

бретательности, энергии, порядочности или, наоборот, нечестности предпринимателя, характера его окружения, личных социально-политических взглядов и убеждений во многом зависел экономический результат бизнеса.

Предприниматели нередко имели "общественное лицо". Так, история американского бизнеса дает примеры патриотизма и активного участия в политике (Джон Хэнкок), филантропической деятельности (С. Джирард) и социального равнодушия (Дж. Астор). Даже среди бизнесменов конца XIX—начала XX в., получивших в свое время прозвище "баронов-разбойников", были как новаторы, искавшие свои пути в бизнесе, так и традиционалисты. Дж. Рокфеллер I известен прежде всего тем, что наиболее последовательно осуществил вертикальную интеграцию в нефтяном деле и создал новую организационно-правовую форму бизнеса — трест. Дж.П. Морган был более консервативен, как это и пристало быть банкиру, но зато действовал сразу по многим направлениям. Рокфеллер обладал неизмеримо бóльшим личным состоянием, чем Морган, но зато последний со своей группой оказался ключевой фигурой на Уолл-стрите и контролировал огромные активы. Словом, опыт отдельных предпринимателей и при капитализме свободной конкуренции, и в современной экономике — это неотъемлемая часть экономической истории.

Преподавание экономической истории студентам — будущим специалистам по экономике и государственному управлению в Пензенском государственном техническом университете и Пензенском педагогическом институте убеждает меня, что разумное сочетание общего и частного, показ экономических процессов и предпринимательской деятельности² — это лучший путь профессионального становления и необходимая научная база для ознакомления в дальнейшем с менеджментом, маркетингом, теорией и практикой международных экономических отношений.

*А.Ю. Саломатин, кандидат исторических наук,
руководитель бизнес-курсов "Надежда" (Пенза).*

ОТКЛИК НА СТАТЬЮ

В настоящее время мы наблюдаем повышение интереса отечественных ученых к истории предпринимательства. Свидетельством тому является и публикуемая выше статья Б.М. Шпотова, известного специалиста в области экономической истории, автора серьезного исследования о промышленном перевороте в США. Причины этого явления лежат на поверхности. Возрождение частного предприни-

² См.: Саломатин А.Ю., Андреев А.Н. Очерки истории и теории предпринимательской деятельности. Пенза, 1992.

мательства в нашей стране (подчеркнем — в легальных формах, ибо в нелегальных оно существовало всегда, иначе, спрашивается, зачем была нужна небезызвестная статья уголовного кодекса, предусматривающая наказание за "частнопредпринимательскую деятельность") и его становление представляют собой в высшей степени противоречивый процесс. Он привел к обострению социальных проблем, ранее не характерных для нашего общества, в частности к явному, бросающемуся в глаза имущественному расслоению, больше не связанному с системой номенклатурных привилегий, как это было в прошлом. Поэтому формирование класса предпринимателей — этих "новых русских" согласно расхожему определению — было с настороженностью встречено общественным мнением и дало толчок росту "антикапиталистических" настроений. Беспокойство вызывает и стихийность, "неуправляемость" развития предпринимательских структур, на действия которых народная молва возлагает немалую долю ответственности за социальные издержки рынка. Таким образом, жизнь поставила массу проблем, успешно разрешить которые как в теоретическом, так и в практическом плане вряд ли представляется возможным без обращения к отечественному и мировому опыту.

Б.М. Шпотов совершенно справедливо отмечает, что в недавнем прошлом отечественные историки почти не занимались изучением предпринимательства. Хотя он имеет в виду положение, сложившееся в американистике, то же самое можно сказать об изучении истории других стран, не исключая России. Действительно, социально-экономическая проблематика всегда, по крайней мере, номинально относилась к приоритетным направлениям науки, что отвечало требованиям марксистской методологии. И погрешил бы против истины тот, кто стал бы отрицать значительные достижения наших историков в этой области, даже по высоким мировым меркам. Но приверженность трудовой теории стоимости, в правильности которой не был вполне уверен еще А. Смит и от которой отказались либеральные (так называемые "вульгарные буржуазные") экономисты XIX в., в конечном счете себя не оправдала. Уделяя самое пристальное внимание трудовым отношениям (хотя и под узким углом зрения эксплуатации и классовой борьбы, к которым последние отнюдь не сводились), они почти совершенно выпустили из вида вопросы организации производства — финансирования, руководства, планирования, короче говоря, все то, что относится к предпринимательской деятельности. Глубокие исследования в этой области не проводились. А в популярной литературе преобладал жанр "обличений" со свойственным ему выпячиванием криминальных или, во всяком случае, морально предосудительных аспектов предпринимательской деятельности.

