

**КОЛОМИЙЧЕНКО О.В.,**  
начальник Управления государственного Комитета  
Российской Федерации по антимонопольной политике  
и поддержке новых экономических структур,  
кандидат экономических наук

### **НОВОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ КАК ФАКТОР УСКОРЕНИЯ РЕФОРМ**

Успех демократических преобразований во многом зависит от того, насколько глубоко принципы демократии и справедливости войдут в основание важнейших направлений общественной жизни. В экономике, как утверждал один из отцов-создателей Конституции США Джефферсон, демократия находит свое наиболее полное выражение в принципах честной конкуренции. В связи с этим можно только приветствовать принятие весной 1991 г. в России "Закона о конкуренции и ограничении монополистической деятельности" как одного из первых и важнейших рыночных законов. Вместе с тем работникам антимонопольных органов сразу стало понятно, что одна из наиболее сложных проблем, которую необходимо решить в максимально короткие сроки - это формирование рыночного менталитета у самых широких слоев населения, общества в целом.

Прежде всего государственным служащим всех уровней необходимо изменить мироощущение. Изменения ставок налогов, процентов ЦБ России, таможенных пошлин и экспортных квот стали уже настолько привычными, что предприниматели не мыслят себе нормальных условий для бизнеса в России. И законодатели не контролируют исполнительную власть в части поддержания стабильности условий предпринимательства. В значительной степени подобное отношение властей вытекает из безответственности и безнаказанности, но также имеет и исторические корни. В условиях социалистической экономики подобные решения приводили к снижению эффективности развития страны и накладывались равномерно на весь народ и поэтому конкретно никого не волновал. Рынок же все персонифицирует: потери и убытки, решения властей и бьет по карману и конкретного потребителя, и предпринимателя. Несомненно, рано или поздно власти поймут, что решения должны приниматься с

оглядкой на интересы всех, кого они касаются, а не только исходя из субъективного понимания государственной необходимости.

Достаточно много примеров можно привести и в отношении менталитета чиновников на местах. В своей практике мы сталкивались и с безразличием работников городского Фонда имущества, когда в результате незаконных манипуляций акции, отражающие долю города в собственности предприятия, превращались в пустые бумажки, и с установлением барьеров на пути отдельных предпринимателей и товаров, с нежеланием создания филиалов предприятий и т.п., и с нежеланием поддержки предпринимательства и непониманием его роли в выходе из кризиса и развития (реанимации) градообразующих отраслей.

Следует отметить и отсутствие деловой этики у многих наших менеджеров (директоров) и предпринимателей. Когда-то русские купцы и промышленники дорожили своим именем и можно было под честное слово десятилетиями вести дела. Сегодня же директора крупных предприятий по договору с традиционным партнером уже изготовленный и оплаченный товар отдают на сторону по предложению сомнительных бизнесменов только ради сиюминутной выгоды. Как можно говорить о деловой этике, если российский директор совместного предприятия, не уволившись, создает новое предприятие, куда переводит и работников, и заказы, заодно прихватив и техническую документацию.

Экономическое сознание рядовых работников характеризуют факты безответственной продажи полученных в результате приватизации акций собственных предприятий. Трудно представить себе подобное явление в странах с давними традициями рыночной экономики, где работники дорожат своим рабочим местом и заинтересованы в процветании предприятия, даже не являясь его собственником. У нас же продают, а по существу отдают даром, акции и способствуют ликвидации родного, прочно стоящего предприятия.

Менталитет населения лучше всего иллюстрирует его отношение к структурам типа "МММ". Дело даже не в наивности, а в том, что пытаясь "на халяву" разбогатеть, и получив по заслугам, не стесняясь требуют, чтобы государство вернуло им проигранные деньги. Самое удивительное, что власти считают возможным, как в случае с "Амарисом" и др. в Санкт-Петербурге, вернуть эти деньги, забывая, что делают это не за свой, а за наш счет, т.е. налогоплательщиков, которые не все игроки.

Наконец, хотелось бы остановиться на менталитете некоторых представителей наших средств массовой информации. Он достаточно проявился после принятия известного Указа по рекламе и при обсуждении проекта закона "О рекламе". СМИ ни под каким "соусом" не согласны участвовать в контроле достоверности рекламы, что вполне объяснимо с точки зрения их экономических интересов. Однако "слово не воробей" и контролирующие органы в таких условиях могут только наказывать "злоумышленников", но почему не должны отвечать те, кто выпускает "джина из бутылки" и обещает, как Леня Голубков, дом в Париже. Очевидно, что само проникновение недобросовестной рекламы в СМИ неизбежно приводит к появлению большого числа "жертв", особенно если учесть уровень сознания нашего населения, о чем говорилось ранее.

Рассмотрены лишь некоторые аспекты экономического менталитета, не

отвечающего рыночным реформам. Этот менталитет является серьезным тормозом реформ, ибо деньги, которые превратились в "мавродики" могли бы стать инвестициями в полезные для страны проекты. Невыполнение договоров цепной реакцией разрушает всю экономику, возведение барьеров на пути бизнеса сохраняет неэффективное производство, усугубляет безработицу и уменьшает налоговую базу, а безответственность средств массовой информации не позволяет делать взвешенный выбор и порождает общее неверие в обществе. Отсутствие понимания стратегии реформирования чиновниками дискредитирует саму идею и делает задачу трудновыполнимой. Формирование рыночного сознания в обществе должно стать одной из приоритетных и ближайших задач для всех причастных структур: власти, науки, образования, прессы.