



ВЫСШИЕ УПРАВЛЯЮЩИЕ РОССИИ И США: ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ, ЛЕГИТИМАЦИИ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ

Опыт типологического сравнения

Проблемы становления, легитимации и политической активности нового российского социально-профессионального образования – собственников и высших управляющих крупных корпораций, формирования на основе этого слоя отечественной бизнес-элиты вот уже более десяти лет находятся в центре внимания политологов и социологов России.

Интерес к проблемам вполне оправдан. Анализ российской бизнес-элиты непосредственно связан с проблематикой кардинальных инноваций в социальной структуре общества и их политических, социально-психологических, идентификационных и других последствий. За короткое время в России возник политически инициативный общественный актор, способный оказывать всестороннее и эффективное воздействие, как на конкурентную среду бизнеса, так и на партийно-политические и государственные структуры, институты гражданского общества.

То обстоятельство, что процесс посткоммунистического транзита в России далек от завершения, а формирование новых социальных структур (включая предпринимательские) еще пребывает в начальной стадии, придает исследуемой проблеме дополнительную актуальность.

Исключительность сегодняшней российской ситуации заключается в том, что отечественное предпринимательство с точки зрения организационного сплочения, идеологической определенности, политического поведения находится на той стадии развития, которую крупный бизнес других стран и в первую очередь США миновал многие десятилетия назад. То есть, на российском материале возникает возможность своего рода ретроспективного сравнения общих и частных закономерностей становления и поведения бизнес-элит.

Объектом анализа статьи является, с одной стороны, опыт становления, развития и взаимоотношений с политической сферой высших управляющих США – опыт давно обретенный и многообраз-

ный. И, с другой стороны, опыт России в тех же областях – опыт начальный, первопроходческий и поэтому трудно предсказуемый по своим возможным политическим последствиям и особенностям эволюции. Научный интерес к теме оправдан в первую очередь интенсивно возрастающей в последние годы международной политической активностью американских управляющих, связанной с общей эволюцией позиций и роли бизнеса в глобализирующемся мире. В России же взаимодействие с властью высших управляющих становится все более разноплановым и неоднозначным, что может означать как изменение позиций власти в отношении бизнеса, так и незавершенность поиска российским бизнесом оптимальной формулы этих отношений. Однако, и в том, и в другом случае можно предполагать их кардинальное обновление уже в краткосрочной перспективе. Возможное скорое вступление России в ВТО и, следовательно, институциональное «вхождение» в глобальное миропространство также предполагает качественное изменение политической роли и социальной значимости отечественного бизнеса.

Понятие «высшие управляющие» в политологической литературе, как США, так и России имеет массу синонимов: менеджеры, топ-менеджеры, высшие управленцы, управленческая бизнес-элита и т. п. Поэтому важно определить, кто конкретно является субъектом этого исследования.

Одно из первых научных (с поправкой на время) определений высшего управляющего появилось именно в США: оно было сформулировано уже в самом начале 30-х годов. Его отличали предельная лаконичность и жесткая категоричность, что исключало разночтения по поводу того, кто в действительности управляет предприятием: государственная власть, собственник, наёмный менеджер или рабочий коллектив (профсоюзы).

Тогда это определение гласило: высшими управляющими являются «индивид или совокупность индивидуумов, взявших на себя, на основании власти, возложенной на них законом, ответственность за руководство предприятием. В американской юридической системе это понятие включает в себя членов совета директоров и высших служащих предприятий»¹.

Это юридическое определение практически полностью исключило вероятность отнесения к управленческой страге представитель трудовых коллективов и профсоюзов (за редкими и конкретными случаями).

Формула «высшие служащие и члены советов директоров» принципиально важна для понимания сегодняшней российской специфики управления предприятием, предстоящего сравнительного анализа российского и американского опытов становления двух управленческих систем.

Однако, 70 лет, прошедшие с 30-х годов, не могли не внести существенных изменений как в упомянутое определение, так и, что

¹ A. Berle, G. Means. *The Modern Corporation and Private Property*. N. Y., 1932.

важнее, в само понимание природы современного управленческого процесса.

Причины тому немало, но важнейшей из них представляется более чем полувековой переход американской промышленности от крупного трудоемкого типа производства и гигантских корпораций к широкомасштабному мелкому информационно и технологически насыщенному бизнесу.

Роль сохранившихся и сохранивших объем своих полномочий «кустовых» советов директоров при предельно диверсифицированном акционерном капитале ни в коей мере не ослабла. Но каким термином, кроме как «высший управляющий», определить самостоятельные функции руководителя производственного коллектива, насчитывающего сегодня 15, 10, а часто и меньшее количество сотрудников? В США количество таких коллективов к началу XXI века исчислял ось миллионами, к тому же члены официальных советов директоров при стремительном развитии транснациональных и в последнее время глобализационных процессов совсем не обязательно пребывали в США и состояли из американских граждан.

Это один из первых пунктов сегодняшней типологической близости развития российского и американского управленческого слоя, хотя «встречное» движение каждой из стран к подобному состоянию в силу исторических и хронологических причин шло самостоятельным путем, с различных «направлений» и исходных точек. К тому же, обилие мелких и средних предприятий в России скорее является показателем незрелости предпринимательской сферы, чем итоговым результатом ее естественного развития, как в США.

В современной России проблема кого следует, а кого нет считать отечественным представителем высшего управленческого слоя, бизнес-элиты все еще является предметом дискуссий, как в научной, так и предпринимательской среде. Столь же дискусионен и вопрос о реальной роли и функциях советов директоров. Некоторое представление о масштабах и остроте этих дискуссий дает обширная проблемная статья «Как отделить собственников от менеджеров», опубликованная в середине ноября 1999 г. газетой «Коммерсантъ»². При этом авторы статьи, среди которых Д. Зеленин, в то время заместитель генерального директора РАО «Норильский никель» и руководитель инициативной группы по созданию Ассоциации менеджеров России, категорично сформулировали собственное понимание высшего управленческого слоя в России и его предпринимательские и политические функции. По мнению авторов, в современной России «кто управляет, тот и владеет».³

Суждение более чем спорное, если брать всю возможную совокупность и неоднородность современного российского предпринимательского сообщества. В частности, если принять во внимание большое количество предприятий, где контрольные пакеты акций

² «Коммерсантъ», 19 ноября, 1999.

³ Там же.

принадлежат производственным коллективам либо государству. Хотя подобные формы владения, как правило, отнюдь не означают реального участия в управлении.

