

Александр ГУГНИН<sup>1</sup>  
Юлия ЛИСНЕВСКАЯ<sup>2</sup>

## ФОРМИРОВАНИЕ РОССИЙСКОЙ МОДЕЛИ ЭТИКИ БИЗНЕСА

В статье исследуются основные подходы к моделированию и формированию этики предпринимательства в контексте исторических трансформаций в России. Систематизированы и обобщены концептуальные основы становления и государственной поддержки ремесел, купечества и предпринимательства в этой стране под влиянием расширяющихся международных связей. Подана авторская позиция относительно специфики обособленного развития этой страны и ее изолированности от европейской цивилизации. Проанализированы наиболее важные этапы и факторы развития экономики в связи с географическим положением и наличием богатых природных ресурсов. Особое внимание в статье уделено психологии русских предпринимателей и парадигме их отношений с зарубежными партнерами. На основании анализа концепций выдающихся русских философов и историков 19-20 ст. подчеркнута идеология этического сознания российского народа, в особенности таких категорий как „соборность”, „святость” и неприятие европейского и американского понятий собственности и честности в бизнесе. Раскрыта причина конфликтов между русскими предпринимателями и их западными партнерами, вытекающих из отсталости экономики и уровня цивилизационного развития в Российской империи. Доказано, что внедрение реформ в государстве и изменение форм управления повлияло на становление морально-этических ценностей предпринимательства. Установлена и аргументирована необходимость изменения модели этики бизнеса в связи с такими явлениями как глобализация, профессиональная мобильность, мотивация к развитию коммуникационной составляющей международной деятельности российских бизнесменов. Подчеркнута роль государственного управления, структур бизнеса и изменения менталитета в развитии цивилизационной стратегической компетентности служащих фирм, менеджеров и владельцев предприятий.

---

<sup>1</sup> Александр Гугнин, проф., д-р филос. н, зав. кафедрой маркетинга Жешувской Политехники, ал. Повстанцев Варшавы, 10, 35-959 Жешув; e-mail: guga@prz.edu.pl (корреспондент). ORCID: 0000-0002-1997-2876.

Prof. dr hab. Aleksander Gugin, Katedra Marketingu, Wydział Zarządzania, Politechnika Rzeszowska, Al. Powstańców Warszawy 10, 35-959 Rzeszów, mail: guga@prz.edu.pl (autor korespondencyjny), ORCID: 0000-0002-1997-2876.

<sup>2</sup> Юлия Лисневская, канд.полит.н., доцент кафедры государственного управления и права Днепровской академии непрерывного образования, г. Днепро, ул. Владимира Антоновича, 70, 49006 Украина; e-mail: kzvo@dano.dp.ua. ORCID: 0000-0003-3068-0791.

Julia Lisnevskaya, profesor nadzwyczajny Wydziału Administracji Publicznej i Prawa, Akademia Ustawiczna Dnipro, Dnipro, Vladimir Antonowicz, str., 70, 49006 Ukraina; ORCID: 0000-0003-3068-0791, e-mail: kzvo@dano.dp.ua.

**Ключевые слова:** предпринимательство, реформа управления менеджментом, стратегическая компетентность бизнесменов, модель этики.

Россия, несмотря на неисчислимые природные богатства и высокоинтеллектуальный человеческий капитал, продолжает оставаться в числе развивающихся стран. Экономический и общественный порядок в современной России можно считать переходным. Так же можно охарактеризовать и этические нормы и принципы российского бизнеса, которые также находятся на этапе становления и могут рассматриваться как переходные, в них соединяются разные принципы поведения – от оставшихся со времен эпохи авторитарной экономики до заимствованных из современной деловой культуры западных стран. Эта ситуация не способствует стабильности и порождает различные нарушения морали, которые, в свою очередь, еще больше дестабилизируют ситуацию.

Важной целью изучения и внедрения этики бизнеса является совершенствование социального и организационного порядка, а также улучшение морального имиджа страны. В оценке международного сообщества. Воплощение в жизнь этих целей связано с целым комплексом задач: повышением доверия общества к бизнесу (легитимизация), созданием механизмов более рационального использования имеющихся ресурсов и средств; созданием условий для справедливой конкуренции, формированием социального и морального капитала, как условия увеличения степени сотрудничества и партнерства в различных сферах общественного бытия, борьбой с коррупцией; увеличением степени нравственной ответственности всех экономических и социальных субъектов и созданием более справедливого общества.

Что касается изучения этики предпринимательства в России, то можно сказать, что оно должно основываться на исследовании богатых исторических традиций, насчитывающих более половины тысячелетия. Задача, поставленная в данной работе, относится к моделированию российской этики предпринимательства, исходя из ее специфического исторического прошлого и перехода к современности.

