Министерство по науке и образования России

ГОУ ВПО Саратовский государственный технический институт

Институт социального и производственного менеджмента

Факультет экономики и менеджмента

**Контрольная работа**

По дисциплине "Философия бизнеса"

по теме:

**Традиционный образ российского предпринимателя.**

**Бизнес и благотворительность**

**Выполнила:** студентка з\о МНЖ-5

Варданян Ф.А.

**Проверила:**

Саратов 2011

Содержание

Введение

1. Российское предпринимательство 20 века

2. Образ российского предпринимателя

2.1 Социальная группа предпринимателей

2.2 Отношение к предпринимателю. Общественное мнение

2.3 Основные черты предпринимателя

2.4 Женщина-предприниматель

2.5 Предпринимательство и власть

3. Бизнес и благотворительность

Список литературы

# Введение

На современном этапе исторического развития России становится актуальной задача распознать образ предпринимателя как социального организатора хозяйственной жизни общества. При этом важно не только выявить типические черты социальной группы предпринимателей (банкиров, промышленников, торговцев, фермеров и других собственников хозяйственных единиц-предприятий), выражающихся в конкретных личностях, но и охарактеризовать развитие человеческой деятельности в сфере предпринимательства по линии превращения идеального в материальное.

Национальные особенности ведения хозяйства влияют на характер предпринимательской деятельности. Здесь имеет значение и социальная среда, где предприниматель воспитывается, и культурно-этническая традиция, и особенности семейно-бытового уклада, и степень сочетания образованности с нравственной воспитанностью личности. Уникальная история формирования и развития евразийской цивилизации в России также значительна в характеристике предпринимательской деятельности на различных этапах. Не следует забывать, что три четверти прошлого столетия понятия "бизнес", "предприниматель", "предпринимательство" были для нас откровенно чуждыми и "эксплуататорскими". Этому в немалой степени поспособствовали и порой анекдотичные или откровенно криминальные методы и принципы ведения бизнеса прошлого десятилетия. Разумеется, такое восприятие предпринимателей существенно уродовало и продолжает уродовать сам деловой климат в России. Конечно, данную проблему можно рассмотреть с нескольких сторон (например, со стороны обиженного жизнью рабочего или состоятельного человека). Однако, цель данного реферата - попытаться дать независимое описание облика предпринимателя в современной России.

# 1. Российское предпринимательство 20 века

Нельзя рассматривать феномен предпринимательства в отрыве от исторического контекста, а также без социально-значимых факторов и предпосылок, влияющих как на общественное мнение, так и на поведение индивида.

Судьба российского предпринимательства особенно противоречива в 20 в. По существу начавшись во времена петровских реформ, она явно складывается во второй половине 19 в., а более четко определяется в период интенсификации капиталистического развития России с 90-х годов позапрошлого века. В интересах социально-философского синтеза достаточно обозначить первый существенный этап развития российского предпринимательства периодом 1890 - 1917 г. Этот период связан с рельефным обнаружением капиталистической сущности предпринимательской деятельности в народном хозяйстве Российской Империи.

Приступая к характеристике образа российского предпринимателя надо обратиться к историческим свидетельствам о поведении и облике деловых людей России в начале и середине нашего века. Интересно высказался в свое время Д.И. Менделеев. Он считал, что предприниматели - прежде всего цивилизованные организаторы народного труда, который подчиняется всеобщему закону прогресса: "Нельзя требовать, чтобы люди не искали, с одной стороны, возможности удовлетворения умножающихся потребностей взамен данного количества своего труда, т.е. дешевизны всяких товаров, а с другой стороны - развития искусства получать потребное с наименьшею затратою людского труда. Этим определяется весь материальный прогресс человечества."