Еще менее убедительной представляется попытка авторов журнала «Эксперт» считать критерием принадлежности к высшим управляющим принцип т. н. олигархической составляющей, аналитически определяемой категории бизнес-элиты⁴. Изначально (1992–1996 гг.) сильно преувеличенная политическая роль этой крайне узкой корпоративной категории предпринимателей (не без усилий с их стороны), практически сошла на нет после выборов 1996 года и почти свелась к нулю после выборов 2000 года (об этом убедительно писал в газете «Сегодня» отечественный исследователь А. Зудин в статье «Олигархов сменяют иерархи»)⁵. То есть, этот критерий (принадлежность к «корпорации избранных», ни в коей мере не представляющих интересы всего отечественного бизнеса) на самом деле не имел ничего общего с сущностной характеристикой высшего управленческого слоя России. Будучи порождением периода становления отечественного предпринимательства, к тому же тесно связанным с верховной политической властью, со сменой политико-экономической ситуации в стране после выборов 2000 г. довольно быстро исчерпал свой политический, а в ряде случаев и экономический потенциал. После президентской кампании 2004 г. отечественные политологи сочли возможным поставить проблему политической роли бизнеса на стадиях «Путин-I» и «Путин-II», т. е. проблему эволюции этой роли на новейшем этапе российской истории.

Существует целый ряд иных, научно более состоятельных определений нового социального слоя России – высших управляющих, которые, по некоторым оценкам, к началу 2004 г., а исчислялись тысячами, а самые влиятельные и авторитетные из них – сотнями.

Наиболее убедительным, хотя и не достаточно артикулированным, из этих определений представляется формула, прочно закрепившаяся на специальной полосе Ассоциации менеджеров России в газете «Ведомости».

Эта формула, несмотря на лаконичность, на наш взгляд, достаточно точно отражает природу российского высшего управляющего: это лица «имеющие отношение к управлению фирмой и несущие ответственность за принятие решений. Обычно этим условиям отвечают менеджеры, имеющие в непосредственном подчинении не менее 6–7 человек»⁶. То есть, как и в цитированном выше американском определении, речь идет о «лицах» (советах директоров?) и собственно управляющем, ответственным за организацию функционирования корпорации.

Определение это не голословно – оно покоится на убедительном эмпирическом материале. В конце 1999 г. Центром политических технологий (ЦПТ), а в 2000 г. газетой «Ведомости» были проведены опросы, соответственно, 400 и 100 менеджеров Москвы и Цен-

⁴ «Эксперт», сентябрь, 2000.

⁵ А. Зудин. Олигархов сменяют иерархи. «Сегодня», 15 марта, 2001.

⁶ Тематическая полоса Ассоциации менеджеров в газете «Ведомости». №№ 1–5, М., 2000.

Социологический
портрет высших
российских управ-
ляющих. ЦПТ,
1999.

трального региона России – ареала наибольшей концентрации фирм управленческого типа⁷. Вывод, к которому пришли авторы в своем определении высшего управляющего, исходит из двух взаимосвязанных принципов: места в должностной иерархии корпорации и масштабов коллективов, находящихся в прямом подчинении того или иного управляющего. Авторы исследования ЦПТ предлагают следующую классификацию высшего управленческого слоя России, с которой трудно не согласиться: верхушка управленческой пирамиды – руководитель, заместитель(-и) руководителя, главный специалист предприятия; среднее звено, ответственное за принятие самостоятельных управленческих решений, – руководитель подразделения, имеющего в своем составе другое; нижнее звено, обладающее достаточными прерогативами для принятия самостоятельных решений – руководитель подразделения, не имеющего в своем составе другого. По данным упомянутого опроса ЦПТ, совокупная численность всех звеньев этой управленческой пирамиды может достигать 87% управленческой страты, причем только на верхние два звена, несомненно, относящиеся к высшим управленцам, приходится 53%⁸.

⁸ Там же.

Подкрепляют это определение, сформулированное авторами «Ведомостей», и полученные ЦПТ данные о количестве сотрудников, находящихся в непосредственном подчинении российских высших управляющих. Как и в США, наибольшая концентрация их наблюдается на предприятиях с числом занятых от 10 до 50 человек. На долю этих предприятий сегодня приходится более 50% действующих в России фирм. При этом, число управляющих, в подчинении которых находится менее 7 человек, равна 16% от общего числа высшего управленческого персонала; от 7 до 10 человек – 42% от 11 до 15 человек – 13,3%. Далее, по мере роста числа подчиненных, происходит процентный спад управленческих рядов. В частности, всего 2% от их общего количества приходится на те предприятия, где им подчинено от 100 и более сотрудников⁹. Эти данные многое говорят как о структуре российского бизнеса, так и о понимании отечественными предпринимателями проблемы эффективности организации управленческого процесса.

⁹ Там же.

Приведенные статистические материалы в определенной мере (с поправкой на масштабы выборки) совпадают с результатами самостоятельного исследования Ассоциации менеджеров России, проведенного в 2000 г. в форме телефонных опросов 100 высших управляющих, фокус-групп, глубинных структурированных интервью с управленцами высшего звена. В частности, среди всех опрошенных 25% составили те, в подчинении которых находится до 6 человек; 38,5% – от 7 до 10 человек и 36,5% – более 10¹⁰. Характерно, что среди 100 избранных «Ведомостями» фирм нет ни одной естественной монополии, ни известных крупных корпораций. Зато представлены такие редко попадающие на страницы газет

¹⁰ «Тематическая полоса. Ассоциация менеджеров России в газете «Ведомости». Результаты опроса 100 менеджеров, фокус-группы и глубинных интервью с менеджерами высшего звена. М., 2000.

компании как ООО Независимость, ЗАО «Глобал Консалтинг», АО МАГ, Агентство инвестиций и развития ТЭК, «Офис Премьер», ЗАО «Ретал», Объединенные Консультанты ФДП, Национальная служба новостей «Наше радио» и т. п. То есть речь действительно, скорее всего, идет о компаниях с числом служащих от 10 до 50 человек.

Близость рассмотренных понятийных категорий России и США позволяет утверждать, что выбор для исследования типологических параллелей развития, легитимации и политической активности между высшими управляющими двух стран не случаен и аналитически оправдан.

Дело в том, что Соединенные Штаты Америки – одно из первых государств, где произошла, так называемая, «революция управляющих», то есть, состоялось радикальное разделение частнопредпринимательской функции (обладание собственностью) от функции управления предприятием. Именно в этой стране наемный квалифицированный управленец впервые стал самостоятельным и до известной степени независимым актором, возглавляющим и организующим производственный процесс. Более того, сфера взаимоотношений высших управляющих и собственников (акционеров) была жестко регламентирована не только государственными законодательными актами и законодательством штатов, но и развитой прецедентной практикой так называемого внутрифирменного «corporate governance» – механизма неписаных поведенческих норм и правил, едва зародившегося в дореволюционной России и прочно установившегося в силу традиций либо волевого решения того или иного совета директоров в США.