Автора указанной выше статьи не удовлетворяет то более чем скромное место, которое по сей день занимает изучение предпринимательства в нашей историко-экономической литературе. Б.М. Шпотов вносит ряд важных предложений, направленных не только на расширение фронта исследований в этой области, но главное — на

повышение их уровня. При этом он исходит прежде всего из "опыта и традиций" изучения истории предпринимательства в США. Заметим в скобках, это обстоятельство наложило отпечаток на принятую автором терминологию. Привлекающую его внимание отрасль исследований он предпочитает именовать не историей предпринимательства, а "историей бизнеса", хотя, на наш взгляд, без достаточных на то оснований. Слово "предпринимательство" является терминологически более точным, чем англо-американское "business". Сами американские исследователи прибегают к иноязычным заимствованиям, употребляя производное от французского слова "entrepreneurship", которое является точным эквивалентом русского "предпринимательства". Но по существу стремление Б.М. Шпотова опереться на достижения зарубежной науки возражений не вызывает. Жаль только, что в статье читатель не найдет отсылок к наиболее показательным и поучительным в этом плане работам американских исследователей, за исключением 3—4 названий.

Б.М. Шпотов бесспорно прав, когда одной из причин научной беспомощности некоторых отечественных работ по истории предпринимательства считает отсутствие у их авторов должной исследовательской культуры, и прежде всего весьма смутное представление о специфике предпринимательской деятельности. Между тем последняя, как и всякая высокоспециализированная область профессиональной деятельности, издавна, в своих лучших образцах, опиралась не только на здравый смысл, но и на экономический расчет, на знание законов рыночной конкуренции и управления предприятием (приобретенных ли опытным путем или на студенческой скамье — в данном случае неважно). Историк, берущему на себя смелость судить об этих материях, недостаточно хорошо знать источники и представлять себе общий ход событий. Нужно еще разбираться и в экономической теории, прикладной экономике, науке управления предприятием и во многих других премудростях, которые обычно не входят в учебные программы исторических факультетов. (Перед профессиональными экономистами, посвятившими себя историческим исследованиям, встают проблемы другого рода — но речь сейчас не о них.) Нам кажется очень верной мысль Б.М. Шпотова о том, что "современная история бизнеса, как правило, междисциплинарна" и что исследователь, специализирующийся в данной области науки, должен обладать разносторонними знаниями, если он не хочет заслужить упрек в дилетантстве.

Впрочем, не все в статье Б.М. Шпотова представляется нам бесспорным. Нескольким упрощенно изображается им взаимосвязь между экономической теорией и экономической историей на примере управленческой стратегии одного из "автомобильных королей" Америки. "Только с позиций современной науки о предпринимательстве, — пишет Б.М. Шпотов, — можно объяснить известные ошибки Генри Форда, из-за которых его компания утратила... лидирующее положение на автомобильном рынке..." Думается, максимум, на что способна наука управления, — это обобщение

накопленного опыта и вынесение соответствующих рекомендаций, выполнение которых никогда не служило гарантией успеха. Словом, "суха теория, мой друг..."

Не очень ясно, почему, говоря о предпринимательском поведении "тех, кого обычно не относят к капиталистическому классу в традиционном понимании", Б.М. Шпотов ограничивается, на наш взгляд, экстремальными примерами — чиновником, берущим взятки, и проституткой. Необоснованнее ли предположить, что в условиях рыночной экономики, где все или почти все является предметом купли-продажи (легальной и тем более нелегальной), люди, которым есть что предложить к продаже (изделия собственных рук, изобретения своего ума, наконец, способность к труду) и которые прибегают к купле, чтобы удовлетворить свои потребности (материальные, духовные, телесные), обычно поступают "в какой-то мере" как предприниматели?

Трудно также не усмотреть противоречия между категорическим утверждением автора, что «разграничение "справедливых" и "несправедливых" цен вообще ненаучно», и его же сетованием несколькими абзацами ниже на то, что отечественные легковые автомобили продаются "по непомерным ценам".

В целом же хочется выразить надежду, что появление в печати указанной статьи Б.М. Шпотова будет встречено с интересом и удовлетворением отечественными специалистами и любителями экономической истории и истории предпринимательства.

А.В. Ревякин