

УДК 334.028

**Нравственно-этические и институциональные аспекты российского бизнеса****Воронина А.С.**

Кандидат экономических наук,  
доцент кафедры теории экономики финансового факультета  
Нижегородского государственного университета им.Н.И.Лобачевского

*Статья посвящена нравственно-этическим проблемам российского бизнеса. В ней указывается на то, что цивилизованный бизнес предполагает формирование такой институциональной среды, которая потребует от всех экономических субъектов строжайшего соблюдения нравственно-этических норм. Институты, регламентирующие хозяйственную деятельность, должны быть выстроены таким образом, чтобы вести себя этично было выгодным и обеспечивало бы бизнесу определенные конкурентные преимущества.*

*Ключевые слова: институты, институциональная среда, экономические субъекты, предприниматели, нравственность, мораль, этика, экономическое поведение, личностные качества, межличностные отношения, система ценностей, стиль руководства, корпоративная культура, бизнес, власть.*

В экономических исследованиях, особенно в последние годы, все чаще применяется институциональный подход. На наш взгляд, это вполне оправдано, так как вся экономическая жизнь регламентируется действием определенных институтов, от успешного функционирования которых во многом зависит эффективность отечественной экономики. Характер взаимоотношений между различными экономическими субъектами определяется государственными, правовыми, социальными, финансовыми, общественными и другими институтами, которые могут быть формальными и неформальными. При этом институциональная неопределенность и несоответствие действующих институтов потребностям российского рынка свидетельствует о том, что российской экономике пока еще не удалось вырваться из «институциональной ловушки».

В настоящий момент многие российские предприниматели считают незавершенным процесс создания соответствующих рыночных институтов и адекватной им институциональной среды. Об этом свидетельствуют данные исследования, проводимого Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в августе – сентябре 2009 года по заказу Российского союза промышленников и предпринимателей. Было опрошено 1200 предпри-

нимателей крупного, среднего и малого бизнеса, представляющих 3 макроотрасли (промышленность и строительство; транспорт и связь; обслуживание и торговля) в 40 субъектах России. Большинство опрошенных предпринимателей выставляет уровню развития законодательной базы, регулирующей их деятельность, оценку ниже среднего (58 %). Выше среднего этот показатель оценивают 41 % опрошенных представителей бизнес-сообщества. Средний балл оценок после увеличения с 2007 по 2008 год (с 3,17 до 3,29 баллов из 7 возможных) в 2009 году вновь незначительно снизился (до 3,23).

Большинство представителей бизнес-сообщества (59 %) в 2009 г. отмечают низкий уровень защищенности частной собственности законом, однако доля негативных оценок постепенно снижается (с 65 % в 2007 году). Те, кто считает, что закон твердо стоит на страже частной собственности, по-прежнему в меньшинстве (14 %). Средний балл оценок постепенно увеличивается: с 2,92 в 2007 году до 3,22 из 7 возможных в 2009 году.

Две трети участников исследования убеждены, что приоритетом для предприятия является соблюдение принятых «правил игры в бизнес-сообществе» (69 %), а не следование букве закона (20 %). Для сравнения, в 2008 году мнения респондентов рас-

пределялись несколько иначе (45 и 41 % соответственно) [1].