Параллельно в США происходил интенсивный процесс становления системы попечительских и наблюдательных советов, которые наряду с институтами гражданского общества (включая СМИ) сегодня играют на порядок более существенную роль в корпоративном управлении, чем в странах Западной Европы (опыт предельно важный для нас).

В то же время, крайне важно, что в «классического частнособственнического США, стране, казалось бы, капитализма», собственники играют значительно менее важную роль в корпоративном управлении, чем в Германии, Великобритании и, особенно, во Франции. Хотя, очевидно, сравнение это относительно, поскольку структура производства и диверсификация акционерного капитала в каждой из названных стран различны.

Если предложенную классификацию российских высших управляющих можно как минимум признать аргументированной и имеющей право на концептуальную основу в исследованиях всей анализируемой проблематики, то определение и оценка функциональной роли российских советов директоров пока разработаны гораздо хуже.

Причины этого достаточно очевидны. Одна из них та, что в условиях незавершенного передела и разгосударствления собственности различные группы акционеров, представленные в советах директоров, озабочены не столько стратегическим планированием и практическим управлением фирмами, сколько борьбой за власть и реальное обладание собственностью. Лишь последние два-три года продемонстрировали массу доказательств этого (известные скандалы вокруг «Транснефти», «Нижневартовскнефтегаза», издательского дома «Центр Плюс», «Медиа-Моста», Мосэнерго, предприятий Кемеровской области и Красноярского края далеко не исчерпывают списка). В подобных условиях советы директоров работают либо откровенно плохо, либо вообще не играют никакой реальной управленческой роли.

Вторая причина слабости отечественных советов директоров заключается в том, что до сих пор не отлажен правовой механизм принятия решений и контроля за их исполнением, в силу чего советы часто просто не способны вести согласованную политику. Именно поэтому, по мнению некоторых авторов, более эффективными оказываются корпорации, руководимые управляющими авторитарного типа, не оглядывающимися на совет директоров в своей повседневной управленческой деятельности. В качестве примера такого рода управляющих, можно привести такие известные имена, как глава ГАЗа Н.Пугин, «Газпрома» Р.Вяхирев, РАО «ЕЭС России» А.Чубайс, ОКБ «Сухой» М.Погосян, «Уралмаша» К.Бендукидзе, «Северстали» А.Мордашов и десятки других имен (сказанное не означает, что советы директоров не играют никакой роли в смене руководства предприятия. Более того, сказанное отнюдь не означает окончания войны за передел государственной собственности – в «боевых действиях» участвуют как представители деловых кругов, так, и (что важнее) государственных структур)¹¹.

Необходимо отметить, что не во всех возможных аспектах заявленное в заголовке статьи типологическое сравнение опыта двух стран может быть адекватным. Главная причина этого – стадийный и хронологический разрывы в жизнедеятельности предпринимателей США и России. В частности, стадии первоначального накопления капитала в России и США разделяет почти двухвековой период: стадии не легитимного и нередко откровенно криминального поведения предпринимателей, в том числе и «именитых» (а американский бизнес, подобно сегодняшнему российскому, прошел и через это), – почти 70–90 лет. В 1930-е гг. в США наступает период активного взаимодействия бизнеса, государства и профсоюзов в связи с заключением коллективных договоров – российский бизнес в массе своей к этой стадии еще и близко не подошел и т. д. Наконец, американский бизнес, начиная с 1830-х гг. (а не с 1879 г., как еще недавно было принято считать), пережил десятки «кризисов перепроизводства», малых и больших, включая «Великую депрессию» 1930-х гг. После

¹¹ И. Бушин.

Три волны российского предпринимательства. Бизнесмены России. 40 историй успеха. М., 1994;

И. Куколев.

Формирование российской бизнес-элиты. «Социологический журнал», 1995, № 3;

А. Чирикова.

Лидеры российского предпринимательства: менталитет, смыслы, ценности. М., 1997.

них происходила не только масштабная санация производственной базы, конкурентная ротация предпринимательского слоя, но и об-
 повлялись технологии, основной капитал, на рынок выходили более
 жизнеспособные силы, а послекризисное развитие, как правило,
 приводило к новому восходящему циклу эволюции американского
 бизнеса и экономики¹². Российскому предпринимательству противо-
 поставить этому «негативно-позитивному» опыту поведения на рын-
 ке производства и сбыта товаров и услуг практически нечего, кроме
 сомнительного по своим первопричинам дефолта 1998 г. Тем более,
 что о масштабном «конкурентном обновлении» российской пред-
 принимательской страты (кроме ее банковской составляющей) после
 этого первого в истории новой России по-настоящему серьезного
 кризиса говорить не приходится.

Действительно схожих черт развития и политической активност-
 сти российской и американской бизнес-элит набирается не так уж
 много. Большинство из них затрагивают лишь форму участия в поли-
 тике: здесь близость национального опыта двух стран почти пол-
 ная. Хотя объясняется это достаточно просто: российский бизнес не
 стал «изобретать велосипед» и в своих взаимоотношениях с миром
 политики использовал общеизвестные, в том числе и из американс-
 кой исторической практики, институциональные и организационные
 формы. Правда, с коррекцией на специфику страны и конкретной
 политической ситуации в ней. К тому же область взаимоотношений в
 системе «бизнес-элита – государство» достаточно узка (при всей поли-
 тической важности этих отношений) и практически в большин-
 стве стран развитого предпринимательства сегодня ограничивается
 несколькими принципиальными и исторически сложившимися
 формами. Среди них личная уния, лоббизм, прямая и косвенная
 партийно-политическая деятельность, в большей или меньшей степе-
 ни развитые взаимоотношения с гражданским обществом, нефор-
 мальные отношения бизнеса и государства (клиентела), сфера кри-
 миналитета.

Различия начинаются, когда сравнительный анализ затрагивает
 содержательную, функциональную и, возможно, главное, целе-
 вую стороны отношений бизнес-элит и власти обеих стран. В ряде
 случаев эти различия представляются непреодолимыми.

Основными стратовыми особенностями становления, разви-
 тия американского бизнеса и его вовлечения в политику были эво-
 люционность и поэтапное обретение, и обновление политическо-
 го опыта.

