Р. Арона, Л. Эрхарда, В. Репке, сторонников демократического социализма – Дж. Стрейчи, У. Пальме, а также в трудах теоретиков лейборизма.

Партнерство в интерпретации западных экономистов рассматривается с нескольких точек зрения:

- совместная деятельность предпринимателей с целью извлечения прибыли;
- система этических норм между участниками предпринимательской деятельности;
- философия взаимодействия между отдельными группами, организациями и обществом в целом.

Социальное партнерство зачастую воспринимается как «четвертый фактор производства». Социальное парт-

нерство основывается на признании прав и достоинств каждой их участвующих (договаривающихся) сторон.

Отношения собственности являются определяющими во взаимоотношениях между предпринимателем и наемным работником. От этого зависит характер развития производительных сил и производственных отношений, формы экономических и социальных связей, эффективность производства.

В соответствии с двойственной природой труда всякая частная деятельность является и общественно значимой. А следовательно, необходимо, чтобы социальное партнерство основывалось на принципах социальной справедливости.

Подобно тому как частный труд, воплощенный в товаре, принимает общественную форму в момент его реализации, так и подобные превращения происходят с прибылью. Прибыль из категории, характеризующей частный труд, становится экономической категорией, характеризующей общественный труд. Это является экономическим источником для социального партнерства. Однако прибыль в настоящее время уже не может восприниматься как универсальная и единственная, всеобъемлющая характеристика предпринимательской деятельности. Все большее значение придается качественным характеристикам, прежде всего таким, как участие наемных работников в управлении хозяйствующим субъектом, стабильности, устойчивости объекта и др. Следовательно, намечающуюся тенденцию коротко можно сформулировать следующим образом – переход от прибыли как универсального показателя предпринимательской деятельности к показателям, характеризующим возможности самоактуализации человека. Условием этого является баланс интересов всех участников предпринимательской деятельности, членов общества, различных социальных групп на основе принципов социальной справедливости.

Необходимость постепенного отказа от широко распространенной ранее мысли в обществе о том, что собственник средств производства незаконно присваивает прибавочный продукт, обусловлена потребностью обеспечения политической и социальной стабильности в обществе, дальнейшего устойчивого развития экономики. В связи с этим структура создаваемого продукта (необходимый и прибавочный продукт) определяет, в конечном итоге, состояние социального партнерства.

Государство активно вмешивается в регулирование трудовых отношений, поскольку это необходимое условие поддержания социального мира в обществе, а также один из факторов современного экономического роста национальной экономики. Роль государства как социального партнера проявляется в следующем:

- согласование социально-экономической политики (в том числе политики доходов);
- согласование ряда критериев и показателей социальной справедливости, установление мер по гарантии защиты интересов всех субъектов социального партнерства;
- утверждение системы общечеловеческих ценностей в различных сферах общественно полезного труда;
- участие в разрешении разногласий между участниками воспроизводственного процесса;
- признание необходимости участия наемных работников в управлении процессами, происходящими в экономике и обществе.

Социальное партнерство может стать реальным, стабильным и эффективным при соблюдении принципов социальной справедливости. В настоящее время нельзя констатировать обеспечение всех необходимых условий для окончательного формирования системы социального партнерства в России. Сделано немало, но предстоит решить еще многие проблемы в этой области.

Следующая характерная черта, отражающая взаимоотношения между всеми членами современного общества, — это изменение роли предпринимателей и расширение сферы их ответственности за состояние в обществе в целом, отдельной его части (регионального сообщества).

Концепция социальной ответственности предпринимательства основывается на трансформации прежних представлений о сущности предпринимательства. Распространенные ранее представления о предпринимательстве как деятельности, направленной прежде всего на получение прибыли, индивидуальное обогащение, постепенно дополняются пониманием его как источника общественного благосостояния, обеспечения условий по достижению социальнозначимых ценностей.

Социальная ответственность российских предпринимателей имеет исторические корни. Однако современный российский предприниматель стал иным, и нет необходимых условий в полной мере для того, чтобы одновременно были возрождены былые традиции русского купечества.

