

Электронные лекции по дисциплине специализации
«Предпринимательство и государственная власть в России: приоритеты
экономической политики и частная инициатива: соотношение тенденций»
для студентов специальности «История отечественная и всеобщая»
3 курс 2 семестр

Лекция 1. Вводная лекция

План:

1. История предпринимательства как научная дисциплина: основные этапы становления.
2. История российского предпринимательства, ее предмет, особенности и функции.
3. Предприниматель как социальный тип.
4. Место и роль предпринимательства в системе человеческой деятельности.

Литература

1. Никитина С.К. История российского предпринимательства. – М., 2001.
2. Поткина И.В. История предпринимательства в 20 в.: становление научной дисциплины // Отечественная история. – 2002. – №2. – С. 124–134.
3. Экономическая история. Предпринимательство и предприниматели. – М., 1999.
4. Экономическая история России XIX – XX вв.: современный взгляд / отв. ред. В.А. Виноградов. – М., 2000.

**1. История предпринимательства как научная дисциплина:
основные этапы становления**

История предпринимательства или бизнеса («business history») как научная дисциплина имеет общие корни с экономической историей. Уже в конце XIX в. стали складываться предпосылки ее возникновения. В странах Западной Европы и в Америке все начиналось с публикаций автобиографий и биографий известных преуспевающих предпринимателей. Однако статус научной дисциплины эта отрасль исторической науки там приобрела только во второй половине XX в.

В дореволюционной России также были условия, благоприятные для возникновения истории предпринимательства как особой сферы познания. Первые биографические очерки о предпринимателях появились в 60-х гг. XIX в. В конце столетия крупнейшие российские торгово-промышленные фирмы и кредитные учреждения приступили к изданию официальных публикаций по истории своих предприятий, которые были обычно приурочены к той или иной юбилейной дате. Они неравнозначны по своему характеру, одни поверхностны и лапидарны, другие, наоборот, подробны и

обстоятельны, поскольку опирались на делопроизводственную документацию предприятий. Что касается их содержания, то эти исторические очерки были в известной степени однородны и включали перечень обязательных и значимых, с точки зрения предпринимателя, рубрик и тем. К числу лучших можно отнести иллюстрированные издания по истории Прохоровской мануфактуры, нефтяного товарищества "Братьев Нобель", парфюмерной фабрики Г. Брокара, чаеоторговой фирмы Губкина-Кузнецова, торгового дома Вогау.

1. 25-летие товарищества нефтяного производства "Братьев Нобель". 1879-1904. – СПб., 1904.
2. 30 лет деятельности товарищества нефтяного производства "Братьев Нобель". 1879-1909. [Б.м.], 1914.
3. Золотой юбилей. К 50-летию со дня основания Товарищества Брокар и К°. Краткая история. М., [1915].
4. Материалы к истории Прохоровской Трехгорной мануфактуры и торгово-промышленная деятельность семьи Прохоровых. Годы 1799–1915 // Сост. Терентьев П.Н. М., 1915.
5. Исторический очерк 25-летней деятельности торгово-промышленного товарищества "Преемник Алексея Губкина А. Кузнецов и К°" 1891–1916. М., 1917.
6. Торговый дом "Вогау и К°". Исторический очерк деятельности с 1840 по 1916. М., 1916.

Юбилейные материалы дополнялись отдельными публикациями, в которых освещалась история создания благотворительных учреждений при фабриках или училищ, открытых на средства предпринимателей.

1. Аристов И.В. Никольское начальное училище при фабриках Товарищества Никольской мануфактуры "Саввы Морозова сын и К°". Орехово, 1906.
2. Двадцатилетие Александровского коммерческого училища, основанного Московским биржевым обществом. М., 1911.
3. Каптерев А.Ф. 25-летие (1870–1895) Глуховского начального училища на фабриках Компании Богородско-Глуховской мануфактуры. М., 1895.

На рубеже XIX–XX вв. в России начали появляться издания, объектом которых становились целые отрасли промышленности. Так, под редакцией П.Х. Спасского вышло несколько очерков о различных видах производства и секторах экономики Российской империи. Наиболее полно была отражена история текстильной промышленности, при этом в центре внимания дореволюционных авторов оставались та или иная фирма и ее владелец. К 1917 г. сложился обширный комплекс материалов, который современные исследователи относят к группе представительских источников.