С точки зрения генезиса предпринимательской страты в США
 решающую роль в первую очередь сыграли просветительские идеи
 конца XVIII века о естественных и неотъемлемых правах человека
 (включая личные свободы и неприкосновенность частной собствен-
 ности), а также ряд жестких догматов протестантской этики, провоз-
 глашавшей «манифестом судьбы» («manifest of destiny») личност-

Подробно о неко-
 торых особен-
 ностях первоначального периода
 становления аме-
 риканского бизнеса
 см.: P. Collier,

D. Horowitz.
 The Rockefellers.
 An American Dy-
 nasty. N. Y., 1976;
 R. Hofstadter.
 The Progressive
 Movement. 1900-
 1915. Engl. Cliffs,
 N. J., 1963.

ный успех в любом предпринимательском начинании. То есть в становлении американского бизнеса с самого начала был мощно задействован идеологический компонент. Не стоит забывать как минимум о двух истоках американского предпринимательства. Северо-восток США уже с середины XVIII века (если не раньше) развивался как буржуазная (предпринимательская) республика, «человеческой основой» которой стали «страстотерпцы» голландских буржуазных революций и европейской реформации. В то же время даже самым первым поколениям американского бизнеса не приходилось сталкиваться с такой проблемой, как личная и слоевая легитимация в обществе: за них это «делали» протестантская этика, конституционно оформленная либеральная идея и культурные традиции того времени, особенности массового сознания и общественных ценностей. В результате практически до начала XX века мало у кого возникали сомнения в «богоугодности» предпринимательского дела (речь идет об американских, не европейских, реалиях того времени).

Толчок экономическому буму в США первых десятилетий XIX века был дан не только промышленной революцией, но и стремительной территориальной (земельной) экспансией этого времени, становлением гражданского общества и индивидуалистической, либерально ориентированной личности «новаторского типа», по Шумпетеру). С 1815-го по 1850 г. к союзу первых 13 североамериканских колоний присоединялось в среднем по два штата каждые полгода. Колонизируя Средний Запад и Тихоокеанское побережье, «пионеры» США невольно способствовали промышленному росту в уже «оседлых» штатах атлантического северо-востока. Земли там были давно поделены, а избыток рабочих рук чрезвычайно высок (за счет иммиграции Старого Света и так называемых «контрактных рабочих», которые были не в состоянии пуститься в авантюры по захвату свободных земель за западной границей Соединенных Штатов того времени).

Европейцев, посещавших в 1830-е гг. США, поражало отсутствие в стране «ленивого, вяло работающего» социального типа, что воспринималось как «сугубо американский феномен»¹³. Когда известный скульптор тех лет Горацио Грипах (Greenough) после долгого пребывания в Европе вернулся в 1836 г. в США, он был потрясен произошедшими в стране переменами. По его словам, лозунгом нации стал призыв «Только вперед!». Вся страна скрежетала и грохотала от масштабных строек (каналы, железные дороги, новые города). Причем происходило все это с «торопливостью алчущих»¹⁴. Производительность труда в стране просто «встала на дыбы» в 1820-е гг.; цены достигли своего пика в 1830-е гг., но существенно снизились в 1840-е гг. К 1850-м гг. промышленное производство было уже настолько развитым, что позволило говорить об индустриальной революции. В стране складывается специфический социаль-

¹³ R. Kelley. *The cultural Pattern in American Politics. The First Century.* N.Y., 1979, p. 142.

¹⁴ *Ibid.*

но-культурологический тип: «готовность рисковать в бизнесе, причем рисковать безумно, не считаясь ни с чем, становилась отличительной чертой национального характера»¹⁵. В тот период существовал еще один социально-культурный тип предпринимателя, носивший массовый и по природе формирования естественный характер. Его вполне можно уподобить явлению, которое в пореформенной России получило полупрезрительное наименование «новые русские». Польская исследовательница-культуролог М.Оссовская в своем фундаментальном труде о морально-этических нормах средневековья и нового времени, видит причины зарождения этого типа в распространенности принципа «от лохмотьев к богатству» – «from rags to riches» (американский аналог русского «из грязи в князи»). Этот принцип определял господствовавшие формы социальной мобильности в рассматриваемые времена и значительно позже¹⁶. При этом объяснение его появления и быстрого распространения в Америке она находит у А.Токвиля. Последний отмечал в своей классической работе по ранней американской социально-политической истории, что «во мнениях американцев можно еще встретить некоторые понятия о старинной аристократической чести, вынесенные из Европы. Но число этих традиционных мнений очень невелико: их прочность и влияние очень незначительны», поскольку они не нужны народу, занимающемуся промышленностью и торговлей¹⁷. Развитию же личной и интеллектуальной культуры, по мнению А.Токвиля, мешает в Америке то, что «почти каждый богатый американец в молодости был беден и должен был упорно трудиться, чтобы добиться личного благополучия, а с ним и определенного социального статуса»¹⁸. Даже литературный кумир многих поколений американцев – героиня романа М.Митчелл «Унесенные ветром» Скарлетт, с точки зрения М.Оссовской, «вульгарна, жадна до денег и беспощадна», т. е. плоть от плоти господствующего в тот период в Америке социально-культурного типа¹⁹. Один из героев У.Фолкнера Дж.Сарторис следующим образом оценивает разницу между традиционным европейским социально-культурным типом и американским: «Генеалогия в девятнадцатом веке – просто вздор. Особенно в Америке, где важно лишь то, что человек сумел захватить и удержать, и где у всех нас общие предки, а единственное место, откуда мы можем с некоторой уверенностью вести свое происхождение, – это Олд Бейли»²⁰. (Речь идет об известной английской тюрьме, из которой преступников отправляли в Виргинию, на табачные и хлопковые плантации. – М.С.)

В рассматриваемые годы стремительно росли цены на землю, в то время главный экономический ресурс страны, что не мешало появлению сотен новых комьюнити. Кредо молодой страны стало высказывание Дж.Рэндольфа, поселенца одной из первых американских колоний Роанок. «Я обожаю свободу, либерализм, – заявил он, – и ненавижу равенство»²¹.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ М.Оссовская. Рыцарь и буржуа. Исследования по истории морали. М., 1987. с. 156.

¹⁷ А.Токвиль. О демократии в Америке. М., 1897. с. 507.

¹⁸ Там же, с. 40.

¹⁹ М.Оссовская. Указ. соч., с. 162.

²⁰ У.Фолкнер. Дж.Сарторис: Медведь – Осквернитель праха. М., 1973. с. 96–97.

²¹ M. Lemer. America as a Civilization. N.Y., 1957. p. 362.

Много позже известный американский культуролог М. Лернер, автор классического труда «Америка как цивилизация», считает, что именно эти принципы легли в основу американской демократии и либеральной идеи, вернее двух важнейших, из многих прочих, их идейных составляющих²².