В условиях институциональной нестабильности влияние неформальных институтов усиливается. Формирующаяся в обществе институциональная среда так или иначе включает в себя определенную систему ценностей, которая диктуется институтами нравственности и морали, а также господствующей на данный момент идеологией. Многообразные институты создают свои стандарты, правила и нормы поведения, которые могут базироваться на существующей в данный момент в обществе системе ценностей, а могут вступать в конфликт с общепризнанными морально-этическими нормами в результате проявления эгоистических интересов, скептицизма, нигилизма, волюнтаризма, оппортунистического поведения. Сюда же можно отнести признание вполне законным использование любых, в том числе и безнравственных средств для достижения якобы моральных целей по принципу «цель оправдывает средства». Достаточно вспомнить легендарного Робина Гуда или Юрия Деточкина – персонажа известного фильма: «Берегись автомобиля», мастерски сыгранного И. Смоктуновским, которые вызывают скорее симпатию, чем антипатию. Практика показывает, что для некоторых российских предприятий, организаций и граждан данный принцип остается актуальным и по сей день. Кстати, с позиций классической экономической теории, как известно, рациональным считается экономическое поведение, направленное на максимизацию прибыли. При этом люди делают самостоятельный выбор в использовании средств. Казалось бы, что и здесь можно действовать по принципу: «цель оправдывает средства», но в странах с эффективно действующими институтами и развитой институциональной средой люди являются законопослушными гражданами и действуют, по крайней мере, на своей территории в рамках закона. Но бывает, что те же самые люди на чужой территории действуют иначе и пренебрегают некоторыми морально-этическими нормами, например, предлагая взятки чиновникам за возможность организации бизнеса в России. Более того, иногда сомнительными являются не только средства достижения целей, но и сами цели. Например, Нижегородские ветераны-блокадники Ленинграда, младшему из которых было тогда 82 года, в 2008 году получили в подарок от администрации города тональный крем – пудру (Инструкция по применению на русском языке, естественно, отсутствовала)! Понятно, что некая фирма таким образом, за счет ветеранов попыталась решить свои проблемы, возможно даже реализуя залежалый и не востребованный товар. Поэтому, на наш взгляд, институты должны быть выстроены таким образом, чтобы было выгодно вести себя этично (институциональная этика).

В настоящее время значение нравственно-этического аспекта хозяйствования выдвигается на

передний план. Задача сделать российский бизнес respectable не только по форме, но и по сути становится крайне важной. Это связано, во-первых, с желанием представителей большей части российского бизнеса играть конструктивную роль в развитии отечественной экономики, строить цивилизованные отношения с государством, партнерами по бизнесу и потребителями, нести социальную ответственность перед обществом и тем самым вернуть доверие к бизнесу. Во-вторых, с повышением квалификации и общекультурного уровня предпринимателей. В-третьих, с изменением методов конкурентной борьбы. В-четвертых, с усилением интеграционных процессов и увеличением международных коммерческих контактов.

Дополнительно пришло осознание того факта, что высокие личностные качества и межличностные отношения оказывают усиливающее воздействие на эффективность работы предприятия. Каждый человек, руководствуясь своими морально-этическими нормами, практически реализует их в повседневной жизни, на своем рабочем месте, где бы он ни работал (во властных структурах, на государственном или коммерческом предприятии и т.д.). Наверное, именно это подразумевал И. Кант, когда в «Заключении» своей работы «Критика практического разума» писал: «Две вещи наполняют душу всегда новым и все более сильным удивлением и благоговением, чем чаще и продолжительнее мы размышляем о них, – это звездное небо надо мной и моральный закон во мне. И то и другое мне нет надобности искать и только предполагать как нечто окутанное мраком или лежащее за пределами моего кругозора; я вижу их перед собой, и непосредственно связываю их с сознанием своего существования» [2]. Для эффективной работы предприятия очень важно, чтобы каждый человек, имея собственные морально-этические установки, все-таки принял ту систему ценностей, которая сформировалась в процессе реализации корпоративных целей, то есть нормы поведения, стандарты, ритуалы и т.п. (корпоративную культуру), существующие внутри организации. Практика показывает, что от нравственно-психологического климата в трудовом коллективе напрямую зависит творческая атмосфера в нем, а следовательно, и способность коллектива к продуцированию инноваций.

В первую очередь, оказываются важными личностные качества руководителя коммерческого предприятия, не зависимо от того является он собственником или менеджером. Современные лидеры – это носители нового хозяйственного мышления, ориентированного не только на инновации и интеграцию усилий работников, но и на культурно-этические инструменты руководства. «Эффективным» руководителем сейчас может быть признан только тот, кто имеет реальный авторитет, а не формальный статус.

При этом отбрасывается авторитарный, а также «кабинетный» стиль руководства, устанавливаются личные, неформальные и доброжелательные контакты с большей частью работников, трудовые отношения строятся на доверии с делегированием соответствующих полномочий исполнителям с предоставлением возможностей для карьерного роста. Как показывает опыт высокотехнологичных корпораций развитых стран, подобный стиль руководства ведет к коммерческому успеху, поскольку поведение такого руководителя, его приоритеты и ценностные установки создают такой микроклимат в коллективе, который позволяет свободно высказывать новые идеи и обмениваться мнениями, что становится естественной формой рабочих взаимоотношений.

