

ВЕРА И ДЕЛО: ЭТИКА ПРАВОСЛАВНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ



БАЛАКИРЕВА СОФЬЯ ОЛЕГОВНА

руководитель направления по работе с экспертами
Центра развития общественного и экспертного капиталов ВЦИОМ

Для многих вера и бизнес — совершенно не пересекающиеся категории. Что послужило изначальным импульсом к созданию Союза православных предпринимателей? Как зародилась сама идея?



ЖУКОВИЧ ВЛАДИСЛАВ КОНСТАНТИНОВИЧ

председатель Союза православных предпринимателей, вице-президент НП «ОПОРА»,
Комитет по ценностно-ориентированному предпринимательству «ОПОРА СОЗИДАНИЕ»

Придя к вере и переосмысляя роль предпринимателя в обществе, я заинтересовался историей купцов и промышленников дореволюционной России. Будучи, как правило, выходцами из обычных крестьян, они занимались благотворительной деятельностью, меценатством, строили больницы, школы, театры, храмы, заводы, фабрики, вкладывались в науку, культуру, искусство. Это была норма: каждый купец так или иначе был причастен к каким-то попечительским советам. Скорее, было ненормальным неучастие в такой деятельности. У нас же сейчас наоборот: если человек начинает заниматься благотворительностью, это что-то подозрительное; наворовал — надо отмыть свою репутацию. Как верующие люди, они исходили из соображений, что все принадлежит Богу, а сами они являются просто управителями того ресурса, который оказался в их распоряжении и которым надо правильно распорядиться. Поэтому они брали от общества и возвращали в общество, не ставя капитал во главу угла, воспринимали свое дело как служение Богу и людям.

Идея, что можно заниматься предпринимательской деятельностью, исходя из своей веры, принципов, ценностей, меня очень вдохновила. Появились единомышленники, мы объединили свои усилия с коллегами из «Опоры России», которые

искали ответ на вопрос о том, существует ли какая-то русская бизнес-модель, основанная на нашем менталитете. Если прийти в обычное деловое сообщество и начать говорить о нравственных дилеммах в бизнесе, коллеги могут не понять: «Вера — отдельно, бизнес — отдельно. Давай не смешивать». Очень важно быть среди единомышленников, не стесняться говорить о том, что волнует, и знать, что тебя поймут и помогут. У нас получилось создать межприходскую общину предпринимателей, которые начинают дружить, вместе создавать какие-то проекты, помогают друг другу, покупают друг у друга товары и услуги. Появляются горизонтальные и вертикальные связи. К нам начали обращаться из других регионов, сейчас сообщества православных предпринимателей существуют в Липецке, Воронеже, Москве, Твери. В этом смысле мы выступаем как площадка для аккумуляции знаний и лучших практик, делимся со всеми, чтобы вести благотворительную деятельность с умом, сообща.

В «Союзе православных предпринимателей» создан попечительский совет священнослужителей, каждый из которых курирует свое направление — это позволяет двигаться синхронно, привлекать новых людей. Создаем условия для духовно-нравственного, делового, личностного, профессионального развития наших членов — к нам приходят священники, эксперты, деятели культуры. Конечно, занимаемся развитием бизнеса. Например, у нас есть «генератор деловых связей», где в экспертном кругу обсуждаем идеи или проблемы, с которыми приходят предприниматели, когда нужно покритиковать и вдохновить, подумать, какими ресурсами можно помочь. Это тоже своего рода служение, когда все тратят свое время ради кого-то одного, помогают ему. Здесь ценно, что это не просто бизнес-сообщество, а общность людей, разделяющих ценности друг друга. «Акулы бизнеса», для которых «ничего личного — только бизнес», тоже могут дать советы — но они просто не впишутся в твои ценности.

Мы стараемся, чтобы сообщество развивалось во всех направлениях, чтобы коллеги из других регионов могли перенимать наш опыт и делиться своим — это помогает создавать обширное сообщество православных предпринимателей, влиять на культуру предпринимательства в России. Потому что сейчас, к сожалению, этика бизнеса отсутствует в предпринимательских кругах.

В дореволюционной России были скрепы, основанные на вере, совести. Если купец давал свое слово, он его держал — иначе и быть не могло. В 1990-е годы активно использовалось выражение, значение которого не вполне понимали: «стереть в порошок». Что означает выражение «стереть в порошок»? Уничтожить репутацию. Один из принципов предпринимателей — выполнение обязательств. Сделки часто заключались без оформления документов — отсюда еще одно выражение: «ударить по рукам». Была распространена «стенная бухгалтерия» — долг

записывали мелом на стене, на грифельной доске и т. п. Если должник не выполнял свои обязательства, не уплачивал деньги в срок, то запись стирали тряпкой — долг прощали. Но репутация у предпринимателя была потеряна — сделки с ним уже не заключали.

Это как раз та философия, которой очень сейчас не хватает. Мы хотим, чтобы наши предприниматели смотрели не на Запад или Восток в поисках успешных примеров, а чтобы они знали нашу историю предпринимательства.

Нынешняя культура предпринимательства в большинстве случаев — это западная модель, но она чужда нам. Я сам обучался по программе МВА: конечно, инструменты, которые дает эта модель образования, можно использовать, но дух предпринимательства там другой, он пропитан финансовой отдачей и приростом капитала, формирует взгляд на предпринимательство только через призму прибыли. Та же КСО — это все равно подход к благотворительности через призму выгоды, с определенными показателями эффективности, KPI. Конечно, на Западе много предпринимателей, чьи поступки мотивированы религиозными убеждениями. Но мы сейчас говорим о системе.