Крупнейшим поворотом в развитии российского предпринимательства явилась социальная революция, начавшаяся в феврале 1917 г. и превратившаяся в социалистическую в ноябре того же года. В ходе революции и гражданской войны хозяйственная деятельность принудительно централизуется, а затем подчиняется принципам военного коммунизма. Только с 1921-1922 гг. начинается поворот в сторону нормального регулирования многоукладного хозяйства при господстве госкапитализма в рыночной экономике. Новая экономическая политика вызывает к жизни предпринимателя особого склада: в нем хватка русского капиталиста-патриота соединяется с необходимостью прямого подчинения воле народного государства, стремящегося к утверждению социалистических начал в рыночной стихии. К "русскому хозяину" предъявляются новые, необычные требования: разрушается образ хозяина - частного накопителя и культивируется образ хозяина-государственника, пекущегося о благе народа и социалистического Отечества.

Еще более резкий поворот начинается с 1929-1930 гг., когда вводится принцип социалистического планирования. Круг предпринимательской свободы резко суживается. Следует отметить, что оправдание административно-командная система ведения хозяйства получила в период Великой Отечественной войны, но уже с 1947 г. логика хозяйственного развития крупной евразийской державы стала требовать реформирования жесткой государственно-социалистической системы в направлении развития хозяйственной инициативы "низов".

Возрождение предпринимательства в России начинается в период перестройки (1985-1991 гг.), которая вновь оборвалась разрушительной "реформацией" в 1992-1997 гг. Расширение и углубление кооперативного движения с началом перестройки, его распространение из сферы потребления и услуг в сферу производства одновременно давало свободу "теневой" экономике. Весь этот процесс можно осмыслить как продолжение и завершение нэповского пути влияния предпринимательства на рост общественного производства. Однако практическое развитие монетаристских реформ вылилось в реабилитацию "теневой" экономики и разграбление основных фондов, созданных народным трудом в условиях социализма. Воровская природа "предпринимателей", выросших "в тени" единого народного хозяйства страны, привела - с приходом их политических лидеров к власти - к разрушительным "реформам", к грабительскому "первоначальному накоплению" за счет народного богатства и к формированию коррумпированного государства с компрадорской буржуазией во главе.

Итак, трансцензус российского предпринимательства в 20 в. состоит в том, что отечественным деловым людям приходилось, во-первых, с колоссальными трудностями "прорываться" сквозь объективные границы, разделяющие феодальный, капиталистический и социалистический способы ведения хозяйства ради обеспечения жизни многонациональной страны. Им пришлось, во-вторых, "на ходу переживать смену идейно-политических парадигм, которая сопровождает цивилизационные разломы эпохальной глубины. Наконец, им приходится в условиях поэтапного ускорения научно-технического прогресса в 20 в. периодически обновлять свой культурный облик, чтобы выдержать все социально-политические потрясения и сохранить необходимую профессиональную практичность.

# 2. Образ российского предпринимателя

# 2.1 Социальная группа предпринимателей

Определение социальной группы предпринимателей полагается на следующие критерии социальной стратификации:

политический потенциал группы (объем властных и управленческих функций), экономический потенциал (масштаб собственности), социокультурный потенциал (уровень образования, квалификации и т.д.).

Применение этих критериев, фактически не связанных с присутствием "предпринимательства", затрудняет формирование однозначного представления о предпринимательстве, в силу чего вводится понятия для обозначения данного явления в узком смысле слова и в широком. Термин "предпринимательство" теперь используется для обозначения “ядерной” группы, отвечающей всем базовым признакам предпринимательства. Для определения же более широкого круга лиц, причастных к предпринимательской деятельности, введем новый термин - “бизнес-слой”. Бизнес-слой можно определить как совокупность субъектов производительной, коммерческой или финансовой деятельности, осуществляемой с целью получения прибыли, автономно принимающих экономические решения и несущих за них личную ответственность.

"Социальная группа предпринимателей" получается очень неоднородной, статусы, способы деятельности и поведение предпринимателей сильно отличаются друг от друга в зависимости от масштабов дела. Более того, "предприниматели" ввиду своей малочисленности и труднодоступности не "попадают в выборку", не становятся объектом социологического исследования, что делает сложными социологические исследования. Остается лишь производство "социальной группы".