По нашему мнению, реализация всех основных функций руководства (организации производства и коллектива, системы управления, обучения и воспитания работников) опосредуется морально-этическими нормами. Такие общечеловеческие качества руководителей, как доброжелательность, справедливость, порядочность, честность, принципиальность, объективность становятся сейчас решающими в формировании в коллективах моральной атмосферы. Отметим, что собирательный портрет современного российского бизнесмена далек от идеала. Он характеризуется:

- краткосрочностью экономических интересов и стремлением любыми путями получить неоправданно высокую прибыль;
- неразборчивостью в средствах извлечения прибыли и ведения дел с контрагентами;
- стремлением скрыть имеющуюся информацию от деловых партнеров и общества.

В итоге в условиях социально-экономической нестабильности формируется руководитель, который не только далек от забот о своем «человеческом» имидже, но и в коммерческих делах вынужден полагаться не на точное, выверенное знание правил и норм, а на интуицию и удачу. В отношении с подчиненными он склонен проявлять авторитаризм единолично решать те вопросы, с которыми вполне успешно могли бы справиться его подчиненные.

В немалой степени успех коммерческого предприятия зависит от корпоративной культуры. Основной проблемой в области формирования положительной корпоративной культуры является подбор кадров. Успешное решение данной проблемы позволяет сохранить созданный и поддерживаемый длительное время морально-психологический климат в коллективе. Наиболее правильный и «безболезненный» путь – это карьерный рост сотрудников или привлечение на работу тех, с кем уже были деловые контакты в прошлом, и которые в той или иной степени уже являются носителями определенной корпоративной культуры либо имеют о ней представление.

Однако в отдельных случаях на этом фоне происходит вырождение корпоративной культуры, что является отражением ее мнимой или реальной конфликтности. Например, это случается, когда «мягкий» стиль руководства воспринимается амбициозными работниками как управленческая или человеческая слабость. В других случаях происходит оправданная борьба с бюрократизмом, с теми качествами руководителя, которые мешают внедрению инноваций.

Корпоративная культура включает в себя и сложившиеся между работниками отношения. По мнению Т. Веблена, в идеале они должны быть далеки от «завистливого соперничества» [3]. Это способствует развитой системе коммуникаций, когда потоки информации взаимонаправлены, а ее объем и достоверность полны. Работники в таком случае относятся друг к другу с полным доверием, без предубеждений и излишней подозрительности. Они фактически ощущают себя единой командой. Нарушение действующих в подобном коллективе правил и норм, например, из карьерных соображений принципиально невозможно, поскольку вызывает «непрозрачность» информации, сбой в работе предприятия и в итоге отторжение «оппозиционера» самим же коллективом.

В поддержании высокой корпоративной культуры важны мотивационные основы организации: условия труда и отдыха, моральное поощрение, дополнительные льготы и социальные выплаты, гарантии занятости и карьеры, участие в принятии хозяйственных решений.

Удовлетворение всех справедливых требований ведет к тому, что коллектив становится «качественно и количественно» устойчивым, исчезает кадровая текучесть, у работников отсутствуют нематериальные стимулы для ухода. Такими условиями характеризуются японские предприятия. Это же приобретает особую значимость в российских условиях, когда переманивание квалифицированных работников с помощью «дополнительных условий» стало чуть ли не нормой деловой этики.

Общим «индикатором» корпоративной культуры следует считать постоянную заботу коллектива об общественном благе. Это разностороннее понятие должно включать в себя не только удовлетворение экономических, экологических, но и нравственно-этических требований потребителей продукции предприятия, включая и соответствующую культуру обслуживания клиента, в которой не существует мелочей. При этом нравственные качества должны быть благоприобретенными, то есть являться отражением реальных качеств человека и его внутренней духовной организации; любая иная подоплека становится явной для окружающих. Все это, несомненно, определяет эластичность спроса на продукцию предприятия.

Общеизвестно, что культура отечественного предпринимательства еще не сформирована. Счита-

ется, что наиболее острыми и сложными проблемами на пути формирования деловой этики являются следующие:

- нарушение деловыми партнерами взаимных обязательств;
- применение силовых методов в деловых отношениях (включая рейдерские захваты);
- взаимоотношения с властными структурами и коррупция.

