

Международный научно-практический журнал «Вестник МИРБИС» ISSN 2411-5703 <http://journal-mirbis.ru/>
№ 4 (16)' 2018 DOI: 10.25634/MIRBIS.2018.4

Ссылка для цитирования этой статьи: Пирогов С. В. От стяжания к служению. Книга о Российском бизнесе [Электронный ресурс] // Вестник МИРБИС. 2018. № 4 (16). С. 42–45.
DOI: 10.25634/MIRBIS.2018.4.5

УДК 005.32

Станислав Пирогов¹

ОТ СТЯЖАНИЯ К СЛУЖЕНИЮ. КНИГА О РОССИЙСКОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация. Автоом представлен краткий обзор монографии "Ценностные ориентиры современного бизнеса". В книге рассматриваются вопросы развития хозяйственной деятельности, становления бизнеса с позиции разных школ экономической теории. В монографии анализируется бизнес как социокультурный феномен, подробно описаны особенности развития российского предпринимательства в дореволюционный период, социокультурные и этические основания вопросов социального служения предпринимательства, проблемы формирования этики социальной ответственности в российском бизнесе, влияние социокультурных трансформаций современности на взаимодействия бизнеса и общества.

Ключевые слова: традиции, ценности, бизнес, рыночное хозяйство, культура управления, управление по ценностям.

JEL: M12, M14

1 Пирогов Станислав Витальевич — доктор экон. наук, профессор. Почетный профессор Института МИРБИС. Россия, 109147, Москва, ул. Марксистская, дом 34, корп. 7. E-mail: staspirogov7401@gmail.com

РИНЦ AuthorID: 1372

На протяжении ряда лет в Московской международной высшей школе бизнеса МИРБИС работал проблемный семинар «Ценностные ориентиры современного бизнеса». В его работе принимали участие ученые ведущих московских ВУЗов, научных институтов, представители делового сообщества. Актуальность такого семинара диктовалась тем обстоятельством, что доминантная роль бизнеса была принята без серьезных научных обоснований, с опорой на аксиоматику, выраженную весьма упрощенно, если не сказать вульгарно, лозунгом «Бизнес — наше всё». Декларировав бизнес и свободное рыночное хозяйство в качестве главного вектора экономического, социального и культурного развития нашей страны, мы по сути не уяснили в должной мере, что такое российский бизнес и как он будет проявлять себя в качестве ведущего социокультурного института, не оценили насколько современный бизнес в своих проявлениях адекватен нашей культуре, традициям, базовым ценностям.

Существенным противоречием явилось то, что не бизнес как социальный институт был подчинен цели реформирования и модернизации российского общества, обновления культуры, а, напротив, реформирование и модернизация оказались подчинены идее создания благоприятных условий для развития рынка и бизнеса как основного его института.

Изучению отношений «бизнес — общество» до сих пор уделяется неоправданно мало внимания. Вместе с тем сегодня представители западных научных школ все чаще высказывают вполне обоснованные сомнения в перспективности рыночных отношений. По утверждению американских ученых последние годы бизнес всё чаще называют главным виновником всех социальных, экологических и экономических проблем. Говорят, что он процветает за счет общества. Это осознали многие мыслители и самые дальновидные лидеры делового мира. Уже появляются жизнеспособные элементы новой модели, но всё ещё нет единой концепции, которая задала бы общий ориентир бизнесу и обществу. По итогам работы названного семинара коллективом авторов при поддержке и всестороннем содействии руководства МИРБИС была подготовлена и в 2018 году издана монография с одноимённым семинару названием. Замысел книги диктовался стремлением:

- осмыслить противоречие между стремительным развитием бизнеса, тотальным проникновением его во все сферы жизни и ожиданиями социума;
- зафиксировать это противоречие, проследить генезис его углубления и обострения в различных культурных и конфессиональных средах;

- представить возможно полную картину отношений бизнеса и общества, сложившуюся к сегодняшнему дню в отечественной практике;
- аргументировать необходимость изменить смысл и форму этих отношений, то есть осуществить ценностную переориентацию бизнеса.

В книге представлен обширный и весьма интересный материал, оригинальные авторские концепции, междисциплинарные трактовки сложных малоизученных процессов взаимодействия бизнеса и общества, вопросов гармонизации материального и духовного в хозяйственной деятельности. Всё это делает книгу открытой для критического прочтения и конструктивной дискуссии. Заинтересованный читатель найдет в книге предмет для размышлений и творческих обсуждений. В частности, заслуживает пристального внимания и обсуждения аргументированное в книге утверждение о наличии и обострении противоречия между практической ориентацией бизнеса и ожиданиями, и запросами общества. В книге показано, что это противоречие не надумано, симптоматика его весьма многообразна и масштабна. В частности, не может не привлекать внимания и не вызывать тревогу такое явление как, беспрецедентное социальное расслоение общества. Губительным для общества становится бездумное, неограниченное, никем и ничем не регулируемое распространение сложившейся бизнес-идеологии на такие сферы как наука, образование, воспитание, культура, искусство, спорт и другие виды деятельности к которым не применимы рыночные механизмы. К сожалению, размыт, а то и вовсе вытеснен духовно-нравственный дискурс предпринимательской деятельности, утрачены интерпретации экономических категорий в морально-нравственном контексте. Это приводит к расшатыванию нравственных и социальных ценностей, придающих смысл нашей жизни и необходимых для правильного функционирования общества. «Мы недооценили, по истине решающее значение нравственного фактора в экономике, политике, в проведении любых реформ» (Буртин Ю. Г., «Известия», 18.06.1998).