"Социальная группа предпринимателей" не есть некая первозданная "эмпирическая реальность", конечная инстанция социологического объяснения. Она воспринимается, оценивается и мыслится в качестве системы узнаваемых и признаваемых различий - отсылок к чему-то другому, внешнему, противопоставленному "социальной группе предпринимателей" как предел (другие "социальные группы") или контекст ("социальные отношения", "экономика", "культура".).

# 

# 2.2 Отношение к предпринимателю. Общественное мнение

Имидж российского бизнеса чем-то похож на матрешку. С одной стороны, уже никто, кроме самых замшелых коммунистов, не спорит с тем, что капитал, и особенно крупный капитал, играет ведущую роль в российской экономике. С другой - чем дальше, тем больше со страниц газет, с экранов телевизоров и из правительства нам старательно навязывается образ российского предпринимателя-вора, предпринимателя - бандита с большой дороги, который только и умеет, что растаскивать национальное достояние, нажитое кровью и потом многих поколений российских граждан.

Иногда кажется, что правительство или отдельные его чиновники заинтересованы в том, чтобы в обществе формировался отрицательный образ российского предпринимателя. Интерес вполне понятен: население должно быть уверено, что только власть может ограничить аппетиты капиталистов, капиталисты же пусть осознают, что лишь во власти могут найти защиту от народного гнева. То есть разделяй и властвуй. Если разобщение общества и капитала состоится, это станет победой бюрократии в России. И тогда плохо будет всем.

Обратимся к общественному мнению: общественное мнение, поддерживая предпринимательство как вид социально-экономической деятельности, негативно относится к его российской модели.

Отношение россиян к предпринимательству, по данным социологических опросов, носит противоречивый характер, однако основная масса респондентов убеждена, что бизнес и мораль совместимы, при этом, правда, четвертая часть опрошенных уверена, что в России честный бизнес невозможен.

Положительно оценивая предпринимательство в целом, общественное мнение весьма критично настроено к тем формам, в которых оно сейчас развивается. Показательно в данной связи отношение наемных работников к вопросу о легитимности собственности, которую обрели их сегодняшние хозяева (в малом и среднем бизнесе собственник предприятия, как правило, является одновременно и руководителем). Большинство респондентов полагает, что эта собственность не легитимна, причем не столько с точки зрения нарушения законов, сколько с морально-нравственной стороны. Речь идет о методах проведения ваучеризации, обмане трудовых коллективов, сделках сомнительного характера, связях с криминальными структурами. Лишь малая часть опрошенных считает обладание собственностью закономерным результатом личного труда, профессионализма и активной деятельности нынешних предпринимателей.

Несмотря на то, что процессы перераспределения собственности далеки от представлений основной части населения о справедливости, большинство наемных работников не требует деприватизации, полагая, что их положение зависит главным образом от политики государства, которое должно создать условия для подъема реального сектора. Так, 50% опрошенных считают, что удручающая картина на их предприятиях в большей степени связана с общей ситуацией в стране. Вместе с тем 20% респондентов уверены, что директора не заинтересованы в улучшении дел, поскольку их материальное благополучие не определяется положением самого предприятия.

Имидж предпринимателей в глазах населения мало привлекателен, прежде всего из-за несовместимости с образом "честного бизнесмена" их морального облика (рвачество, стремление к легкой наживе, безразличие к государственным и общественным интересам, непорядочность, нечестность, неразборчивость в средствах, безжалостность, потребительское отношение к людям, тесные связи с криминальным миром). Именно моральный облик директоров предприятий во многом объясняет парадоксальную ситуацию, когда значительная часть россиян, поддерживая предпринимательство как вид социально-экономической деятельности, вместе с тем крайне негативно оценивает сегодняшних бизнесменов. В то же время большинство наемных работников признают высокий профессиональный уровень, динамизм и трудоспособность руководителей. Лишь 6% считают, что им не хватает знаний и профессионализма.