1. Исторический очерк развития торговых учреждений в России. СПб., 1911.
2. Исторический очерк развития кредитных учреждений в России. СПб., 1911;
3. Исторический очерк развития путей сообщения в России. СПб., 1913.
4. Исторический обзор развития мануфактурной промышленности. СПб., 1914.
5. Йоксимович Ч.М. Мануфактурная промышленность в прошлом и настоящем. М., 1917.
6. Литвинов-Фалинский В.П. Шелковая промышленность в России. СПб., 1902.
7. Шульце-Гевеверниц Г. Крупное производство в России. Московско-Владимирская хлопчатобумажная промышленность. М., 1899.

После октября 1917 г. в России органичное становление и развитие такого направления, как история предпринимательства, было на долгое время прервано. Советская историография делала акцент на анализе социально-экономических процессов в классово антагонистическом обществе и вытекающих отсюда политических проблемах, игнорируя функционально-экономические и социокультурные аспекты развития предпринимательства.

1. Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М., 1991.

Хозяйственная деятельность рассматривалась исключительно с точки зрения реализации сугубо эгоистических материальных интересов буржуазии. Более того, сами понятия "предпринимательство" и "предприниматель" являлись «синонимами бесспорно отрицательного, "чуждого" социализму явления и практически не использовались в официальном историко-экономическом лексиконе». В конечном итоге предпринимательская функция как важнейшая составляющая хозяйственной творческой деятельности человека, если следовать определению С.Н. Булгакова, выпала из поля зрения советских историков.

2.История российского предпринимательства, ее предмет, особенности и функции

Обращаясь к истории российского предпринимательства нужно задаться вопросами: а) что собой представляет история предпринимательства? б) кому и зачем это нужно? Очевидно, что

а) история предпринимательства – наука о закономерностях развития предпринимательства, а поскольку, речь идет о российском предпринимательстве — и об особенностях предпринимательства в России.

б) Историю предпринимательства нужно изучать по той же причине, по которой надо знать экономическую историю вообще: нельзя разобраться в современном состоянии хозяйства, не зная, как оно сложилось. Экономика, в том числе и предпринимательство, — это процесс, развитие, а современное состояние — лишь момент процесса. Если не знать хода экономического развития, то невозможно видеть его направление, невозможно определить последствия тех или иных хозяйственных решений. Каждое хозяйственное явление имеет свои исторические корни, т. е. оно сложилось в результате определенных исторических процессов. Программирование экономики без учета всего этого приводит к тому, что результат хозяйственных решений получается совсем не таким, как предполагалось.

К сожалению, в России, да и в Беларуси история отечественного предпринимательства во многом остается белым пятном. В период строительства социализма предпринимательская деятельность освещалась преимущественно под углом эксплуатации труда и классовой борьбы. Капиталисты эксплуатировали рабочих. Особенно осуждались кулаки, т. е. сельские предприниматели, фермеры, подлежащие "раскулачиванию". Изучать историю российского предпринимательства важно и необходимо также в связи с целым рядом и других обстоятельств:

1) несмотря на ряд книг и публикаций преимущественно обзорного и прикладного характера, мы пока мало что знаем об истории российского предпринимательства, общем и особенном в его исторической судьбе. И только исторический опыт может подсказать ответ и вывести нацию на ту единственно верную дорогу, которая приведет ее к материальному благополучию и духовному возрождению. Пока мировой опыт показывает одно — без свободной рыночной экономики, без самостоятельного производителя, без предпринимательской активности никакое процветание невозможно. Постсоветская Россия как никогда ранее нуждается в тех людях, которые, вобрав в себя лучшее из мировой и отечественной практики, начали бы трудную, но плодотворную работу по созданию действительно эффективной экономики. Так что без знания истории предпринимательского дела не может сформироваться новый тип хозяйственника-предпринимателя и перестройка отечественной экономики в цивилизованную форму не пойдет так быстро, как бы хотелось. Следовательно, кроме теоретико-познавательного значения, история российского предпринимательства несет в себе сугубо практическую роль.

