

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ДЕЛОВУЮ ЭТИКУ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Т.А. Кантемирова

Споры об этике бизнеса не заканчиваются по сей день. Некоторые считают, что стерильный бизнес вряд ли возможен. Как говорится в библейских текстах: «Как посреди скоплений из камня вбивается гвоздь, так и посреди продажи и купли вторгается грех». Но можно ли считать, что только предпринимательская деятельность создает условия для отклонений, нарушений закона и преступлений и никакие другие структуры, организации и люди не повинны в них. Поскольку анония присуща обществу, она присуща и предпринимательской деятельности, и дело заключается в том, чтобы разработать механизмы и средства административного, правового и социального контроля, чтобы минимизировать как преступные действия, так и отклонения от моральных норм.

Зависимость предпринимательской деятельности и морали действительно сложная, поскольку рыночные отношения противоречивы по природе. Английские исследователи отмечают такое положение, что, с одной стороны, рынок представляет возможности удовлетворить собственный интерес, но, с другой стороны, рынок не может существовать без партнеров: поставщиков, распространителей товара. Следовательно, рыночные отношения невозможны без контракта, договора с партнерами. Контрактные отношения опираются на совокупность моральных установок: доверие, верность слову, откровенность, выполнение обязательств. Если же на рынке доминирует только эгоистический интерес предпринимателя и его не сдерживают контрактные обязательства, то бизнес становится разбойничьим и будет разжедать сам рынок [1, с. 87–88]. Сегодня в сферу рынка вовлекаются такие виды деятельности, как медицинские услуги, социальная работа, образование. Здесь ограничение предпринимательского интереса моральными нормами необходимо, иначе может произойти нарушение прав человека. Таким образом, получается, что гарантии сохранения предпринимательства как деятельности лежат вне рыночных отношений и не столько в сфере политики государства, сколько в сфере культуры и морали.

В то же время можно предполагать, что на формирование деловой этики российского предпринимателя оказывает влияние ряд противоречивых факторов. Факторами, затрудняющими формирование современной этики российского предпринимателя, явились особенности хозяйствования в советское время. Деятельность многих советских хозяйственных руководителей по средствам, которые они использовали, вполне можно считать предпринимательской. По мнению некоторых ученых, даже директора доперестроечного ВПК были, скорее, предпринимателями, чем менеджерами. Так, А. Чепуренко пишет: «Поведение директора оборонного госпредприятия определяется не погоней за прибылью, а совсем иными приоритетами: сохранить хозяйственные связи, добиться получения дефицитных ресурсов, упрочить свое влияние в местной администрации, поддержать свой социальный быт и т.д. Но это не противоречит трактовке такого директора как предпринимателя, если принять концепцию бюрократического дефицитного рынка... прибыль на котором не всегда является или может быть выражена некоей суммой денег. Эта «прибыль» может иметь статусное, политическое или иные измерения» [2].

Если обратиться к идеям П. Бурдьё о «символическом капитале», то мы можем понять смыслы и мотивы, заставлявшие хозяйственников использовать предпри-

имчивость, риск, точный деловой расчет, которые не укладывались в строгие рамки закона. Они руководствовались или высокими мотивами: патриотизм, интерес к делу, честолюбие, или страхом за свой статус, должность, а иногда и жизнь.

Но естественно, что деятельность вне рамок закона приводила их в «тень». Советские работники, нанятые государством, скрываясь на время в неподнадзорной «тени», вели себя фактически как индивидуальные предприниматели. Однако они при этом упорно притворялись наемными тружениками [3, с. 15].

Особое место в предпринимательской деятельности занимает такое явление, как теневая экономика. Исследователи считают, что «теневая экономика — это всякая экономическая активность, не зарегистрированная официально уполномоченными органами» [4, с. 42].

Различают такие виды теневой деятельности, как криминальную и неформальную. В.В. Радаев дает следующую классификацию:

Криминальная деятельность — часть теневой экономики, запрещенная законом экономическая деятельность, по своей сути нарушающая закон, противоречащая интересам общества как целого: наркобизнес, незаконное производство оружия и торговля им, проституция, торговля людьми, рэкет и применение силы, контрабанда [3, с. 6].