Отметим, что если исключить привнесенные обстоятельства, то можно считать, что за срывом поставок, несоблюдением условий договоров скрывается либо мошенничество, либо элементарная безответственность. Кстати, социологические опросы показывают, что чем выше образовательный и квалификационный уровень предпринимателя, тем нетерпимей он относится к недобросовестности партнеров, тем болезненней воспринимает нарушение норм деловой этики. Более того, большинство руководителей убеждено в том, что в принципе возможна успешная хозяйственная деятельность (ценой усилий!) без нарушения деловых обязательств.

Злободневной проблемой является «ненормативное» деловое поведение. Арсенал силовых методов широк, и они «встроены» в ткань хозяйственных отношений, в частности, в механизм контроля деловых обязательств. По сути, это стало своеобразной компенсацией за утрату административной и правовой защиты. Влияние криминального мира на бизнес губительно. В этих условиях происходит падение морали, извращение ценностных установок. Отечественные предприниматели отказ от насилия связывают с правовой государственной защитой, повышением уровня транспарентности не только в экономической сфере, но и в обществе в целом, экономическим ростом и ограничением тенденций к монополизации в сферах производства и обращения.

Не менее острой нравственно-этической проблемой является взаимоотношение бизнеса и власти. Через присвоение и дробление функций контроля и управления незаконные, по сути, действия с помощью подзаконных актов принимают официальную форму. Это позволяет чиновникам, попирая нравственные нормы, доводить собственные доходы до «приемлемого» уровня. В среднем 7 % оборота фирм превращается в коррупционный доход чиновников [4]. Почти 90 % отечественных предпринимателей приходилось сталкиваться с коррумпированными государственными служащими. В конце сентября 2008 года российский фонд «Общественное мнение» провел исследование частоты дачи взяток в России. В проведенном опросе участвовало 2000 респондентов из 100 населенных пунктов 44 субъектов РФ. В ходе исследования выяснилось, что среди предпринимателей доля дававших взятки составила 56 %. По данным опроса «ФОМнибус», проводимого 3-4 июля 2010 года, 55 % населения

считает, что искоренить коррупцию в России невозможно [4].

Возможными путями искоренения подобного рода негативных явлений являются: придание общественной огласке всех незаконных действий чиновников, создание атмосферы нетерпимости к коррупции в обществе, формирование союзов (обществ) предпринимателей для отстаивания своих прав.

Справедливости ради, отметим, что неоднократно делались формальные попытки оздоровления предпринимательской морали с помощью кодексов («Кодекс профессиональной этики российского общества оценщиков»), хартий («Хартия бизнеса»), программ («Деловая культура»). В настоящее время в РФ для профилактики коррупции и повышения эффективности работы государственных служащих разработан «Кодекс поведения госслужащих», который формулирует этические нормы и правила служебного поведения чиновников. В результате можно констатировать, что осознание данной проблемы в предпринимательской среде и в высшем руководстве страной присутствует.

Таким образом, успешное функционирование российского бизнеса зависит не только от степени развития рыночных институтов и соответствующей им институциональной среды, регламентирующих взаимоотношения между различными экономическими субъектами, но и от благоприятных человеческих отношений между людьми, которые есть не что иное, как проявление доброй воли и здравого смысла на практике.

#### Литература:

1. Буква закона или неформальные правила игры: что важнее для российского бизнеса? / ВЦИОМ, Пресс-выпуск № 1519 от 18.06.2010. URL: <http://old.wciom.ru/arkhiv/tematicheskii-arkhiv/item/single/13593.html>
2. Кант И. Критика практического разума / перевод с немецкого. – СПб.: Наука, 2007. – 528 с.
3. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984. – 357 с.
4. Проблема коррупции в России / Фонд общественное мнение. Опрос «ФОМнибус» 3-4 июля 2010 г. (44 субъекта РФ. 100 населенных пунктов. 2000 респондентов). – URL: <http://bd.fom.ru/pdf/d26pkvr10.pdf>

## Moral, Ethical, and Institutional Aspects of Business in Russia

*A. Voronina*

*Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod*

*The article is dedicated to moral, ethical, and institutional aspects of business functioning in Russia. «Civilized»-type business presupposes establishment of an institutional environment that will require that all economic entities strictly follow ethical and moral standards and norms. Institutions that control and regulate economic activity should be built in a way that makes ethical behavior of a business entity profitable, gaining good reputation and competitive.*

*Key words: institutions, institutional environment, economic entities, businessmen, morals, ethics, economic behaviour, personal qualities, interpersonal relations, system of values, management style, corporate culture, business, authority.*