Сегодня никого не нужно убеждать в необходимости реформ, вопрос стоит в иной плоскости: как быстро и какими средствами и методами проводить преобразования. Предлагаемые варианты опираются в основном на иностранный опыт, включающий «экономические чудеса» Запада и Востока. Полярность вариантов – от китайского с его ставкой на государственные институты до американского с его приоритетом частной инициативы и предприимчивости – не означает отсутствия в них общих черт. Все экономические программы основываются на учете национальных особенностей: традиций, обычаев, психологии, мировоззрения, исторической практики. Национальная специфика создает условия для применения и корректировки общего «правила» для всех стран, приступавших к реформам, универсального фактора делового успеха – предпринимательства. К России – особому культурному и историческому миру – рыночные мерки в «чистом» виде вообще не подходят. В евразийском государстве экономика изначально сложилась с качественно неоднородной структурой. Социальная и экономическая несхожесть регионов опосредована здесь не только природно-климатическими и географическими различиями, но и хозяйственными стилями и образом жизни, выработанными самобытной культурой разных народов. Поэтому Россия в условиях глобализации не вписывается ни в один из вариантов всеобщей либерализации и демократизации, ей следует искать свое достойное место. Понять мир как единство многообразного – задача давно назревшая, бурные события XXI века сделали ее проблемой сегодняшнего дня.

Для нас, живущих в Республике Беларусь, история российского предпринимательства (интегральная часть экономической истории России) актуальна тем, что специально посвящена изучению истории России, от политики которой традиционно зависела судьба Беларуси. Кроме того, по справедливому мнению профессора БГЭУ, доктора исторических наук З.В. Шибeko “современные исследования экономической истории и исторического прошлого российского государства должны быть более интенсивными”.

2) Значимость изучения истории российского предпринимательства определяется еще и тем, что назрела необходимость рассматривать российское предпринимательство объективно, применять ценностный и правдивый подход, перестать видеть в личности российского предпринимателя одни лишь негативные черты, переломить данную тенденцию, начало которой восходит даже не к советской, а еще к дореволюционной историографической и литературной традиции. Пора представить положительные примеры российских предпринимателей, связанных с образами патриотов и меценатов.

Через литературу, посвященную истории российского предпринимательства в сознании закрепился отрицательный образ российского предпринимателя – человека, далекого от культуры, грубого и невежественного, отличающегося бессердечием, крайним корыстолюбием и приземленным отношением к жизни. С легкой руки литераторов XIX и

начала XX в., писавших о купцах, перед нами предстает череда внешне похожих персонажей: то это в длинной, до пят шубе гостинодворский «потный купчина», или «почтенный лабазник, толстый, присадистый, красный как медь», то дородный, с окладистой бородой, купец-старовер, «аршинник» и «самоварник». Мелькают со страниц обобщенные имена персонажей произведений Островского, Некрасова, Салтыкова-Щедрина, не вызывающие симпатий и уважения, но ставшие символами купеческого сословия: «Тит Титычи», «Кабанихи», «Разуваевы» и многие другие. Со времени выхода в свет пьес Островского и знаменитых статей Добролюбова, в научной, публицистической и художественной литературе не прекращается полемика и борьба мнений вокруг оценки личности и деятельности российского предпринимателя. Кто он? Каков его статус и влияние в обществе? Как далеко он продвинулся по пути цивилизованного сознания?

Первым наиболее резко и отчетливо сформулировал отношение к российскому купечеству со стороны демократической «разночинной» интеллигенции Н.А. Добролюбов, уместив его в формуле: «Темное царство». К сожалению, в массовом сознании все еще господствуют образы, навеянные великой русской классикой. Взять того же героя бессмертной драмы А.Островского «Гроза» Савву Прокофьевича Дикого, с его неумемной жадностью, жульничеством, деспотизмом и невежеством, низким холопством по отношению к власти, предержащим и хамством в отношении зависимых от него людей. Коммунистическая пропаганда изрядно потрудились, чтобы создать в массовом сознании именно такой облик предпринимателя-капиталиста, а неприглядные стороны современного отечественного бизнеса еще более отягощают это не совсем верное представление о предпринимателях и предпринимательстве. Поэтому пора показать истинные черты российского предпринимательского класса, лучшие представители которого имели и цепкий ум, и знание экономической конъюнктуры, были инициативны и очень предприимчивы и, самое главное, прекрасно осознавали связь между личным благополучием и общественными интересами.