Неформальная экономическая деятельность классифицируется на:

- 1) легальную неофициальную — натуральное производство и домашнее хозяйство;
- 2) внеправовую экономическую деятельность — нарушающую права других хозяйствующих субъектов (например, создание финансовых пирамид);
- 3) полуправовую экономическую деятельность — по своим целям соответствующая законодательству, но периодически выходящая за его пределы по характеру применения средств: уклонение от налогов, работа без патента, трудовой найм без оформления.

Основными элементами теневой экономики являются:

- сокрытие предприятия (незаконное предпринимательство);
- сокрытие хозяйственных операций;
- сокрытие найма рабочей силы;
- сокрытие доходов.

Исследователи отмечают, что «теневая экономика — совокупность отношений, присущих всем секторам экономики. Любая экономика предстает как сложное переплетение легальных, полуправовых и нелегальных связей» [3, с. 7]. «Нет абсолютного разделения теневой и легальной экономики, есть один хозяйственный процесс с «теневой» составляющей» [4, с. 47].

Фактором формирования современного состояния предпринимательской этики была быстрота и достаточная легкость (для определенных групп) получения собственности в свои руки. Научиться грамотно, ответственно владеть этой собственностью, а не просто извлекать доход — дело долгое. Для этого необходимы знания — финансовые, менеджерские, этики, а эти отрасли знаний в нашей стране пока плохо преподаются, нет специалистов, которые разрабатывали бы эти отрасли применительно к национальной культуре и российским особенностям формирования собственности.

Социальный состав предпринимательства, особенно крупного (из бывшей номенклатуры или криминальных структур), не перегружен нравственными нормами, эта часть предпринимательства не в состоянии рассматривать потребителя как главную фигуру бизнеса, а привыкла рассматривать народ как средство для реализации своих целей. Среднее и мелкое предпринимательство пока не обладает

навыками общей культуры. Отсюда и облик предпринимателя в массовом сознании далеко не пригляден («вороватый российский капитализм», по выражению Е.Т. Гайдара). Но надо отличать стереотипы, сложившиеся в общественном сознании, от реальных процессов, которые происходят в предпринимательстве. «Бизнес — новое явление для россиян, которое развивалось стремительно и связывалось в массовом сознании со спекулянтами и фарцовщиками. Это привело к тому, что многие действующие бизнесмены, развернув свое дело, не прошли «ценностного роста». Сегодня модели их поведения формируются в достаточно агрессивной среде, где приходится преодолевать двойное давление — со стороны «ближнего окружения» и со стороны «дального окружения». Такое давление не всегда способствует следованию декларируемым ценностным нормам» [5, с. 130].

Этический парадокс российского бизнеса состоит в том, что этичность или неэтичность тех или иных поступков часто определяется не личностным выбором, а диктуется необходимостью выживания предпринимателя в условиях несовершенства законов, зачастую аморального поведения государственных чиновников.

Состояние деловой этики во многом определяется отношением предпринимателей к правовым нормам. Большинство предпринимателей, не выходя в чисто криминальные области, действует в так называемых серых, полуполюгальных, или внеправовых зонах. Большинство предпринимателей при этом скорее предпочитают соблюдать законы, но фактически вынуждены обходить их во множестве случаев, когда нормативные установления существенно ущемляют их интересы (наиболее распространенный случай — уклонение от уплаты многочисленных налогов и сборов).

По опросам, семеро из десяти руководителей предприятий стараются не нарушать закон «по возможности» (это означает, что если обстоятельства складываются не слишком благоприятно, приходится его обходить). Несовершенство и противоречивость самого хозяйственного законодательства дает массу возможностей для такого уклонения. А невозможность соблюсти все разноречивые законодательные положения служит для предпринимателя оправданием собственных нарушений.