Русский термин *модель* происходит от французского термина *modele – образец*. Научные модели определяют любые системы понятий, а также модели исследуемых процессов.

Значение моделей, используемых в социальной реальности, не может быть ограничено только областью науки. Живя в обществе, мы должны иметь хотя бы элементарные представления о его структуре, природе нравственных явлений, механизмах взаимосвязи участников социальных процессов, в том числе на уровне межличностного общения. Эти идеи можно назвать социально-этическими моделями, в них есть все особенности модели, а их дополнительное свойство – социальное распространение, существование в общественном нравственном сознании.

Понятие модели широко используется в научной интерпретации известных трендов, касающихся профессиональной нравственности. Так например, начиная с 20-х годов прошлого столетия в медицинской науке употребляются понятия модель Гиппократа, модель Парацельса как парадигма профессионального поведения врача. Российская модель этики бизнеса имеет глубокие исторические, геополитические и психологические корни. Её главной особенностью можно считать эклектическое наполнение поля нравственного действия: это связано с присутствием в стране множества специалистов-иностранцев.

Выбор модели этики, – пишут авторы книги „Этика делового общения”, – не предполагает „какой-либо бесчувственной стандартизации человеческих действий, то-есть отсутствия в них живого темперамента, своеобразия мышления, самобытности истории, привычек”<sup>3</sup> Такой подход к рассмотрению этики и истории российского бизнеса мы считаем новым и заслуживающим внимания. Н. Черепанова в статье „Российская этика бизнеса в контексте национальных особенностей” также выразила мнение, что этические воззрения в бизнесе не могут носить универсальный характер, поскольку в основе лежат принципиальные культурные различия<sup>4</sup>.

Развитие этических норм бизнеса в России имеет свои особенности, что объясняется спецификой исторического пути, пройденного этим государством. Рассматривая историю европейской цивилизации, российский философ П.Я.Чаадаев отмечал, что „помимо общего всем обличья, каждый из народов этих имеет свои особые черты, но все это коренится в истории и в традициях и составляет наследственное состояние этих народов”<sup>5</sup>. Особенность России состояла в том, что тот общий путь развития, который для других стран облегчался интенсивным обменом традиций, она часто проходила в одиночку.

Основы российских норм экономического поведения складываются в период становления Московского царства (XV – начало XVI вв.), когда русские князья реально осознали значение предпринимательства для развития государства. Возвышению Москвы в определенной степени способствовала политика привлечения рабочего населения: всем желающим было разрешено селиться на берегах Москвы-реки, ремесленники надолго освобождались от уплаты всяких налогов.

Развитие ремесел явилось основой экономического усиления Московского царства, предпосылкой к расширению внутренней и внешней торговли, к возникновению нового слоя предпринимателей-купцов. При этом сильная централизация власти и усиление отчужденности от Запада способствовали формированию в поведении московитов, в том числе московских купцов, подозрительности к иностранцам; привычки действовать „всем миром”, склонности строить на обмане торговые отношения с чужими, слабого уважения к „букве закона”.

Молва о русской бесчестности появилась довольно давно. Еще в 1549 г. немецкий дипломат и путешественник Зигмунд фон Герберштейн написал в своих „Записках о московитских делах”, что в Московии „ведут торговлю с величайшим лукавством и обманом. Покупая иностранные товары, торговые люди всегда понижают цену их наполовину. Иностранцам они все продают дороже, так что иная вещь стоит им самим 1 дукат, а они продают ее за 5, 10, даже за 20 дукатов... Если при сделке неосторожно обещать что-нибудь, они в точности припомнят это и настойчиво будут требовать исполнения обещания, а сами очень редко исполняют, что обещают. Если они начнут клясться и божиться, знай, что здесь скрывается обман, ибо они клянутся с целью обмануть”<sup>6</sup>.

<sup>3</sup> М. Рязанов, *Этика делового общения*. – Режим доступа: <https://libsib.ru/etika-delovogo-obshcheniya/modeli-povedeniya/book8008/457123>, с.53.

<sup>4</sup> Н. Черепанова, *Российская этика бизнеса в контексте национальных особенностей* / Н. Черепанова // Вестник науки Сибири. – 2013. – №1. – С.36.

<sup>5</sup> А. Соболевская, *Духовные истоки российского предпринимательства* / А.Соболевская // Сборник научных работ ИМЭМО РАН. – 2012. – № 2. – С.118.