В целом нельзя сказать, что в России к настоящему времени окончательно сформировалась модель социальной ответственности предпринимательства. Это можно отчасти объяснить тем, что в ходе трансформационных процессов смена ценностей и нравственных ориентиров не сопровождается появлением новых, социально привлекательных и интегрирующих общество национальных идей (или идеи). Меркантилизация человеческих отношений неминуемо ведет к падению нравственности, усилению эгоизма (индивидуального, группового).

Характерными чертами экономического поведения российских предпринимателей становятся:

- чрезмерно высокая зависимость от поведения лиц, принимающих решения и наделенных практически бесконтрольными полномочиями (собственники, руководители);
- значительная дифференциация в оплате труда руководителей и рядового персонала предприятий;
- ориентация многих руководителей на достижение краткосрочных целей потребительского характера (получение личных доходов);
- коррупция на различных уровнях управления и власти;
- криминализация экономики и общества;
- низкая эффективность использования основных производственных фондов и оборотных средств.

Общепринятого определения социальной ответственности предпринимательства в международной практике не существует. Тем не менее можно выделить некоторые основные характеристики социальной ответственности предпринимательства:

- относительная свобода;
 - своеобразный договор между населением, предпринимателями и государством;
 - соблюдение законодательства (трудового, налогового).
- Социальная ответственность предпринимательства мо-

жет быть рассмотрена с различных точек зрения:

- 1) с точки зрения работодателя;
- 2) с точки зрения партнера (ответственный деловой партнер);
- 3) с точки зрения гражданина (ответственный гражданин).

Пристальное внимание к социальной ответственности предпринимательства обусловлено:

- усилением взаимодействия между предпринимателями и обществом, что является гарантией благополучия и стабильности как первого, так и второго;
- расширением ответственности предпринимательства, отказом от своеобразного эгоизма — условиями и факторами выживания самого предпринимательства и основой повышения его конкурентоспособности.

Предпринимательство берет на себя функции, формирующие новую модель российской экономики, общества с субъективно-психологическими, нравственными подходами при активном участии государства.

Основными сферами социальной ответственности предпринимательства являются сферы инвестиций, производства, занятости работников, экология. Социальная ответственность и нравственность предпринимательства зависят от нравственного состояния общества в целом.

Достаточно новое понятие для современной России — «саморегулирование хозяйственной деятельности». С экономической точки зрения саморегулирование понимается как регулирование определенных рынков и сфер хозяйственной деятельности самими экономическими агентами без вмешательства государства. Саморегулирование, с одной стороны, предполагает установление определенных формализованных правил для участников на определенном сегменте рынка. С другой стороны, означает создание специальных организационных структур (организации саморегулирования), которые наделяются определенными полномочиями и частью прав экономических агентов. Таким образом, формируется трехсторонняя структура управления сделками. Особенностью саморегулирования является то, что третьей стороной выступает не государство (его судебно-арбитражная система), а специальные организации, создаваемые и контролируемые самими участниками.

Вырабатываемые правила саморегулирования являются легитимными и не противоречат государственным нормативным актам. Более того, нормы саморегулирования могут:

- дополнять государственные правовые регуляторы;
- расширять состав государственного «правового поля»;
- ужесточать нормы государственного регулирования (такой подход может быть обусловлен спецификой регулируемой сферы);
- компенсировать правовой «вакуум» в сферах, где отсутствует по каким-то причинам государственное регулирование вообще или данная система формируется ранее механизма государственного регулирования деятельности в данной сфере.

Зачастую саморегулирование отождествляют с саморегулированием, хотя это различающиеся между собой подходы к формированию состояния общественного согласия. Если сравнить социальное партнерство, саморегулирование и саморегулирование, то можно выделить присущие им как общие, так и специфические черты (таблица).