В связи с этим не легко приходится и самим предпринимателям.

По мнению большинства опрошенных директоров предприятий (69%), ситуация с конфликтами в коллективах в последнее время не изменилась, 9% заявили, что она улучшилась, а 23% отметили ее ухудшение. Отношения между руководителями предприятий и наемными работниками нельзя рассматривать вне общеэкономического контекста. Один из парадоксов российской действительности состоит в том, что признавая эффективность рыночной экономики как системы, большинство опрошенных выступает против ее конкретной формы, в частности той модели предпринимательства, которая формируется в стране.

Резкое падение жизненного уровня большинства населения - одно из основных социальных последствий реформ. Даже по официальной статистике 29,7% жителей страны находятся сегодня за чертой бедности. По данным же профсоюзов, доля “новых бедняков” возросла с 37% в 1992 г. примерно до 80% в 1998 г.

Другим последствием стала растущая дифференциация доходов по регионам и отраслям. Так, по официальным сведениям, средний уровень заработной платы наиболее высок в Ямало-Ненецком автономном округе. Москва отстает от этого показателя в 3 раза, г. Ростов - в 7 раз, Дагестан - в 12 раз.

Все это вызывает ностальгию по прошлому, особенно усилившуюся после августовского кризиса 1998 г. Согласно данным опроса, проведенного в октябре 1998 г., 84% респондентов поддержали бы госконтроль над ценами, 64% - принудительный курс валюты, 55% - введение “карточек”5.

Конфликтные ситуации развиваются чаще всего стихийно и нередко переходят в неорганизованную остановку работы. Именно так охарактеризовали действия своих коллективов 37% участников конфликтов6. В этих условиях перспективы развития трудовых отношений в процессе становления более зрелой рыночной экономики связаны с формированием системы социального партнерства.

Как уже говорилось, можно оценить облик предпринимателя с разных сторон. Это лишь одно (конечно, агрегированное) мнение. Стоит взглянуть и с другой стороны.

Формирование негативного образа российского бизнеса строится на полном отрицании фактов.

Ежегодно вручаются премии лучшим предприятиям года, все-таки повышается зарплата, уровень жизни медленно поднимается.

О благотворительности современных российских бизнесменов не любят вспоминать в принципе, потому что перечисление фактов напрочь разрушает образ стервятников, терзающих Россию.

"Газпром" вот уже 15 лет совместно со своим партнером - немецким концерном "Рур-газ" - спонсирует воссоздание знаменитой Янтарной комнаты. РАО "ЕЭС России" успешно реализует специальную программу "Живучесть ТЭС", разработанную для повсеместного увеличения срока службы отечественных теплоэлектростанций и уменьшения их вредного воздействия на окружающую среду. РАО "Норильский никель" активно занимается переселением пенсионеров из Норильска в более благоприятные регионы. Альфа-банк организует гастроли в России звезд мирового шоу-бизнеса, при этом попасть на эти концерты может почти каждый. А часть билетов распределяется бесплатно среди инвалидов и малоимущих.

Современных предпринимателей стала заботить собственная репутация, потому что она гораздо дороже благосклонности чиновника и гораздо выгоднее сиюминутной прибыли. Не случайно нефтяные компании все больше внимания уделяют внедрению лучших образцов корпоративной культуры.

Пусть порой бизнесмены занимаются меценатством лишь для создания благоприятного имиджа подконтрольной компании. Для тех, кому предприниматели помогают, это совсем неважно. Так же, как и непринципиально, по какой причине российский бизнес вкладывает средства в отечественную экономику.

Общество и капитал - естественные союзники в борьбе против бюрократии. Их альянс - залог успешности гражданского общества в России. И те, кто пытается создать негативный образ российского бизнеса, должны наконец понять, что альтернативой может быть только власть бюрократа, которому в принципе наплевать на свою репутацию.