Аргументом сторонников приложения товарных мерок к любым (!) продуктам и процессам, в том числе и нематериальным, духовным ценностям, зачастую является архаичный экономический лозунг: дайте бизнесу свободу, и он сделает все эффективно. Однако практика, к сожалению, трансформирует этот призыв следующим образом: дайте бизнесу свободу, и он всё превратит в товар.

Проблема органического сочетания материальных и духовных ценностей становится крайне актуальной, острой применительно к сегодняшнему дню. Суть этой проблемы предельно просто и ясно в свое время сформулировал замечательный российский мыслитель Николай Бердяев «Вопрос о хлебе для меня, — говорил он, — есть вопрос материальный, но вопрос о хлебе для моих ближних, для всех людей есть вопрос духовный, религиозный».

Для того чтобы органично сочетать материальное и духовное нужно озаботиться нравственным возрождением общества или, говоря словами Бердяева, вопросами духовными, религиозными.

С другой стороны, бизнес — под влиянием культуры и традиций, сложившихся в социуме, религиозных и нравственных ценностей, все большего давления запросов и ожиданий общества — вынужден признать необходимым и неизбежным мотив служения.

Сформировалась система отношений, в которой многообразные и действующие с разной силой и интенсивностью мотивы бизнес-деятельности располагаются и практически проявляются между двумя крайними точками — «стяжанием» и «служением». Шкала или, скорее, система мотивов, как показывают исследования, весьма подвижна и способна меняться в ту или другую сторону под влиянием различных обстоятельств.

Сегодня в научных кругах весьма популярна гипотеза, согласно которой мотивация меняется в зависимости от общего уровня культуры — как материальной, так и духовной — в данном социуме, силы влияния Церкви и устойчивости религиозно-нравственных ценностей, традиций в обществе, а также адекватности механизмов управления и стабильности, доминирующих в нем ценностей. Именно поэтому целесообразно рассматривать отношения «бизнес — общество» в социально-культурологическом контексте.

В книге привлекает внимание и нуждается в широком обсуждении утверждение о необходимости понять где мы находимся, куда стремимся, как объединить вокруг единой цели предпринимательский и духовный потенциал людей, живущих в России. Уяснить социокультурный и цивилизационный смысл бизнеса, осознать его роль в развитии страны, а также в жизни каждого человека.

Большой раздел книги посвящен формированию культуры богатства в современной России. Исследования показывают, что культура богатства формируется в прямой зависимости от цен-

ностей доминирующих в обществе, уровня культуры и нравственности того или иного социума. Сегодня, к сожалению, велика пропасть между подлинной культурой богатства, гармонизирующей материальную и духовную составляющую, и воцарившимся культом обладания, вещизма и безудержного потребительства.

Красной нитью через всю книгу проходит убежденность в том, что нужна концепция бизнеса, работающая на объединение российского общества.

Важную роль при этом играют такие факторы, как национальная культура, религия, уважение к своей истории и сложившимся традициям, а также стереотипы межличностных отношений — духовные факторы в совокупности образующие так называемую «объединяющую духовность»¹.

В книге особый акцент сделан на падении благосостояния значительной части населения и росте неравенства, неэффективности институтов социальной защиты, обострении отношений ответственности бизнеса перед обществом.

Все более масштабно и деструктивно проявляется тенденция перехода от ценностной рациональности великих мировых религий к целерациональности рыночной экономики. Социальные действия, основанные на убеждениях и долге, стали вытесняться действиями, основанными исключительно на калькуляции, расчете целесообразности.

Утвердилось представление, что долг, как и любовь, добро и прочие духовные, и моральные ценности, являются личным, глубоко интимным делом каждого человека, а в повседневных делах он действует на свой страх и риск, принимая только на себя всю полноту моральной и социальной ответственности за свои поступки. Служение как этическая парадигма связи личности и общества и интеграции социальных институтов приобретает факультативный характер, заменяясь формальными связями, которые регулируются этически нейтральными общими принципами — правом, рыночной конъюнктурой, бюрократическими правилами и т. п.²

Принципиально важным требованием, интегрирующим в известной мере все особенности управления современным воспроизводством,

является включение в науку и практику управления культурологического (в широком смысле этого слова) контекста.