Сравнительная характеристика различных подходов к достижению межсубъектно-производственного согласия

Признак	Социальное партнерство	Саморегулирование	Со-регулирование
Общие черты			
1. Совместное участие в регулировании правил и норм функционирования 2. Стремление к достижению и поддержанию баланса интересов (национальных, региональных, предпринимательских, коллективных, индивидуальных) 3. Трехсторонние соглашения 4. Влияние на развитие национальной экономики			
Отличительные черты			
Цель	Согласование интересов различных участников	1. Защита интересов предпринимателей в данной сфере. 2. Необходимость учета интересов потребителей или угроза вмешательства государства рассматриваются как внешние ограничения	Согласование интересов различных участников
Состав участников	Представители: – государства – предпринимателей – наемных работников	1. Организация самоуправления 2. Члены данной организации 3. Другие заинтересованные организации (представители «спорной» стороны)	Представители: 1) государства 2) предпринимателей 3) другие заинтересованные организации (потребительские, профсоюзные и др.)
Функционирование	Система соглашений: – генеральные – отраслевые (тарифные) – социальные – коллективные договоры	В соответствии с положениями, регулирующими деятельность организации саморегулирования	1. Введение представителей общественности в структуры управления крупными корпорациями (прежде всего естественных монополий) 2. Введение представителей предпринимательства и (или) общественности в государственные регулирующие органы
Сфера интересов	Ограничивается только сферой трудовых взаимоотношений	Сфера интересов не ограничивается только экономической сферой, затрагивается и сфера общественных интересов	Сфера интересов не ограничивается только экономической сферой, затрагивается и сфера общественных интересов
Мотивация	Достижение баланса интересов различных участников	Получение конкурентных преимуществ или иных частных благ	Достижение баланса интересов различных участников
Форма участия	Представители интересов государства, предпринимателей (объединения, ассоциации), наемных работников (профсоюзные организации)	Отдельные хозяйствующие субъекты	Бизнес-ассоциации, в том числе организации самоуправления. Отдельные хозяйствующие субъекты принимают участие, если частные выгоды от участия превышают частные издержки (для тех, кто обладает монопольным или доминирующим положением на рынке); если имеется возможность получения иных выгод (политический эффект и т.д.)

Формирование российского социально ответственного предпринимательства возможно через создание в обществе такой культуры и морали, которые побуждали бы предпринимателей заботиться не только о собственном благополучии, но и о благосостоянии всего общества. Это достижимо только благодаря созданию государством соответствующих условий. Кроме того, отмеченные процессы могут получить благоприятные условия для реализации при демократизации общества, т.е. в гражданском обществе. По способности населения к самоорганизации можно судить о развитии гражданского общества и его перспективах. Именно поэтому государству необходимо уделять большое внимание созданию и регулированию всех составляющих механизма создания нравственно-активного общества.

В развитом гражданском обществе индивиды взаимодействуют с государством опосредованно, в составе соответствующего общественного института. И разви-

тие гражданского общества требует постоянной работы государства по обеспечению социального мира и согласия, что особенно актуально в процессе перехода от одной экономической системы к другой. Социально-экономическая характеристика гражданского общества проявляется следующим образом:

– в экономической сфере – это условия для формирования среднего класса (мелкие и средние частные предприятия, кооперативы, акционерные общества, другие хозяйствующие субъекты, создаваемые гражданами по собственной инициативе);

– в социальной сфере – это семья, органы самоуправления, политические партии и другие общественные организации, негосударственные исследовательские институты по изучению общественного мнения;

– в духовной сфере – структуры, позволяющие осуществить свободу совести, мысли и слова (негосударственные институты и средства массовой информации,

добровольные научные, творческие, профессиональные и подобные объединения).

Особенностью современной России является наследие интеллигенции в основном для технико-технологической сферы экономики и при этом значительный дефицит массового интеллекта, в том числе отсутствие массовой политической культуры. Отставание массовой интеллектуальности обусловлено, в свою очередь, и запаздыванием общественного развития на отдельных исторических этапах. Так, например, первый университет появился в России несколькими столетиями позднее, чем в европейских странах. На путь индустриализации Россия также встала значительно позднее других стран. В 1917 г. в России около 70 % населения были элементарно безграмотны, а лишь 3–4 % населения имели навыки регулярного чтения. В условиях же плановой экономики необходимо было решить задачи по созданию материально-технической базы новой экономической системы в сжатые сроки, что и обусловило коренные изменения в сфере образования (массовое образование, преобладание подготовки инженерно-технических и административных кадров). Основной контингент советской интеллигенции составили выходцы из внеэлитных слоев. Тем не менее массовое образование не позволило преодолеть социокультурный разрыв между интеллектуальной элитой и основной массой населения.