Похоже, расхожая формула "То, что выгодно для ведущих корпораций, выгодно и для их страны" сегодня наполняется реальным смыслом.

Очень обнадеживает растущее осознание своей ключевой роли в этом средств массовой информации. СМИ играют одну из ключевых ролей при формировании имиджа, что еще мало осознается в обществе: бизнес, предпринимательство - это не просто сфера частного занятия отдельных граждан, как это иногда трактуется. На самом деле бизнес в условиях рыночной экономики - это основная сфера воспроизводства, поддержка предпринимательства - это прямая поддержка производства, поскольку роль государства в воспроизводстве существенно ограничивается. Эта работа СМИ требует программного подхода.

# 2.3 Основные черты предпринимателя

Будучи вообще высшей ступенью делового опыта личности в определенной сфере деятельности, профессионализм предпринимателя имеет особый характер, ибо предпринимательство - не специальность, которой можно обучить в вузе, а сугубо личностный, индивидуальный приобретенный опыт хозяйственной деятельности в определенное историческое время. Практика организации материальной жизни общества в определенной сфере - вот источник профессионализма для любого (в теоретическом отношении) специалиста. Именно поэтому резонно считать двумя взаимосвязанными атрибутами профессионала - мастерство и творчество.

В структурном отношении профессионализм представляется как система социокультурных качеств личности. В названную систему входят: симультанное мышление, максимум мастерства, деятельное предвидение, экстремальное творчество, специальная практичность, нравственная гармоничность и деловая культура.

*Симультанное мышление* - речь идет об умении многосторонне и синхронно "схватывать" деловую ситуацию. Это умение основано обычно на развитии способности специалиста системно "видеть" существенные характеристики объекта в постоянном изменении, что особенно касается ситуации на рынках сырья и сбыта, на финансовом рынке (биржа), в сфере технологических резервов. Рассматриваемая черта профессионального предпринимателя имеет своей культурной предпосылкой образованность. Для приобретения профессионального качества интеллект предпринимателя должен усвоить ценности социального интеллекта. В интеллекте предпринимателя своеобразно интегрированы многообразные научные знания с реализмом здорового смысла и принятыми в обществе нравственно-идеологическими нормами.

*Максимум мастерства -* мастерство формируется индивидуально на основе личного творческого осмысления многообразных практических ситуаций. Сущность мастерства профессионала заключается в том, что в любой своей деятельности он получает максимум надлежащего эффекта при минимуме средств, издержек и непредвиденных последствий действия. В условиях обвально-криминального ведения хозяйства мастерство честного предпринимателя-профессионала становится обычно предметом хищнического преследования под видом конкуренции. Для грабительского, бандитского делячества профессиональные предприниматели становятся смертельной опасностью. Такая ситуация, если она складывается на отечественном рынке, оборачивается на внешнем рынке недоверием ко всем российским предпринимателям.

*Деятельное предвидение -* известно, что предвидение вообще является обязательной стороной, моментом целесообразной деятельности. Содержание деятельного предвидения - в умении поставить правильный диагноз возникшей ситуации, предвидеть возможные изменения явления и в способности предотвратить нежелательные изменения объекта деятельности (или указать способы предотвращения). У профессионала предвидение основано, как правило, на научном прогнозе, реже - на догадке.

Если учесть, что всякий профессионализм есть интеллектуальное применение личностью культурного (научного) потенциала общества в определенной сфере деятельности, то станет ясно, что деятельное предвидение, с одной стороны, является следствием научной образованности и творческой интуиции личности, а с другой - причиной мастерства специалиста в определенной сфере деятельности.

Факты свидетельствуют, что личное интеллектуальное творчество предпринимателя, если оно вдохновляется интересами России и социальной целесообразностью хозяйственной деятельности, становится социально, творчески осмысленным.