²² Ibid.

Сходство (возможно, близость) рассмотренного американского опыта становления предпринимательства и процессов генезиса российского бизнес-класса в 1990-е гг. достаточно очевидно. В пореформенной России отмечены та же «предпринимательская деятельная алчность», неистовое стремление к собственному, независимому делу; те же стремительные темпы формирования новых социальных страт и «протострат» (от «челноков» и «палаточников» до квалифицированных банковских служащих и среднего класса); то же ускоренное обновление основного капитала (особенно в жилищном и дорожном строительстве, при возникновении рынка ценных бумаг и разгосударствлении государственной собственности)²³. В свою очередь, иностранцев, посещавших Россию после 1992–1993 гг., не могло не поражать поэтапное исчезновение традиционных и, казалось бы, вечно непреодолимых «советских дефицитов»: в начале «цветочного», затем «книжного», далее «вещевого» («ширпотребного»), «автомобильного» и, наконец, «продовольственного».

²³ *Финансово-промышленные группы и конгломераты в экономике и политике современной России. М., ЦИТ, 1977, с. 199–224.*

Однако при всем сказанном об общности раннего американского и раннего российского опытов становления предпринимательства различия в этих страновых явлениях не менее очевидны. Важнейшими из них следует признать следующие.

Исторически «стартовые позиции» становления американского и российского предпринимательства оказались принципиально разными. Для предпринимателей США такими «позициями» были формирование предпринимательского типа на стадии первых европейских буржуазных революций (Голландия, Англия); достаточно длительный и жестокий период «первоначального накопления капитала» (с такими варварскими эксцессами, с точки зрения современных морально-этических представлений, как Клондайк и массовое уничтожение индейцев-аборигенов на их исконных землях, длившийся десятилетиями безудержный разгул преступности на «Диком Западе» и т. п.); изначальное существование объединяющей предпринимательство в его становлении и последующем развитии духовно-идейной основы (протестантская этика, этика трудовая); наличие таких мощнейших ресурсов, как обилие свободной земли (ресурс природный) и неистовый активизм сословно свободных неопитов Нового Света (ресурс психологический). Наконец, американский бизнес в период своего становления практически не сталкивался с проблемой легитимации частной собственности категория была естественной, неотъемлемой и конституционно закрепленной (V Поправка Конституции США)²⁴. О доступности частной собственности и простоте прав вступления во владение ею (во всяком случае, в ее

²⁴ *Конституции государств американского континента. М., 1959, с. 246.*

земельном варианте, а это, как говорилось выше, на ранней стадии становления американского бизнеса был основной экономический ресурс страны) говорит хотя бы процедура обретения земли «за Миссисипи» – в штатах Оклахома, Айова, Арканзас, Миссури и других: в определенный день и час по выстрелу сигнальной пушки тысячи соискателей новой земельной собственности устремлялись на Запад и становились владельцами того участка, на котором успевали первыми водрузить личный вымпел. Хорошо известно также, что некоторые земли «покупались»: выходец из Швейцарии Иоган Август Зутер в 1838 г. с согласия губернатора мексиканской провинции Калифорния Альверато берет за гроши в «концессию на десять лет» долину Сакраменто и земли, на которых сегодня расположен мегаполис Сан-Франциско и проживают около 3 млн. человек. В 1855 г. он выигрывает судебный процесс на право «полного и неоспоримого» обладания всеми землями Калифорнии. Правда, после открытия калифорнийских золотых месторождений – Эльдорадо – земля Зутера была едва ли не моментально «приватизирована» тысячами других соискателей частной собственности, которые не считались ни с правами первого и основного владельца, ни с законами, ни с судебными решениями. Остров Манхэттен (вернее его южная треть, до современной Ченэл-стрит), на котором сегодня находится центральная и самая феешенебельная часть Нью-Йорка, был приобретен первыми голландскими поселенцами у индейцев по стоимости нескольких ниток стеклянных бус. Подобных примеров «купли-продажи» частной собственности в ранней истории США набирается вызывающе много.

«Стартовые позиции» российского бизнеса были принципиально иными. Прежде всего, ни о каком «эволюционном и естественном» становлении российского бизнеса не приходится говорить, как, впрочем, и о длительном периоде первоначального накопления капитала (капитал не столько «копился», сколько легализовался и «отмывался», так как значительная его доля в первые годы деятельности российского бизнеса носила «теневое» либо криминальное происхождение)²⁵.

Предприниматели России начали свою деятельность сразу со стадии «государственного капитализма», каковым по существу была экономика последних перестроечных лет и частично «позднего» Советского Союза. Они «выросли» из этой экономики, обретя права собственности не в качестве «естественного и неотъемлемого права» и даже не столько конституционным путем, а в процессе «дарованной» властью приватизации. И хотя государственная собственность в России переходила в частные руки подчас по смехотворно низкой стоимости (в этом просматривается не абсолютное, но определенное сходство с американским опытом 150-летней давности), ее до сих пор нельзя признать полноценно частной и, главное, неотъемлемой: на большинстве приватизированных предприятий

²⁵ И.Клямкин, Л.Тимофеев. *Теневой образ жизни. Социологический автопортрет постсоветского общества.* «Полис», №№ 4–5, с. 19–38.

государство сохранило за собой солидные, а иногда блокирующие и даже контрольные пакеты акций (особенно в тяжелом и среднем машиностроении), и, кроме того, как свидетельствуют апрельские 2001 г. события вокруг некогда независимой телекомпании «НТВ», частное владение в одночасье может вновь стать государственным (причем без тщательного судебного разбирательства и решения присяжных, как того требует конституция США). Возможно, менее легко частная собственность может незаконным и просто криминальным путем перейти из рук одного владельца в другие: жесточайшая борьба вокруг никелевых и алюминиевых комбинатов, нефтяных месторождений, «трубы», органов СМИ, других предприятий – лишнее тому подтверждение. Наконец, на сегодня основной и богатейший природный ресурс России, с приватизации которого началось экономическое восхождение Америки, – земля – все еще не стал полноценным предметом купли-продажи и, следовательно, объектом частной собственности: конституционные положения на этот счет слишком неопределенны, земельный кадастр не составлен, а сопротивление аграрного и коммунистического лобби как в Центре, так и на местах не преодолено либеральными и центристскими сторонниками рыночных реформ.