Неспособность населения к эффективной самоорганизации (общественной, политической) проявилась в неразвитости структур гражданского общества. В этих условиях любые попытки усилить государство в долгосрочной перспективе неизбежно ведут к усилению государственной бюрократии. В России общество беспомощно, поскольку не способно контролировать действия государства. Поэтому необходимо сформировать новую модель общества (нравственно-активное общество). Предлагаемая модель, на наш взгляд, позволит создавать развитые структуры гражданского общества в результате процесса самоорганизации населения. Для этого необходимо помимо рассмотренных ранее условий обеспечить массовое усвоение политической и правовой культуры демократии, причем данную работу (политического просвещения) должна осуществить интеллигенция (гуманитарная). Должна быть также перестроена система образования, формирующая граждан с активной жизненной позицией.

Другая проблема, которая должна быть разрешена, — это выбор направления трансформации российского общества (стабилизация или модернизация). Модернизация может проводиться по мобилизационному и инновационному типам. Главным условием перехода к инновационному типу модернизации общества (экономики) является экономическая и социально-политическая активность населения, и прежде всего его образованной части, выступающей своеобразным носителем национального интеллекта. Именно осознанный выбор социально-политической позиции образованной части российского общества и определит дальнейшее направление и эффективность этой модернизации.

Проблема модернизации российского общества, устойчивого развития национальной экономики связана также с культурным и нравственным потенциалом общества. Для ее решения необходим междисциплинарный подход, основанный на экономике, социологии, психологии, культурологии, философии. Именно поэтому необходимо определиться с основными положениями по формированию новых моделей экономики и общества (новизна модели, ее специфика, приемлемость, целесообразность, роль государства, система и механизм государственного регулирования и т.д.). Недостаточно понять и объяснить процессы, происходящие в экономике и обществе, их необходимо изменить с учетом основополагающих принципов, и прежде всего социальной справедливости.

Социальное партнерство, выведенное за рамки трудовой сферы, характеризует новое качественное состояние отношений между всеми участниками, которое соответствует развитию их социальной ответственности. Формирование социальной ответственности предпринимательства, в свою очередь, должно рассматриваться как неотъемлемое условие (а социальное партнерство — как инструмент) нового общества. Это возможно благодаря постепенному усилению работы внутри хозяйствующего субъекта по созданию нравственного климата, и последовательному, постоянному вовлечению в сферу его интересов также местного сообщества. И чем активнее будет развиваться модель нравственного предпринимательства, тем реальнее будет процесс формирования новой модели российского общества — нравственно-активного общества. Однако это невозможно без серьезного внимания государства к возрождению духовности, подъему культуры, образования (рис. 1).

Другое понятие — «корпоративное гражданство», на наш взгляд, не в полной мере отражает современные тенденции развития человеческой цивилизации. И его можно рассматривать и принимать только как промежуточное (но не вершину в развитии) состояние в эволюции экономики и общества, поскольку здесь прежде всего отражается производственный (индустриальный) подход. В связи с общепринятыми тенденциями по гуманизации не только труда, а прежде всего общества, усилению внимания к человеку и возможностям его полной самоактуализации, на наш взгляд, с учетом российского менталитета более целесообразно вести речь о формировании модели нравственно-активного общества.

Предпринимательство можно рассматривать как одну из возможных форм самоактуализации человека и условие формирования новой модели экономики. Кроме того, предпринимательство активизирует человека в переходной России. Это выражается в возможности испытать себя в новой роли, в новом качестве; переходе от иждивенческого отношения к жизни (государство должно, государство обязано, государство все сделает) к активному; переходе к новой модели взаимоотношений государства и общества, где появляется новый субъект (предпринимательство), с которым необходимо по-новому строить отношения (чем это было в государственном секторе в плановой экономике).