<sup>6</sup> М.Л. Лучко, *Этика бизнеса* / М.Л.Лучко // М.: Эксмо, 2006. – С.251

Русский историк Николай Костомаров в своем „Очерке торговли Московского государства в XVI - XVII столетиях” также утверждает, что „иностранцы описывают русских купцов большими плутами. Обычай запрашивать больше и торговаться был всегда характеристикой русского торговца. Если вещь стоила рубль, купец непременно запросит за нее десять рублей, смотря по лицу, которое у него покупает... Божиться в торговле было нипочем, хотя божбам русских купцов никто не верил, ни из их соотечественников, ни из иностранцев, и даже замечали, что чем более русский купец божится, тем скорее обманывает. Подделка и обмен вещей были в обычае... Подобные поступки не казались русскому предосудительными; он оправдывал себя пословицею: „На то и щука в море, чтобы карась не дремал”<sup>7</sup>

Многие иностранные авторы так же сурово оценивают торговые нравы России в XVI-XVII вв.: „Русские купцы торгуют с величайшими хитростями и обманом”, „они охотно жульничают и не держат ни данного слова, ни клятвы”, – подобные высказывания встречаются достаточно часто в разных исторических документах и книгах той поры. В XVIII в. общая оценка этики бизнеса россиян, данная зарубежными партнерами, не изменилась: „Русские купцы в своих сделках всегда прибегают к обманам клятвам и обещаниям”. Подобные оценки преобладают в записках иностранцев о российской этике бизнеса того времени. Пожалуй, самое неприятное высказывание о купеческих нравах можно найти в книге француза Фортэна де Пиля: „У русских купцов нет ни малейшей добросовестности; забавно испытать на самом себе, до какого предела может дойти их жульничество... добросовестность - эта единственная основа торговли - не существует в России”<sup>8</sup>.

В 70-х годах XIX века появилась книга „Россия” английского журналиста, сотрудника газеты „Times”, Уоллеса Макензи, который прожил в России долгое время и весьма нелицеприятно отзывался о местных купцах: „Двумя большими недостатками в характере русских купцов, как класса, согласно общему мнению, является их невежество и бесчестность. Относительно первого разных мнений быть не может. Что же касается бесчестности, которая, как говорят, столь обычна у русского торгового класса, то здесь составить мнение трудно. В том, что происходит огромное количество бесчестных сделок, нет сомнения, но нужно считать, что в этом деле иностранец является излишне строгим и забывает, что торговля в России только выходит из примитивного состояния...”<sup>9</sup>.

Однако, некоторые русские историки считают негативное мнение иностранцев о предпринимательстве и торговле в дореволюционной России предвзятым, или, по крайней мере, односторонним. Костомаров, например, считал, что нарушения правил честного ведения дел, несомненно были, но... с обеих сторон! „Русские купцы постоянно находились во мраке относительно большей части того, чем торговали, страшлись обмана, не доверяли, были обманываемы и в свою очередь сами обманывали”<sup>10</sup>. Иностранцы же смотрели на Россию как на страну, выгодную для них

<sup>7</sup> Н. Костомаров, *Очерк торговли Московского государства в XVI и XVII столетиях* / Н.Костомаров // С-Пб.: Издание Николая Тиблена, 1862. – С.237.

<sup>8</sup> *Частное предпринимательство в дореволюционной России* / Сборник статей // М.: Российское издательство политической литературы, 2010. – С.225.

<sup>9</sup> А. Guginin, *Duchowe i ideowe źródła powstania etyki gospodarczej w Rosji* [w:] *Etyka w organizacji*, Kraków 2016, p. 464.

<sup>10</sup> Н. Костомаров, *Очерк торговли...*, с. 237..

по причине невежества купцов, зная, что русских легко обмануть. Естественно, что и русские платили той же монетой. Причем интересно, что это никак не останавливало иностранцев от их чрезвычайного стремления проникнуть в Россию, настолько сильного, что между ними шла ожесточенная борьба, чтобы помешать друг другу.

Весьма интересна точка зрения русского историка начала XX в. Иосифа Кулишера, который пишет, что в отношении бесчестности в бизнесе россияне „брали пример” и с голландцев, и с англичан. Кулишер справедливо полагал, что плутовство при совершении торговых сделок не было „специфической русской привилегией”. Вот что он писал в своей книге „История русской торговли”: „Обе стороны применяют те же приемы. Платят друг другу равной монетой. В этом отношении русские торговцы могли многому научиться у торговавших с ними иностранцев... В особенности англичане приписывали своим конкурентам-голландцам все пороки, которые у них заимствовали русские купцы”<sup>11</sup>.