*Экстремальное творчество* - специфика творчества профессионала прежде всего в том, что ярче всего оно проявляется в критических экстремальных ситуациях, когда другие специалисты теряются, пасуют. Развитая у предпринимателя способность интуитивно познавать ситуацию и принимать рискованные решения служит источником его успешных действий в экстремальных случаях или при стрессовой обстановке. Наличие навыков к эвристическим решениям и действиям иногда называют "творческим профессионализмом". Применительно к предпринимателям это состояние можно истолковать как способность развитой личности переходить от одного вида профессиональной деятельности к другому. Более того, такое многообразие профессиональных качеств может позволить личности стать представительным политическим деятелем. И это возможно в экстремальных условиях углубления кризисной ситуации во всех сферах общественной жизни современной России.

*Практичность -* это свойство профессионала означает умение использовать новые, свежие специальные и социальные знания в развитии нетрадиционной практики. Деловая практичность позволяет предпринимателю с гарантией экспериментировать в хозяйственной сфере. Она позволяет российскому предпринимателю активно участвовать в организации по необходимости новых форм повседневного бытия соотечественников. Ведь в рыночной экономике преобладает движущая сила потребления, и надо быть весьма практичным хозяйственником, чтобы научить бывшего социалистического производителя умело налаживать свое благополучие собственными экономическими методами.

*Нравственная гармоничность* - в своей нравственной сущности профессионализм есть особое состояние духовности, когда необходим сугубо индивидуальный, неординарный выбор личностью моральной формулы для гуманистического решения острой практической проблемы. В свете сказанного ясно, что нравственная гармоничность означает духовную способность личности выбрать такой морально оправданный способ действия, чтобы он не дал безнравственных результатов. Именно при таком ходе дела у предпринимателя обнаруживается гармоничное единство нравственной красоты поступка и простоты решения проблемы. В этом отношении как история, так и современность российского предпринимательства дают много подтверждающих фактов. Основой нравственной гармоничности является духовность, включающая народно-национальную мораль - в качестве светского вида духовности и христианские нормы нравственности - в качестве одного их религиозных видов духовности. Российскому предпринимателю такое сочетание особенно доступно и присуще, ибо прежде и выше всего в русской философии издавна развивался, осмысливался, культивировался синтез светского ума и религиозного сердца. Поэтому философская основа духовности профессионала у русского предпринимателя органически развита. Если же духовность предпринимателя примитивна - либо в духе элементарного катехизиса, либо в духе прагматического рационализма, то ему никогда не стать типичным российским предпринимателем-профессионалом.

*Деловая культура* главным образом связана с формированием новой социальной общности предпринимателей, хотя о деловой культуре можно говорить и в более мирном социальном контексте. Под деловой культурой мы понимаем культуру предпринимателей и руководителей, имея в виду при этом ценности и нормы, регулирующие поведение и деятельность в процессе деловой активности при переговорах и заключении сделок, выполнении договорных обязательств, при организации деятельности людей, в деловом общении, в отношении к работнику и потребителю. В деловой культуре можно выделить два слоя: ценностный и ментальный. Ценностный слой предстает как культурный феномен, который может передаваться как традиция и обусловливает этическую сторону деловых отношений, внешне проявляется как стереотип, как привычное должностное поведение, актуальные ценности и нормы практической деятельности. Ментальный слой деловой культуры связан с ситуациями, когда привычные нормы и ценности не эффективны и люди начинают конструировать новые.

В современных условиях успешным может быть только предприниматель с высоким уровнем общей и деловой культуры. По результатам социологических исследований, наибольший приоритет в деловых отношениях респонденты отдают гуманности, надежности, высокой общей культуре, умению красиво одеваться, правильно говорить.

Основная черта современного российского предпринимательства - его *монетаристский характер*. Превращенная стихия денежных оборотов, вливаний, заторов и водопадов не может не рождать монстров, которым чужда всесторонняя образованность, христианская нравственность, гуманистическая культура и широта русской души. Им жизненно необходима в современной ситуации обвальных "реформ" изворотливость налимов, жестокость волков, хитрость лисиц и - в случае опасности - находчивость зайцев.