3) Немаловажное обстоятельство, заставляющее изучать историю российского предпринимательства, — это необходимость опровержения расхожего как на Западе, так и внутри страны мнения о неспособности русских к нормальному культурному бизнесу. Хотя, казалось бы, опыт российских предпринимателей и в стародавние времена, и сейчас свидетельствует совсем об обратном. Были и есть в России люди знающие основы бизнеса и вполне способные поднять российскую экономику на должный уровень развития. Что же касается действительно встречавшихся и встречающихся теперь проблем в российском бизнесе, то дело вовсе не в природной лени россиян, их безыскусности и отсутствии самого «духа» предпринимательской активности. Претензии здесь надо адресовать господствовавшим ранее и не устраненным по сей день системам управления экономикой, гигантским по размерам, но малоэффективным по действительному вкладу в рост народного благосостояния, а также к

господствовавшим в России идеологическим догмам, которые не допускали возможности другой модели экономического развития, кроме авторитарно-бюрократической.

4) Переход нынешней России к экономике рыночного типа, формированию слоя предпринимателей в важнейших сферах экономики предопределяет необходимость систематизации и обобщения исторического опыта развития предпринимательской деятельности, который имеет более чем тысячелетнюю историю. Чтобы преодолеть укоренившиеся стереотипы мышления и поведения, перейти к новым побудительным мотивам и стимулам и, наконец, восстановить «связь времен», требуются не только адекватные прагматические решения, но и формирование самого предпринимательского менталитета и соответствующего понимания российским обществом этого социально-экономического явления. «Связь времен», так долго отрицавшаяся или замалчивавшаяся, должна быть восстановлена. Это имеет не только познавательный, но и сугубо практический интерес. Предпринимательство олицетворяет творческое начало в хозяйственных отношениях, обеспечивает структурообразующие процессы, вызывает экономический рост. При этом Россия должна идти своим путем, основываясь на российских традициях. Зарубежный предпринимательский опыт не может механически переноситься на российскую действительность. Желание извлечь исторические уроки и обратить их на пользу нынешнему и будущим поколениям диктует потребность анализа событий и итогов минувших веков, получения целостной картины предпринимательской деятельности, благотворно повлиявшей на многие стороны хозяйства, общественной и культурной жизни страны на различных этапах ее исторического развития.

Сейчас постепенно уходят в прошлое прежние иллюзии, что какая-то иная, кроме рыночной, структура экономики может открыть родник всеобщего благосостояния и наиболее полно соответствовать потребностям общественного развития. Самой историей, опровергнувшей на практике все прошлые догмы и утопии, доказано, что предпринимательство было и будет основным компонентом экономической системы того общества, которое называет себя цивилизованным. Эта мысль является центральной, стержневой, определяющей смысл и значение предлагаемого спецкурса по истории российского предпринимательства.

3. Предприниматель как социальный тип

С самого начала встает вопрос: что из себя представляет сам активный участник этого процесса — предприниматель как социальный тип? И в чем вообще смысл и содержание предпринимательской деятельности? Без ответа на эти вопросы нельзя сделать ни шагу в дальнейшем постижении истории российского предпринимательства.

Итак, что же представляет из себя российский предприниматель? Образу предпринимателя в мировой литературе посвящено немало произведений. О силе характера и неординарности личности людей этого

типа повествовали романы О. Бальзака, Дж. Лондона, Г. Манна, А. Хейли, которые несколько диссонировали с галереей портретов Колупаевых и Разуваевых, созданных талантами А. Чехова, А. Островского и М. Салтыкова-Щедрина. Что же касается советской научной литературы (другой раньше просто не было), то в ней надолго были преданы забвению полные уважения к первым предпринимателям слова Ф. Энгельса, что «...они были всем, чем угодно, но только не людьми буржуазно-ограниченными». В советских энциклопедических и толковых словарях отсутствовало это понятие — «предприниматель». Только в шестом томе Малой Советской Энциклопедии можно найти определение слова «предприниматель», но, конечно, не в современном духе. Здесь было сказано, что предприниматель — это капиталист, ведущий процесс капиталистической эксплуатации трудящихся и как социальный тип резко противостоящий пролетариату и другим трудящимся классам.