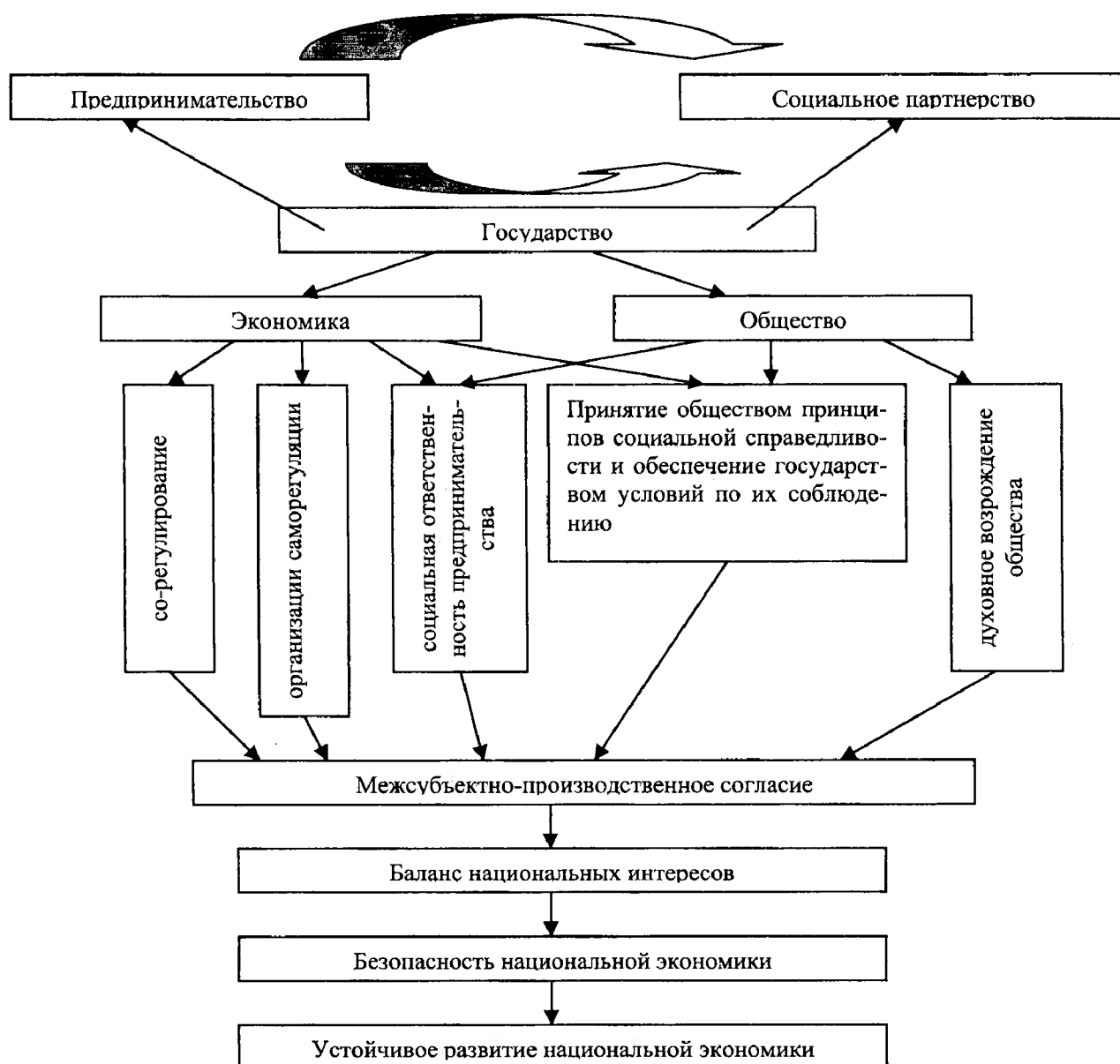


Рис. 1. Основные составляющие процесса формирования модели российской экономики

Именно период кризиса в экономике (обществе) России выступает как своеобразный катализатор повсеместного пробуждения людей, перехода их к активной жизненной позиции. Эта сторона кризиса, на наш взгляд, может рассматриваться как позитивная. Благодаря этому Россия может пройти путь к новой модели

существования человека (от пассивной к активной) за достаточно короткое время. В связи с этим такая большая доля людей, втянутых в ту или иную форму предпринимательской деятельности, может рассматриваться как потенциал для возрождения России в новом качестве.

Статья представлена кафедрой системного менеджмента и предпринимательства экономического факультета Томского государственного университета, поступила в научную редакцию «Экономические науки» 30 марта 2004 г.