# 

# 2.4 Женщина-предприниматель

Социальный успех, устойчивость феномена “женский бизнес” в немалой степени зависит от того, с какой установкой приходят женщины в сферу предпринимательства: является ли это делом их жизни или носит случайный, а то и вынужденный характер.

Как удалось установить, женщины-предприниматели делятся на три социальные группы. Первая объединяет *убежденных бизнес-леди*. Мотивация их выбора - внутреннее желание стать предпринимателем, интерес к этому виду деятельности. Они пришли в бизнес по доброй воле и с самыми серьезными намерениями (треть обследуемой совокупности).

Второй и самый многочисленный тип, вобравший половину респонденток, объединил *предпринимателей “по случаю”*. Свое решение они приняли спонтанно, под влиянием неожиданных случайных обстоятельств (по совету или примеру друзей, неожиданно возникшим благоприятным перспективам, газетной информации и пр.).

И, наконец, третий тип - *предприниматели поневоле* - объединил женщин, которые не по своей воле пришли в бизнес. Они оказались вынужденными в силу различных неблагоприятных обстоятельств открыть свое дело. Это самая малочисленная группа - 1/5 всех обследуемых. Мотивация их выбора - реальная безработица или угроза безработицы, отсутствие средств к жизни, невыплата зарплаты, а также давление извне, например: "надо было выкупать парикмахерскую, иначе она перешла бы в другие руки", "после распада Госбанка СССР по стечению обстоятельств".

# 

# 2.5 Предпринимательство и власть

Предпринимательство и власть при всех различиях и противоречиях - суть две стороны одной и той же медали. Одно без другого существовать просто не может. Власть вправе ждать и требовать от предпринимателей самостоятельности, инициативы, строгого соблюдения законов, регулирующих предпринимательство, глубокого знания законов общества, в котором мы все живем, и уважения к правам каждого гражданина России, которые защищает власть.

Основа взаимоотношений предпринимателей и властей - Закон. Действующие законы разделяют интересы: у предпринимателей - это прибыль, у власти - интересы населения. Нельзя получить прибыль от бизнеса, к которому у населения нет интереса, в то же время, невозможно удовлетворить интересы населения, не имея крепкого предпринимателя и надежного налогоплательщика.

На современном этапе серьезное взаимодействие пока отсутствует. Власть обращается к предпринимателям, когда нужны деньги, в остальных случаях предприниматель держится подальше от власти. То есть связи случайные. Необходимо налаживание этого взаимодействия. Предприниматели, которые возглавляют крупные предприятия, на сегодня уже прошли стадию организации бизнеса и хорошо понимают, что без благоприятного отношения властной среды, нормальной работы не будет, не будет и серьезного нормального развития их предприятия. Нормальные условия - это, прежде всего, нормально живущие люди, которые работают на нашем предприятии. Это же нужно и власти, значит, власть должна быть заинтересована во взаимодействии. Но пока этого взаимодействия не получается. И больше всего виноваты в этом властные структуры.

Сегодня государство воспринимает предпринимателей, как людей, занятых торговлей.

Серьезный бизнес - очень законопослушен, налоги платит аккуратно и власть должна повернуться к предпринимателям, чтобы с их помощью соединить и другие производственные процессы, производственные ресурсы и рабочую силу. Только в результате этого процесса и создается национальное богатство, которое используется для повышения благосостояния людей страны. Если бизнес успешен, - хорошо живет огромная масса людей, занятых в различных сферах негосударственных предприятий. Хороший бизнес платит налоги, и в бюджете достаточно средств для финансирования социальной сферы. Что конкретно нужно сделать для налаживания нормального взаимодействия? Всем главам администраций иметь список предприятий, которые больше платят налогов. Если какое-либо предприятие обращается к власти - посмотреть, какая строчка в этом списке соответствует этому предприятию и оказать соответственно помощь. Надо провести аудиторскую проверку некоторых муниципальных предприятий, которые не обеспечивают жизнь города, но могли бы быть приватизированы. Если какое-то предприятие дотируется - сделать его немуниципальным.