Всякий желающий уяснить для себя истинное значение слова «предприниматель» в советские времена должен был обратиться к третьему тому толкового словаря В. Даля, где бы он прочел, что «предпринимать» — значит затевать новое дело, приступать к чему-либо значительному. А предприниматель, соответственно, — это человек, на свой риск и страх что-то предпринявший. Следовательно, человек смелый и решительный, способный к риску, достаточно ответственный перед собой и своими партнерами, ибо без всего этого никакого дела не выйдет.

Прошло достаточно много времени, прежде чем в 1993 году произошло восстановление прежнего, дореволюционного определения понятия «предприниматель». Тогда одновременно в двух изданиях (Энциклопедическом словаре предпринимателя и в статье академика Л. Абалкина «Заметки о российском предпринимателе», опубликованной в газете «Былое») разъяснялось: «предпринимательство» — это особый вид деятельности, направленной на приумножение личного и общественного богатства. Неотъемлемыми сущностными чертами предпринимательства были названы: а) свобода в выборе направлений и методов деятельности; б) самостоятельность в принятии решений; в) ответственность и г) ориентация на получение коммерческого эффекта и вероятной прибыли.

Это определение сущностных черт предпринимательства согласуется с тем обобщенным образом предпринимателя, который рисуют зарубежные исследователи. По мнению Й. Шумпетера, предприниматель отличается от всех прочих смертных следующими чертами своего характера. Во-первых, особым взглядом на вещи, где главную роль играет не столько интеллект, сколько умение выделять и видеть в реальном свете определенные моменты действительности (надо полагать — именно то, что обеспечивает прибыль). Во-вторых, способностью идти в одиночку, не пугаясь связанных с этим трудностей, неопределенностей и возможного сопротивления. В-третьих, предпринимателя отличает умение воздействовать (в нужном для себя направлении) на других людей.

Но это все в теории. А как на практике, в конкретной ситуации, проявляются свойственные предпринимателям, людям делового склада характера, личностные черты? Их довольно отчетливо рисуют данные эмпирического обследования 150 наиболее удачливых антрепренеров американского штата Мичиган, что позволило несколько уточнить тот образ, который был создан творческим методом Й. Шумпетера. Из данных этого опроса следует, что предпринимателям присущи следующие характерные черты: во-первых, высокая убежденность в способности самостоятельно определять свою судьбу; во-вторых, не столько склонность к риску, сколько умение рисковать в меру без всякого налета авантюризма; и, в-третьих, насущная необходимость свободы, потребность в независимости, стойкость и долготерпение.

Обобщив все приведенные ранее характерные черты личности предпринимательского типа, можно заключить, что для успеха предпринимательской деятельности необходимы: 1) способность организовать людей и объединить различные ресурсы; 2) богатая интуиция; 3) ослабленное чувство опасности; 4) непризнание бюрократических процедур; 5) некоторая самоуверенность; 6) фанатичная преданность своему делу.

По мнению С.К. Никитиной предприниматель должен обладать рядом важных черт, таких, как экономическая активность, инициатива и новаторство в хозяйственном процессе, готовность и даже склонность к риску, жесткость и творческий подход в достижении своей цели — увеличении капитала. Черты предпринимательского поведения формируются постепенно и имеют генетические корни. Поэтому не следует ограничивать возраст предпринимательства и связывать его историю только с периодом капитализма.

Отталкиваясь от определений сущностных черт личности предпринимательского типа, нетрудно ответить на вопрос: что же толкает человека в предпринимательскую стихию, где он с равным успехом может подняться в ряды богатейшей элиты нации или же потерять остатки бывшего благосостояния? Только ли жажда наживы? Наверное, не меньшее значение при этом имеет неистребимое во всяком деятельном человеке стремление к хозяйственной самостоятельности, желание самому определять свою судьбу. Именно в этом кроется смысл предпринимательской деятельности, когда человек, обогащая себя, в то же время содействует приумножению общественного богатства.