Сегодня, в частности, становится очевидным, что культура управления — это не только высокий профессионализм менеджера, его широкие управленческие компетенции, владение современными управленческими навыками, технологиями, высокоразвитыми информационными средствами, современной управленческой инфраструктурой. Культура управления — это в первую очередь жизненные ценности управленца, нормы его поведения — мораль и нравственность. Вот почему на повестке дня стоит переход к новому этапу развития науки и практики управления — управлению по ценностям.

Экономический детерминизм (абсолютизация значимости экономического роста) сегодня не только бесперспективен, но и влечет за собой утрату человеком духовно-ценностной опоры в жизни. Общество сталкивается с настоятельной необходимостью обрести эту опору. Оно остро нуждается в нравственном возрождении. «От того, каким будет состояние души нашего бизнес-сообщества, — говорит Патриарх Московский и Всея Руси Кирилл, — какими нравственными ценностями оно будет руководствоваться, во многом будут зависеть и именно этим во многом будут определяться успех нашего экономического развития и благополучие нашей страны»³.

Разумеется, осмысление проблемы ценностных оснований управления, приведение в действие нравственных ценностей, придание живой силы и практического воплощения «объединяющей духовности» потребуют согласования усилий сообщества деловых людей, науки, образования, гражданских институтов, а также мудрости и авторитета духовных лидеров страны в рамках единой государственной политики. Разумной альтернативы этому нет.

Если подытожить все вышеизложенное, то можно прийти к следующим выводам.

Становится очевидной необходимость глубокого, всестороннего (междисциплинарного) изучения бизнеса как важнейшего социокультурного института.

Необходимы формирование нового образа бизнеса и выработка нового отношения к нему в обществе. Мы стоим на пороге исторически не-

1 Волконский В. А. Теоретические основы идеологии // Экономическая наука современной России. 2015. №3(70). С. 26.

2 Зарубина Н. Н. Бизнес как социокультурный феномен // Ценностные ориентиры современного бизнеса / Монография. Под общ. ред. С. В. Пирогова. Ред.-сост. Г. Ю. Микрюкова. М.: Летний сад, 2018. 284 с.

3 Основы христианской экономической этики // Этика православия как источник формирования нравственной экономики : Сб. статей. М. : МАКС Пресс, 2010. С. 32.

избежного перехода от бизнеса в его традиционном понимании — прагматически-материально ориентированного, с доминантой на прибылях — к бизнесу социально ориентированному.

Совершенно очевидно, что формирование такой политики, объединение на ее основе усилий всего общества — процесс сложный и длительный. Сложность не в масштабе проблемы или дефиците ресурсов, технической оснащенности или организационных особенностях. Причины ее в сердцах и душах людей, лишенных веры и нравственности — важнейших жизненных ценностей.

Стремясь осмыслить социокультурный и цивилизационный смысл бизнеса, понять, куда мы стремимся, полезно вспомнить устремления гениально выписанных Гоголем героев «Мертвых душ», Чичикова, превратившего умерших людей

в товар и разбогатевшего на торговле мертвыми душами и Костанжогло (персонаж незавершенного второго тома), который говорил, восхищаясь хозяйственной предприимчивостью: «Да я и рассказать не могу вам, какое это удовольствие <...> И не потому, что растут деньги, — деньги деньгами, — но потому, что все это — дело рук твоих; потому что видишь, как ты всему причина и творец всего, и на тебя как на какого-нибудь мага сыплется изобилие и добро на все. Да где вы найдете мне равное наслаждение?»⁴

Выбор между этими видами предпринимательства — исторический вызов современному обществу!

⁴ Гоголь Н. В. Мертвые души. Том 2. Электронный ресурс [Текст]: ЛитМир: электронная библиотека <https://www.litmir.me/br/?b=233471>

*Stanislav Pirogov*⁵

FROM ACQUISITIONS TO PLATONISM. A BOOK ABOUT THE RUSSIAN BUSINESS

Abstract. The author presents a brief review of the monograph "Values of Modern Business". The book deals with the development of economic activity, the formation of a business from the perspective of various schools of economic theory. The monograph provides an in-depth analysis of business as a sociocultural phenomenon, which describes in detail the features of the development of Russian entrepreneurship in the pre-revolutionary period, the sociocultural and ethical foundations of social aspiration of entrepreneurship, the problems of ethical social responsibility in Russian business, the impact of modern social and cultural transformations on business and society interactions.

Key words: traditions, values, business, economy, management culture, management by values.

JEL: M12, M14

⁵ **Pirogov Stanislav Vitalyevich** – Dr. of Sci. (Economics), professor. Honorary Professor of the Institute MIRBIS. 4/7 Marksistskaya st., Moscow, 109147, Russia. E-mail: staspirogov7401@gmail.com