Кроме того, специфический характер отношения предпринимателей к закону подтверждает еще одно существенное обстоятельство. По оценкам представителей российского бизнеса, они не рассматривают судебные и арбитражные органы в качестве эффективных средств разрешения конфликтных ситуаций (и не случайно, поскольку они зачастую и не являются таковыми). К этим органам предприниматели обращаются относительно редко, поскольку постановления этих инстанций выполняются с длительными задержками или не выполняются вовсе [6, с. 255].

К факторам, затрудняющим становление этических норм предпринимательства, можно отнести отсутствие эффективного законодательства, а также действенного государственного и судебного контроля. Письменные договоры (контракты) между партнерами фактически утрачивают безусловную силу и беспрепятственно нарушаются при первой возможности. Все это неизбежно приводит к существенному усилению роли и значения неформальных экономических отношений. Особое значение приобретают неформальные связи, «горизонтальные» формы контроля над выработкой соглашений и выполнением договорных обязательств, принимаемые непосредственными участниками экономических отношений. При этом чрезвычайно возрастает роль личных связей, разного рода обменов деловыми и личными услугами. В результате значительная часть экономики остается невиди-

мой как для общественного мнения, так и для государственного контроля, хотя она покоится на далеко не эфемерных сплетениях неформальных связей.

Важным элементом сложившейся системы, по мнению В.В. Радаева, становятся принудительные санкции [7]. В свою очередь, принуждение не остается зоной чистого насилия, оно влечет за собой образование устойчивых связей неформального делового обмена. По ряду оценок, сами предприниматели (по крайней мере, большинство из них) склонны предъявлять к своим партнерам требования, связанные с их порядочностью и обязательностью. Они осознают, что нарушение деловых соглашений является серьезным фактором, усиливающим степень неопределенности в хозяйственной деятельности. Кроме того, подрыв доверия, связанный с периодическим невыполнением соглашений, приводит к дополнительным издержкам на сбор информации о надежности партнера. Именно поэтому все явственнее проявляется тенденция образования в отечественном бизнесе специфических деловых сетей, представляющих собой устойчивую и относительно замкнутую совокупность связей между проверенными и постоянными партнерами.

В целом необязательность в выполнении договоров является одной из наиболее острых проблем в современных деловых отношениях. По результатам опроса участников первого Всероссийского съезда представителей малых предприятий (февраль 1996 г.), сталкиваться с нарушением деловых обязательств со стороны партнеров приходится абсолютному большинству представителей малого бизнеса (более 90%), в том числе более половины (52,0%) считают это нередким явлением, а 41,2% — что такие нарушения совершаются часто [6, с. 259]. Исследователи российского предпринимательства отмечают, что по данным опросов отрицают существование вымогательства чиновников только 14% предпринимателей, рэкета — 22% [8].

Таким образом, создание цивилизованных условий для бизнеса будет способствовать и формированию этики российского предпринимательства.

В формировании этических норм российское предпринимательство может опираться и на российские традиции православия. С.Н. Булгаков считал, что экономические потенции православия еще не выяснены, но «отличаясь коренным образом в своем отношении к миру от пуританизма и вообще протестантизма, оно в дисциплине аскетического послушания и «хождения перед Богом» имеет могучие средства для воспитания личности и выработки чувства личной ответственности и долга, столь существенные для экономической деятельности, как и для всех остальных видов общественного служения» [9, с. 348–367].

Особое место в православной этике занимает религия старообрядчества. Важнейшими этическими принципами предпринимательской деятельности старообрядцев были солидарность с единоверцами, честность, верность слову, которые подкреплялись строгостью в бытовом поведении, трезвенничеством. Старообрядцы считали свое положение капиталиста — как божьего поверенного по управлению собственностью. Следствием постоянного «хождения перед Богом» была также щедрая благотворительность русских предпринимателей. Миллионы тратили на благотворительность представители рода Бахрушиных, создавая народные дома, больницы, приюты, театры, театральные музеи. А вклад братьев Третьяковых, С.И. Мамонтова, С.Т. Морозова, К.С. Алексеева (Станиславского) в отечественную культуру не подлежит оценке в денежном выражении. В благотворительной деятельности русские православные предприниматели опирались на заповеди

православия о личной милостыне и непосредственной благотворительности как условии личного нравственного здоровья.