Существует еще несколько немаловажных отличий в начальных этапах становления российского и американского предпринимательства. Одно из них – это специфика процесса общественной легитимации бизнеса в той и другой стране²⁶. Как отмечалось выше, в США процесс общественной легитимации бизнеса никогда не был по-настоящему актуален: даже предпринимательская алчность в приращении личных доходов считалась в американском обществе меньшим пороком (если вообще пороком), чем предпринимательская скупость. В России не только после 80 советских лет неистового и оголтелого искоренения всего частного и приватного, но и в самодержавные времена признание предпринимателя полноценным и полезным членом общества было сложнейшей проблемой, а сам статус предпринимателя (промышленника, купца, «кулака») даже до октября 1917 г. предельно низким. В. Радаев в связи с этим замечает: «В статусно ориентированном обществе при отсутствии выраженного культа богатства презирать «купчину» считают себя вправе не только наследственные аристократы и высшие правительственные чиновники, но и всякая разночинная публика, да, пожалуй, и все образованное общество в целом, возносящее происхождение выше состояния, а культурные установки выше денежных стимулов»²⁷. Справедливость этого замечания подтверждается всей «великой демократической литературной традицией России». Достаточно вспомнить чеховского Лопатина, горьковских деда Каширина, Артамоновых, Булычева, купеческие типы Островского и пр. Великий и долго не признаваемый как официальной, так и демократической Россией литературный критик В. Розанов в одном из своих эссе сето-

²⁶ А. Зудин. *Общественная легитимация частного предпринимательства в России.* «МЭиМО», № 1 о, 2000. с. 90–96.

²⁷ В. Радаев. *Два корня российского предпринимательства: фрагменты истории.* «Мир России», № 1. 1995, с. 165; А. Кравченко. *Три капитализма в России.* «Социс», № 7, 1999, с. 16–25.

вал на то, что, к сожалению, вся «великая русская литература» вышла из «гоголевской шинели никчемного и жалкого Акакия Акакиевича», полагая, что для формирования российского деятельного, новаторского и предприимчивого социального типа, возможно, было бы лучше, если бы она вышла из написанного положительными красками гоголевского же «фрака Чичикова», например²⁸. В известной степени солидаризируется с этой мыслью и крупнейший отечественный философ Н.Бердяев. В своем известном труде о происхождении русского коммунизма он, в частности, замечает, что «даже русский купец старого режима, который наживался нечистыми путями и делался миллионером, склонен был считать это грехом, замаливал этот грех и мечтал в светлые минуты о другой жизни, например, о странничестве или монашестве. Поэтому даже этот купец был плохим материалом для образования буржуазии западноевропейского типа»²⁹.

Подобное положение с общественной легитимацией предпринимательства существовало и в первые годы поре форменной России³⁰. Тем не менее, как считает А.Зудин, уже «позднесоветское общество прошло определенный путь по сближению с ценностями предпринимательства. За это время возникли культурные предпосылки, сделавшие возможным последующее развитие частного предпринимательства (укоренение индивидуалистических ценностей и потребительских ориентаций, преодоление «безденежного сознания», восстановление морального авторитета частной собственности»³¹.

По мнению специалистов Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), возникновению барьеров на пути общественной легитимации российского предпринимательства в немалой степени способствует малая информированность общества о «реальном бизнесмене», его роли, образе мыслей и действий. И, наоборот, обладание полноценной информацией в этой области способствует положительному восприятию всего, что связано с бизнесом. Так, опрошенные фондом лица, не имеющие личного знакомства с мелкими предпринимателями, например, склонны подозревать их в «нечестности». В этой группе 48% считают, что «эти люди получают свои деньги в основном нечестным путем». В то же время среди опрошенных, «непосредственно знакомых» с теми же мелкими предпринимателями, 57% придерживаются мнения, что представители мелкого бизнеса «получают свои деньги в основном честным путем». Не согласны с этой точкой зрения лишь 29% из этой же опросной группы³².

Примерно аналогичная картина складывается и по отношению к крупному бизнесу, хотя здесь негативные эмоции распространены гораздо шире. По данным того же ФОМ, в 1998 г. позитивный вклад «крупных предпринимателей, большого бизнеса» в достижение «примирения и согласия в российском обществе» отметили только

²⁸ В.Розанов. *Несовместимые контрасты жизни. Литературно-эстетические работы разных лет.* М., 1990. с. 234–246.

²⁹ Н.Бердяев. *Истоки и смысл русского коммунизма.* М., 1990. с. 119.

³⁰ А.Зудин. «Общественная легитимация...». *МэиМО.* №10, 2000. с. 91–94.
Р.Абрамов. *Легитимация профессиональной власти менеджеров: историко-теоретический анализ института бизнес-образования в России.* Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. М., 2000. с. 3–25.

³¹ Там же. с. 96.

³² *ФОМ-ИНФО.* № 26. 02.07.1998. С. 3.

³³ *ФОМ-ИНФО.*
№ 2, 15.01.1998.
С. 3.

³⁴ *ФОМ-ИНФО.*
№ 36, 11.09.1997.
С. 4.

³⁵ *В. Радаев.*
Четыре способа
утверждения авторитета
внутри фирмы. «Социологический журнал».
№ 2, 1994.
С. 149–157.

³⁶ *И. Бунин.*
Новые российские предприниматели.
– «Бизнесмены России. 40 историй успеха». М., 1994. С. 392.

2% опрошенных, отрицательный на десять процентных пунктов больше 12%³³. Одновременно по-прежнему не вызывает одобрения рост влияния западного предпринимательского сообщества на российскую экономику. Почти половина опрошенных ФОМ (46%) согласилась с точкой зрения, что «следует ограничить вторжение западного капитала в Россию». Мнение о том, что «западные инвестиции способствуют подъему российской экономики», поддерживается меньшинством – 17%³⁴.

В то же время благодаря отмеченным выше информационным сдвигам и ценностных культурологического характера (прежде всего в системе представлений российского общества) отечественный изменениям предприниматель постепенно начинает укореняться в культуре и прежде всего как «руководитель нового типа», ролевой преемник советского хозяйственного руководителя³⁵. Представляется, что этот процесс носит поступательный, достаточно прямой характер и серьезные «риверсионные» эксцессы в его развитии сегодня кажутся маловероятными. Дело в том, что сегодняшней российский бизнес уже утратил позднеперестроечный и раннереформенный статус индивидуальной социальной нормы, имеющей обязательное отношение ко всем членам общества, обретя статус новой идеологической нормы. Как заметил в этой связи президент Центра политических технологий И. Бунин, «предпринимательство сейчас заменяет и фанатизм старообрядцев, и героизм русского солдата, и нетерпение революционеров, и лихость и молодечество казаков»³⁶. Именно в этом видится залог состоятельности общественной легитимации российских предпринимателей уже в ближайшем (относительно) будущем. Правда, следует оговориться, что при упоминании «предпринимателя» речь чаще всего идет об управляющем, топ-менеджере.