4. Место и роль предпринимательства в системе человеческой деятельности

Отталкиваясь от данного определения понятий «предприниматель» и «предпринимательство», следует заключить, что предпринимательство — это особый вид человеческой деятельности, органически сочетающей в себе частные и общественные интересы, направленной в конечном счете на приумножение общественного достояния. Его роль в общественно-

производственной практике весьма велика. Ведь главная функция предпринимательского дела состоит в постоянном революционизировании и реформировании процесса производства и распределения товаров путем использования разнообразных возможностей для выпуска новых или старых (по новым способам) товаров и услуг, открытие новых источников сырья, рынков сбыта, различных новшеств организации производства. А основным содержанием предпринимательской деятельности выступает осуществление новых комбинаций факторов производства и обращения или различных нововведений.

Предпринимательство (бизнес) определяется как экономически свободная инновационная деятельность, связанная с риском, ответственностью, имеющая целью достижение новых результатов. Главная цель предпринимательской деятельности — извлечение прибыли. Вполне очевидно, что этот вид деятельности относился к разряду несовместимых с авторитарной системой экономики. Таким образом, для предпринимательства необходимы два взаимосвязанных условия: организационно-хозяйственное новаторство и хотя бы малая толика экономической свободы.

В одном из рекламных роликов компании «Билайн» говорится, что «бизнес – это большое плавание, полное неожиданностей». Отсюда встает вопрос: по плечу ли обычному среднему человеку занятие предпринимательской деятельностью? Или для этого необходим набор каких-то особых качеств характера? Фирма «МакБер энд компани» при поддержке Американского агентства по международному развитию и национального научного фонда США разработала модель «идеального предпринимателя». Результатом работы стало выделение свыше двадцати особых качеств личности, которые продемонстрировали наиболее удачные предприниматели. Вот некоторые из них: 1. Поиск новых возможностей и инициативность (видит и использует новые или необычные деловые возможности до того, как его к этому вынудят или обойдут); 2. Упорство и настойчивость в достижении цели (готов к неоднократным усилиям, чтобы достичь поставленной цели); 3. Готовность к риску (но риску умеренному, чтобы сохранить контроль над ситуацией). 4. Ориентация на эффективность и качество (находит возможность поставить дело быстрее, лучше и эффективнее других, постоянно добивается совершенства). 5. Вовлеченность в рабочие контакты (принимает на себя всю ответственность, идет на личные жертвы, берется за дело вместе с работниками или вместо них). 6. Целеустремленность (ясно видит цель, постоянно ставит и корректирует краткосрочные задачи). 7. Стремление быть информированным (лично собирает информацию о клиентах и конкурентах, использует в этих целях личные и деловые контакты). 8. Систематическое планирование и наблюдение (следит за финансовыми показателями и использует их при принятии решений, разрабатывает и использует процедуры слежения за выполнением работы). 9. Способность убеждать и улаживать связи (использует осторожную стратегию для влияния и убеждения людей, а также

личные и деловые контакты как средство достижения своих целей). 10. Независимость и самоуверенность (стремится к независимости от правил и контроля других людей, полагается только на себя и верит в свою способность выполнить любую трудную задачу).

Из перечисленных качеств личности «идеального предпринимателя» видно, что одни из них можно выработать в процессе обучения или приобрести на практике. Что же касается других, то они представляют собой врожденные свойства личности, или, если точнее, являют собой продукт развития природной предрасположенности. Следовательно, идеальный предприниматель отличается от остальных непреодолимым внутренним стремлением к преобразованиям, к творчеству, к активной целеполагающей деятельности. Все это есть черты того типа личности, которую Л.Н.Гумилев называл пассионарной, а пассионарность, согласно его концепции, является одной из главных сил, приводящих в движение мировой исторический процесс. При всей своей отрешенности от политической жизни общества предпринимательство тем не менее оказывает в ряде случаев решающее воздействие на формирование облика человеческой цивилизации на разных этапах ее истории.

История предпринимательства неотделима от истории человеческого рода, ибо она сопутствовала человеку с самого момента, когда он выделился из животного мира. Может быть, даже раньше появления частной собственности и торговли. Как только люди получили возможность самостоятельно распоряжаться лично им принадлежащими орудиями и продуктами труда, сразу же пробудилась их деловая активность. Следы ее можно обнаружить еще в добиблейские времена, в условиях первобытно-общинного строя, когда человек с выгодой для себя и своей общины обменивал рыболовные крючки на шкуры животных. Это была уже чисто деловая операция – предпринимательство в чистом виде.