За время институционализации предпринимательской деятельности в современном обществе происходило развитие норм взаимоотношений предпринимателей и общества и внутри самого предпринимательства. Понимание бизнеса, его целей и основных функций во всем мире эволюционирует от узкого представления о предпринимательстве как деятельности, направленной на получение прибылей, к идее бизнеса как источника роста общественного благосостояния. В современном российском предпринимательстве происходят изменения ценностных ориентаций и этических норм, изменяется как сущность бизнеса, так и представление о его целях. Этому способствует глобализация и интеграция российской экономики в мировое экономическое пространство. Международная предпринимательская среда, определяя стандарты и требования к порядку ведения дел, заставляет жить по законам цивилизованного предпринимательства.

Современная этика бизнеса строится с учетом потребностей взаимодействия предпринимателя с окружающей средой, и эта предпринимательская среда требует соблюдения определенных норм, в том числе и этических, иначе предприниматель окажется в вакууме, не сможет реализовать свои цели. Эта среда включает следующие компоненты:

- 1) клиент/потребитель, который ожидает честной и правдивой информации о продукции, товаре, его качествах, безопасности, корректности и гарантии сервисного обслуживания;
- 2) сотрудники организации ждут справедливой оценки своего труда, адекватной оплаты, безопасных условий труда;
- 3) акционеры — полной и своевременной информации о делах, честности в ведении дел;
- 4) поставщики — обязательности в выполнении договоров и сделок, информации о ценах;
- 5) местные органы власти, общественность, правительство ждут ответственности в соблюдении обязательств по охране окружающей среды, выплаты налогов, соблюдения интересов граждан, живущих на территории деятельности предпринимателя, корректного отношения с государственными структурами, без обмана, коррупции, подкупа.

Без добровольного соблюдения принципов деловой этики коррупция и злоупотребления могут привести к дестабилизации общества, а за ней последуют жесткие меры государства и, в конечном итоге, сокращение тех свобод, которые являются основополагающими для деятельности рыночной экономики. Таким образом, аморальность разрушает предпринимательскую среду, разрушает условия ее существования.

На современном этапе развития человеческой цивилизации формируется новая философия предпринимательства — социально-этическая. Она ориентируется на удовлетворение разумных, здоровых потребностей людей, ее цель состоит в обеспечении долговременного благосостояния не только отдельного предприятия, но и всего общества. Нормы социально-этичного бизнеса лимитируют, в известном смысле, предпринимательскую инициативу и производственную деятельность, ставят ее в зависимость от ориентиров общественного развития и от безусловного требования сохранения среды обитания.

Литература

1. Plant, R. Enterprise in its place: the moral limits of markets / R. Plant / The values of enterprises culture. The moral debut. — London, 1992.
2. Чепуренко, А.Ю. Предпринимательский класс в возрождающейся России / А.Ю. Чепуренко // Мир России. — 1993. — № 2.
3. Радаев, В.В. Теневая экономика России: изменение контуров / В.В. Радаев // Pro et Contra. — 1999. — Зима.
4. Исправников, В.О. Теневая экономика и перспективы образования среднего класса / В.О. Исправников // Общественные науки и современность. — 1998. — № 6.
5. Чирикова, А.Е. Лидеры российского предпринимательства: менталитет, смыслы, ценности / А.Е. Чирикова. — М., 1997.
6. Петрушин, Ю.Ю. Этика бизнеса / Ю.Ю. Петрушин, В.К. Борисов. — М., 2000.
7. Радаев, В.В. Формирование новых российских рынков: транзакционные издержки, формы контроля и деловая этика / В.В. Радаев. — М., 1998.
8. Барсукова С.Ю. Предпринимательские призывы: от «старой гвардии» до «новобранцев» / С.Ю. Барсукова // Социс. — 2000. — № 3.
9. Булгаков, С.Н. Народное хозяйство и религиозная личность / С.Н. Булгаков // Сочинения в 2 т. — М., 1993. — Т. 2.