Балакирева С. О.: *Какие примеры Вашей работы, направленной на формирование или, точнее, на восстановление предпринимательской культуры, можно привести?*

Жукович В. К.: В первую очередь необходимо популяризировать саму историю, традиции предпринимательства. У нас есть просветительский проект «Наследие выдающихся предпринимателей России», мы его реализуем через «Опору России». Он направлен на то, чтобы вернуть понятие «выдающийся предприниматель России». Идею уже подхватили 20 регионов. Мы снимаем фильмы, проводим выставки внутри сообщества, устраиваем тематические экскурсии по отраслям. Окунаясь в этот мир, предприниматель открывает для себя смыслы, которыми он может напитывать свою внутреннюю мотивацию.

В этом году мы провели всероссийский конкурс по истории предпринимательства, в котором участвовало более 600 вузов нашей страны. Был выбран лучший курс по истории предпринимательства. Мы считаем очень важным, чтобы эти знания передавались в вузах и, может быть, в старших классах школы в рамках профориентации. Это формирует другой образ предпринимателя — не «малинового пиджака» из 90-х. Мы хотим, чтобы у нас появлялись предприниматели несколько другого уровня, и мы их видим уже сейчас.

Есть еще национальная премия «Бизнес-успех», где выявляются лучшие муниципальные и предпринимательские практики в разных номинациях: лучший сельскохозяйственный проект, лучший молодежный проект, лучший социальный проект.

Мы курируем номинацию «лучший созидательный проект», ищем людей, которые правильно выстраивают свою деятельность, взаимоотношения с заинтересованными сторонами, поддерживают социальные и благотворительные проекты, возрождают традиции своего региона. Тех, у кого есть какая-то бóльшая мотивация, чем деньги. Они не всегда бывают верующими, но это люди с высокими идеалами. Если выявлять и объединять таких созидательных предпринимателей, может быть, со временем сформируется другая культура бизнеса, которая для нас на самом деле совсем не новая — это возвращение к нашим предпринимательским истокам.

Балакирева С. О.: *Встречались ли среди номинантов на лучший созидательный проект люди других конфессий?*

Жукович В. К.: Конечно, есть люди других конфессий, которые тоже выстраивают деятельность согласно своей вере. Мы не создаем смешанных сообществ, потому что надо сначала разобраться хотя бы в своих кругах. Ведь даже наличие одной веры еще не означает, что люди друг друга на 100% понимают и разделяют все принципы. У нас тоже бывают споры. Но мы стараемся искать единый знаменатель, под который можно подвести принципы ведения дел, моменты, по которым мы точно можем договориться.

В перспективе необходим стандарт добровольных моральных установок в деятельности, этика бизнеса. К такому стандарту могут присоединяться все, кто разделяет эти принципы. Тогда потребители, понимая, что какая-то компания следует этическим стандартам, могут быть уверены, что их не обманут, и будут отдавать ей предпочтение. Постепенно начнет меняться предпринимательская и потребительская культура. Конечно, перспектива не близкая, но иного пути нет.

Балакирева С. О.: *Влияет ли религиозный фактор на взаимоотношения бизнеса с государством, с контрольными органами, налоговыми, с местной властью?*

Жукович В. К.: Если бы провести исследование этого специфического сектора внутри малого, среднего и крупного бизнеса и взглянуть на него с точки зрения вклада в экономику России в разных срезах, то, наверное, власти пришли бы к выводу, что нужно создавать преференции для таких компаний. Потому что они действительно по-другому выстраивают свои взаимоотношения с государством — и в плане налогов, и с точки зрения вклада в регион, в котором работают — в силу своих религиозных убеждений. Но сейчас такого диалога нет, и мы не особо к нему стремимся. Если его начать, неизвестно еще, как это будет оценено обществом: могут подумать, что все это делается лишь для того, чтобы выпросить льготы. Все должно идти своим чередом. Рано или поздно, может, обратят внимание.

Если бы государство поддерживало созидательные примеры, наверно, их становилось бы больше. Даже если предприниматель делает добрые дела ради выгоды,

все равно они делают человека по-настоящему счастливым. Часто, достигнув всего, человек понимает, что при всем этом он несчастлив. Это проблема, которая ломает людей — когда они теряют смысл жизни, казалось бы, всего достигнув. Радость умножается делением.

Балакирева С. О.: *Как религиозные взаимоотношения влияют на корпоративную этику компаний?*

Жукович В. К.: Человек, который выстраивает свою деятельность в соответствии с религиозными убеждениями, понимает, что несет ответственность за людей, и она должна проявляться во всем. Предприниматель должен ответить себе на множество вопросов. Как платить людям зарплату? Можешь ли ты себе позволить платить «серую» зарплату, лишая человека определенных возможностей? А если сотрудница ушла в декрет, это повод для радости или грусти? А если человек регулярно допускает ошибки или что-то делает поперек этики — прощать или увольнять? По набору решений, которые принимает руководитель, сотрудники «считывают» стиль его руководства, тоже подстраиваются под этот стиль.

Бывает, православный руководитель активно ведет просветительскую деятельность и бросается в крайности: «все, теперь у нас работают только верующие». Такие предприятия мы называем «бизнес-монастыри». Конечно, если они находят единомышленников, которые готовы работать в таком режиме, — пожалуйста. Но я против подобных резких изменений, когда у тебя уже есть коллектив. Добровольное приобщение к православной культуре дает совершенно другой эффект, и люди, которые даже не знакомы с православием, сталкиваясь с ним, видят его красоту и вдохновляются его смыслами.