Такого рода предпринимательство существовало при любом общественном строе, при любом политическом режиме, при любом способе производства. И всегда оно было вынуждено приспособляться к существующей экономической системе – рыночно-конкурентной или административно-командной. Во все времена при любом экономическом режиме оно было также сковано различными препонами, даже в эпоху так называемой свободной конкуренции. Особенно много ограничений и запретов претерпело предпринимательство в XX веке. В бывшем СССР проводилась линия на искоренение любых видов частной экономической инициативы. В странах третьего мира предпринимательство обычно подавлялось бюрократическими и колониальными структурами. И даже в высокоиндустриальных странах Запада свободное предпринимательство, начиная с 1930-х годов, было ограничено все более усиливающимся государственным вмешательством в экономику и деловой практикой большого бизнеса. Лишь сравнительно недавно, начиная с 1970-х годов, общим местом в поисках выхода из экономических затруднений ряда стран стало признание предпринимательства незаменимой силой хозяйственной

динамики, конкурентоспособности и общественного процветания. Обвальная крах командно-административной экономики в бывших советских республиках и в ряде других стран социалистической ориентации еще больше утвердил мировое общественное мнение в мысли о том, что свободное предпринимательство было, есть и будет главной пружиной социально-экономического развития. Ибо неоднократно предпринимаемые в истории человечества попытки найти иной путь к процветанию, без частной собственности и предпринимательской инициативы, неизменно заканчивались крахом.

История российского предпринимательства таит в себе много интересного и еще до конца не познанного. Ни в одном государстве предпринимательство не претерпевало таких трудностей, как в России, особенно в советский период ее истории. отождествленное с капиталистической эксплуатацией и антиобщественными проявлениями «рвачества» и «частнособственнических пережитков», оно считалось отжившим элементом хозяйственного устройства, подлежащим немедленному уничтожению. Однако опыт социалистического строительства в СССР свидетельствовал как раз об обратном — о неустрашимости присущей человеку жажды самостоятельного экономического творчества. Реальная жизнь советского общества показала, что, несмотря на прямую физическую ликвидацию представителей предпринимательского класса и иных средств подавления любых форм предпринимательской инициативы, весь послеоктябрьский период отечественной истории отмечен существованием специфических, суррогативных, уродливых, но, тем не менее предпринимательских в своей основе образцов экономического поведения. Эти нетипичные для эпохи социализма образцы экономического поведения можно обнаружить не только в годы нэпа, но и в «теневой» экономике брежневского периода, во многом затравленных тогда экономических экспериментах, где просто невозможно было обойтись без новаторства и предпринимательской жилки. Даже в самую суровую сталинскую эпоху коммунистическому режиму не удалось полностью покончить с мелким ремеслом и торговлей, что на микроуровне тоже представляло собой зачатки частнопредпринимательской деятельности даже в жестких рамках тоталитарного режима.

Не совсем верными в связи с этим представляются суждения немецкого социолога Макса Вебера о монополии западной, вернее, протестантской духовной традиции в формировании предпринимательской этики и культуры. В России также можно обнаружить зачатки предпринимательской культуры, пусть несколько отличной от европейско-протестантской, но тем более ценной для формирования облика современного российского предпринимателя. Этот опыт предпринимательской культуры поведения можно обнаружить в дореволюционной России, причем не только в эпоху ее капиталистической эволюции, а гораздо раньше, в деятельности первых русских купцов и промышленников. отчетливо он виден и в деятельности «красных» директоров, других хозяйственников-подвижников эпохи

«развитого социализма», в инерции перестроечного реформаторства. И, само собой, в бурной лихорадке предпринимательского бума в современной посткоммунистической России. Весь этот идущий из далекого прошлого предпринимательский опыт являет собой предпосылки возрождения России путем укрепления в ней предпринимательских, подлинно рыночных начал в экономике. Вот почему важно и полезно знать историю отечественного предпринимательства от самих ее истоков до нынешних времен.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