# 3. Бизнес и благотворительность

Конечно, этика бизнеса и благотворительности в России еще не полностью сформирована, тем не менее, в конечном счете, этичное поведение оказывается более эффективным, чем победа в прямом конкурентном столкновении с использованием неэтичных средств.

Если в США благотворительность стоит на пороге новой эпохи, российская благотворительность находится еще в самом начале своего развития. Россия находится там же, где была Америка в эпоху, когда Карнеги и Рокфеллер еще не основали свои фонды. Карнеги необычайно ревностно заботился о развитии школ и библиотек, особенно в тех регионах, которые были интересны ему в промышленном отношении, где он проводил железные дороги и строил металлургические компании, добывал уголь. Теми же чертами по преимуществу характеризуется благотворительность крупных корпораций в нашей стране. Нефтяные магнаты заботятся о социальных условиях в самых разных отношениях в тех регионах, в развитии которых они заинтересованы. Это естественный процесс, как развития благотворительности, так и развития бизнеса.

На этом фоне есть только начатки организованной благотворительности в виде корпоративных фондов. К примеру, Фонд имени Вернадского содержится на деньги Газпрома, однако это не является значимой деятельностью в масштабах этой крупнейшей газовой компании. Наиболее интересный пример в современной России это, конечно, фонд Владимира Потанина. Это первый в России классический фонд большой благотворительности, который на наших глазах начинает свою работу, вырабатывает свои собственные стратегии и практики и учится технологиям филантропии: как организовывать конкурсы, как создавать и осуществлять программы.

Понятно, что развитие благотворительности в России будет тесно связано с новым частным богатства и будет иметь выраженные индивидуальные черты. У нас много людей преуспевших в бизнесе и уже имеющих крупные состояния, и многие из них очень молоды. Поэтому от них можно ожидать - в том числе и при создании фондов - такого же отношения к благотворительности, какое было у раннего Карнеги или же у современных американских благотворителей, получивших деньги в области высоких технологий. Эти люди, если и будут создавать благотворительные фонды, то станут внимательно следить за тем, как они управляются, а на стратегическом уровне будут управлять ими сами. Это тоже будет естественный этап развития, и его надо будет только приветствовать.

Надежды на развитие системной благотворительности в России есть именно потому, что у нас немало людей, которые обладают крупными состояниями и являются сильными предпринимателями и талантливыми менеджерами. Крупная системная благотворительность - это не дело коллективных образований, таких как корпорации или общества. Большая благотворительность - дело отдельных больших людей, сделавших имя и деньги в предпринимательстве.

# Список литературы

1. Емельянов Е.Н., Поварницына С.Е. Психология Бизнеса. - М.: АРМАДА, 1998. - 511 с.
2. Кудряшова Е.В. Лидер и лидерство. - Петрозаводск, 1996.
3. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. - М.: "Дело", 1993. - 702 с.
4. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес. / Под ред. Ю.М. Осипова. - М., 1992. - 432 с.
5. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. - 2-е изд. перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ, 2002. - 560 с.
6. Ягер Д. Деловой этикет: Как выжить и преуспеть в мире бизнеса. - М., 1994.
7. Этика бизнеса: Межкультурные аспекты. Отв. ред. Лобанов А.А. М., 1992.
8. Этика бизнеса: Международные аспекты. Отв. ред. Лобанов А.А. М., 1996.
9. Этика бизнеса. (К определению предмета). РАН ИНИОН. М., 1994.
10. Фомин Э.А. "Благотворительность: дискуссионное поле и исследовательские задачи // Благотворительность в России. - СПб, 2001. - С.23.
11. Юрченко Л. "Громче говорить спасибо, не сгибаясь в поклоне" // "Благотворительность в Сибири". - 2001. - №1 (3). - С.2.