Аналогичные черты сходства и различия отмечаются в становлении, развитии и сегодняшней политической активности американских и российских высших управляющих. Как уже отмечалось, начав отделяться от собственников предприятий в США середины 20-х гг. XX века, менеджериальный слой к концу его стал основным субъектом социального действия в экономике и в значительной степени в политике. Вытеснение собственника из сферы активного предпринимательства (за исключением малых предприятий семейных, и фермерских хозяйств) происходило главным образом под влиянием двух процессов. С одной стороны, в связи с ускорением диверсификации акционерного капитала и стремительным ростом числа держателей акций (первая половина XX века), а с другой, в связи с сокращением крупного, трудоемкого производства в США и ускоренным ростом малого и среднего бизнеса (вторая половина века).

Заняв главенствующие позиции в сфере производства, менеджериальный слой США активно претендовал на соответствующее

место в политической жизни. При этом восхождение его к источникам реальной политической власти и институтам принятия важнейших для государства и общества решений также шло эволюционным путем и развивалось отнюдь не прямолинейно. На начальном этапе своего вхождения в большую политику американские менеджеры осознанно игнорировали государственные политические институты, довольствуясь псевдополитической, скорее социально-корпоративной деятельностью в пределах руководимых ими предприятий, реже в пределах коммунитарного «ареала» предприятия. Стимулом к «выходу» в реальную политику послужили такие факторы, как активизация социально-экономической роли государства, интенсификация деятельности институтов гражданского общества, обострение социально-политической обстановки в стране. По существу, американские менеджеры в определенный момент своего развития были поставлены перед вопросом: кто несет ответственность за стабильность в государстве и прогресс его экономики и, главное, кто эффективнее решит вставшие перед Америкой проблемы?

Однозначный ответ был найден не сразу, поскольку менеджерское сообщество никогда не являлось собой идейно целостным образованием. В его среде на разных этапах были сторонники и противники усиления роли государства, сторонники и противники политической ангажированности самого менеджмента, сторонники и противники каких-либо социальных обязанностей предпринимательского класса.

Консенсусная позиция вырабатывалась достаточно долго, и притом найденные общие точки зрения на вызовы времени вплоть до сегодняшнего дня разделяются далеко не всеми менеджерами США, что, впрочем, естественно и иначе быть не могло. Важно другое: по ключевым вопросам доминирующая признанная бытия рано обществом или поздно складывалась политическая и социальная позиция, формулировались приоритетные цели и определялись пути и методы их решения. Для этого не требовалось единения большинства менеджмента, достаточно было общественного признания идеи.

Так произошло с признанием менеджерами США необходимости регулирующей роли государства и сотрудничества с ним в этом, то же случилось с доктриной «социальной ответственности» бизнеса сначала перед своими служащими, а, в конечном счете, и перед обществом в целом. Наконец, признание получила идея активного воздействия на электоральные процессы и процесс принятия государственных решений.

Механизмы реализации этих идей также вырабатывались не сразу. Некоторые из них со временем отмирали, но, и это крайне важно, американский менеджмент находил и продолжает находить адекватные замены отработанным идеям и методам. К концу XX века так произошло с теорией и практикой лоббизма, который из

«внутреннего», «капитолийско-коридорного» процесса стал, по существу, одним из проявлений активности гражданского общества. Так произошло с механикой взаимоотношений менеджеров с партиями и кандидатами, когда при стремительно удорожающемся избирательном процессе была найдена вполне легальная форма аккумуляции средств для ведения предвыборной борьбы (Комитеты политического действия). И это не единственные примеры продолжающегося динамичного развития американского менеджмента и его отношений с миром политики. Характерно, что, если отношения с институтами гражданского общества носят все более прямой, непосредственный и прозрачный характер, корпоративистские отношения с государством, похоже, начинают отходить на второй и даже третий план. И основная причина этого кроется в процессах первого порядка – развитости гражданского общества, множественности его институтов и, главное, информационной открытости самой политической деятельности высших управляющих США, что делает корпоративистские отношения, закрытые по своей сущности, едва ли возможными.

Именно такого рода динамика позволила в исследовании сделать вывод об открытых перспективах наращивания политической активности американских менеджеров, наиболее важные из которых скорее всего будут связаны с процессами глобализации.

Перед российским менеджментом стояли и стоят несколько иные проблемы. Объясняется это целым рядом причин: разницей генезиса управленческой страты у нас и в США, о чем говорилось выше; разницей становления частнопредпринимательских основ экономики в той и другой стране; разницей начальной и существующей кадровой базы менеджмента тут и там; различием политий и институтов гражданского общества, с которыми приходится иметь дело менеджерам двух стран; наконец, колоссальной разницей «стадий роста» России и США, что проявляется и в экономике, и в законодательстве, и в состоятельности политических институтов, и в стратегических целях развития, которые выдвигают перед собой обе страны.

Главной «внешней» проблемой российского менеджмента (во всей его совокупности) следует признать его изначальную, сохраняющуюся и, очевидно, не в скором времени преодолимую, почти вассальную зависимость от государства, от той политической системы, с которой он, казалось бы, должен быть не более чем в договорных отношениях и даже влиять на нее. Возникнув благодаря государству, вобрав в себя значительное число бывших государственных служащих – от номенклатурных чиновников до директоров госпредприятий, российский менеджер оказался в подчинении у государства. И хотя он в последние годы заметно прибавил в профессионализме, знаком и пытается использовать на практике едва ли не все известные методы влияния на политический процесс в собственных

интересах (лоббизм, электоральная стратегия и пр.), отмеченная подчиненность заметно сковывает его инициативу, а подчас просто не позволяет решить повседневные проблемы собственного бизнеса. Симптоматично, что американский менеджмент, исходя из понимания своих текущих и перспективных интересов, постепенно свертывает корпоративистские отношения с государственной властью, переключаясь на институты гражданского общества, в то время как в России проблему, допускать ли высших управляющих в «большую политику», к кормилу власти или изгонять их оттуда, решает сама государственная власть (по крайней мере, в лице первого и второго президентов России).

К «внешним» проблемам российского менеджмента можно было бы отнести и неразвитость законодательной базы, касающейся частного предпринимательства и его функционирования, и такую неведомую в США проблему, как «горизонтальный» характер политической власти в стране: возможности взаимодействия с центральной властью качественно отличаются от характера взаимодействия с властью региональной.

Существуют и «внутренние» проблемы отечественного менеджмента. В силу недавнего возникновения, незначительности опыта взаимодействия с политикой и политиками его отличают политический инфантилизм, внутренняя разобщенность, отсутствие центральной, стратегической идеи развития как социального актора, субъекта политического процесса в стране.

В то же время целый ряд факторов позволяют рассматривать эти явления как нечто неизбежное на начальной стадии роста. О том, что подобный рост идет, свидетельствует ряд акций российских менеджеров, предпринятых в последнее время. Важнейшая из них – создание общероссийской Ассоциации менеджеров, озабоченной профессионализацией управленческой страты и видящей в этом основную, центральную задачу дня менеджеров России. Второй акцией стало массовое создание отраслевых и общенациональных ассоциаций менеджеров, причем протекает этот процесс темпами, которые в свое время не знали США.

Рассмотренные обстоятельства зарождения и эволюции американского и российского высшего управленческого слоя и характера его политической активности позволяют сделать следующие выводы:

- американский управляющий слой «вырос» из класса частных собственников, и для того, чтобы стать полноценным социальнополитическим образованием, ему потребовалось почти столетие;
- американские управляющие, как и предприниматели-собственники, развивались эволюционно, по достаточно «гладкой» восходящей линии трудно выделить в истории их развития сколько-нибудь четкие хронологические этапы, стадии роста:

шел механический процесс увеличения численности (сказывался повышенный спрос) и профессионального уровня управленческой страты;

- это развитие происходило под воздействием сугубо экономических факторов и обстоятельств, таких, например, как диверсификация акционерного капитала, возрастание значения профессионального управления, дробление крупных производств и рост мелкого и среднего бизнеса. Воздействие факторов политических (стимулирующих или регулирующих) практически отсутствовало.

Иной генезис и характер эволюции оказались присущи российскому высшему менеджменту.

- Прежде всего он формировался («эффект скачка») фактически революционным путем из принципиально иной социально-политической формации – административно-командной (к тому же всеми способами сопротивлявшейся подобным нововведениям) и из иных элитных образований – советской номенклатуры и директорского корпуса.
- Периодом «первоначального накопления» (в том числе и управленческого опыта) для него была краткосрочная (1989–1991 гг.) «эпоха» расцвета малого бизнеса и инновационных фирм.
- «Кадровым материалом» современному российскому менеджменту служили несколько социальных категорий, почти каждая из которых уходила своими «корнями» в советские, т. е. административно-командные времена.
- Наконец, изначально в становлении российского менеджмента, который зарождался и развивался вместе со становлением и развитием частнопредпринимательских, не государственных, предприятий, огромную роль сыграли политические факторы (такие, как проводимые «сверху» процессы либерализации цен, разгосударствления собственности, прямой передачи бывшей государственной собственности в частные руки, президентские постановления о поощрении мелкого бизнеса, либерализация внешнеторговой деятельности государства, отказ государства от своих монопольных прав и прерогатив в ряде важнейших экономико-хозяйственных видов деятельности и др.). К тому же в соответствии со всеми правилами элитообразования советская номенклатура достаточно быстро «перекочевала» в новые органы власти либо заняла статусно-престижные места в том же менеджерском слое.

Отсюда особый характер отношений и зависимостей российского менеджмента от сферы политики, имеющий мало общего с такого рода отношениями и зависимостями в США.

В то же время политическую вовлеченность российского менеджмента никак нельзя считать полноценной и максимально эффектив-

ной с точки зрения интересов самого менеджмента. Политический диалог менеджмента с миром политики, о чем уже говорил ось, нельзя назвать диалогом равных: превосходство политической сферы по-прежнему ощутимо и зримо, а зависимость, казалось бы, «свободного» российского менеджера и частного собственника от нее почти все еще универсальна, подчас унизительна, а подчас и не легитимна.

Кроме того, в среде российского менеджмента практически не получили пока развития и распространения функции и механизмы, которые американцы в отдельные периоды своей истории считали жизненно важными не только для благополучия своего бизнеса, но и для его выживания. Речь идет в первую очередь о системе т. н. «функционального представительства», т. е. совместных переговорных органах, состоящих из представителей руководства предприятия, лидеров профсоюзов и иногда представителей властных структур, которые собирались вместе для решения социально (иногда политически) значимых проблем. Столь же малоразвитой продолжает оставаться и сфера «социальной ответственности» российского менеджмента исключения касаются только крупных корпораций («ЛУКОЙЛ», например), но и тех насчитывается не так много.

Тем не менее, несмотря на трансформационные процессы в менеджериальных кругах США и стадийное отставание в развитии российских высших управляющих, и та, и другая страна обладают скрытыми и явными резервами и потенциалом поступательного развития менеджериального слоя и форм и масштабов его взаимодействия с государством и обществом.

Американский управляющий, достигнув высокого уровня развития и взаимодействуя практически со всеми сегментами общества, благодаря отлаженному за многие годы механизму вовлечения в политику в ближайшей перспективе будет все в большей степени переключать свое внимание на глобализационные процессы, создавая региональные, межстрановые (подобные НАФТА), а возможно и по настоящему глобальные организационные и управленческие структуры. То, что именно американцы попытаются занять лидирующие позиции в этих процессах, сомневаться не приходится.

Возможно, ближайшие перспективы российских менеджеров не столь широки и радужны. Но эффективное и скорейшее про ведение неоправданно долго «отложенных реформ» в области землевладения и землепользования, подготовки квалифицированных управленческих и административных кадров, информационной модернизации системы образования и ряда иных позволят считать перспективу развития российского менеджмента, роста его политического влияния и социальной роли как минимум обнадеживающей.

Очевидно, что правительственный курс на стабилизацию экономики и ее прогресс требует скорейших и оптимальных решений, причем решений практических, «прорывных». Наиболее перспек-

тивным представляется широко обсуждаемое сегодня в предпринимательских кругах предложение о выделении «отраслей-локомотивов», способных в кратчайшие сроки сдвинуть отечественную экономику с мертвой точки. Этим отраслям немного, но за ними тянется технологическая цепочка, которая неизбежно включит в орбиту оптимизации производства десятки других отраслей и сотни производств. Это, прежде всего черная и цветная металлургия; тяжелое машиностроение (особенно для горнодобывающих отраслей); химическая промышленность (с «разворотом» к нуждам агропромышленного комплекса); энергетика, автомобилестроение, авиационная промышленность, высокие технологии, ВПК.

Представляется, что именно на этих участках отечественной промышленности и экономики мы уже в ближайшее время услышим имена новых, квалифицированных, перспективных отечественных высших управляющих.