В любом случае, более низкий в среднем этический уровень российских торговцев, особенно до XIX в., безусловно, был связан с более низким уровнем развития экономики, общества и культуры в России по сравнению с европейскими странами. С середины XVIII в. начинается быстрое расширение торговых связей Москвы. По мере включения в мировую торговлю происходит постепенное усвоение общих традиций, касающихся частной собственности, договоров, обмена, торговли, конкуренции, прибыли. Первый толчок к правовому оформлению западных традиций дали реформы Петра I, а именно, попытки осуществления государственного контроля за качеством ввозимых и вывозимых товаров, предоставление льгот и покровительства торговым людям. Возросшее взаимное доверие между предпринимателями и государством способствовало проявлению и закреплению новых черт деловых отношений.

Петр I пытался привить в России правила честных деловых отношений и внутри страны, и в отношениях с иностранцами, сурово карая провинившихся силой своей власти. Сам же он был честен отнюдь не всегда. Например, подолгу не выплачивал жалованье государственным чиновникам, задерживал платежи иностранным и русским промышленникам и торговцам. Показательной является история одного английского купца в 1715 г, который построил по заказу Петра I три корабля, но, не получая за них долгое время денег, был вынужден арестовать царского торгового агента и не выдавать ему готовые корабли. Только узнав об этом, Петр I принял срочные меры по отправке англичанину разных грузов и даже сообщил торговому агенту, что „они с избытком покроют долг”<sup>12</sup>.

Значительно изменилось правовое положение купцов при царице Екатерине II. Они вышли из разряда податных сословий с освобождением от внесения податей в подушный оклад, который был заменен обложением их капиталов 1% сбором, причем размеры капиталов объявлялись самими купцами „по совести”, чем они очень гордились. Очень оживило торговый обмен с другими странами снятие различных ограничений с торговли и промышленности, в связи с открытием Екатериной первых

<sup>11</sup> И.М. Кулишер, *История российской торговли* / И.М. Кулишер // С-Пб.: Антей, 1923. – С. 44.

<sup>12</sup> *Частное предпринимательство в дореволюционной России* / Сборник статей // М.: Российское издательство политической литературы, 2010. – С.263.

банков, кредитных учреждений, развитием торгового мореплавания, учреждением заграничных консульств и заключением торговых конвенций.

В конце XIX века характер российской этики предпринимательства резко изменился. Вот как описывает новую эпоху один из лучших знатоков русского купечества П. Бурьшкин: „Совершенно не было в обычае обмениваться справками о кредитоспособности покупателя или иными деловыми сведениями. Считалось неуместным заходить в чужой амбар, даже к знакомым. Очевидно из боязни, что таким путем можно выведать какие-либо коммерческие тайны и создать „недобросовестную конкуренцию“<sup>13</sup>. И еще: „Может создаться впечатление, что я рисую какую-то идиллическую картину, закрывая глаза на все имевшиеся злоупотребления, и хочу возвеличить то, что не было этого достойно. Я знаю и свидетельствую, что злоупотребления были, были недостойные деятели и дельцы, но в то же время утверждаю, что не они являлись правилом, а представляли собой исключение, и повторяю лишь то, что уже говорил: тот значительный успех в развитии производительных сил и всего народного хозяйства России не мог бы иметь успеха, если бы база была порочной, если бы те, кто этот успех создавал, были жулики и мошенники...“<sup>14</sup>.

Что же явилось причиной столь поразительного сдвига? То же, указывает П. Шихирев, что и везде: осознание проблемы, ее обсуждение и выход на новый уровень самоорганизации сообщества. За полстолетия в стране возникли ассоциации и клубы промышленников, развились и окрепли купеческие гильдии, которые большей частью сами наводили порядок в своей среде. Затем, как известно, наступил перерыв на 70 с лишним лет и, уже как бы заново, деловая Россия проходит свой путь: от хищничества к честному бизнесу, решает те же задачи, но уже в существенно отличной обстановке<sup>15</sup>.

В процессе создания модели этики бизнеса были приняты во внимание следующие факторы:

1. Российская этика хозяйствования имеет как минимум 500-летнюю историю.
2. История российской этики хозяйствования – это история моральных отношений в сфере торговли, ремесла, а также взаимодействия с иностранными купцами и производителями.
3. Нравственные отношения в российской торговой и промышленной сферах формировались под влиянием национального характера и менталитета россиян.
4. Уничтожив частную инициативу в бизнесе, советский строй, как следствие, разрушил и основы нравственных отношений между производителями.
5. Современная этика российского предпринимательства находится в стадии своего формирования и изобилует отрицательными характеристиками. Главные из них: невыполнение договорных обязательств партнеров, коррупция, использование насильственных методов в борьбе с конкурентами, уклонение от уплаты налогов и других обязательных сборов. Однако, уже появляются ростки новых, прогрессивных тенденций в моральном развитии

<sup>13</sup> П. Бурьшкин, *Москва купеческая* / П. Бурьшкин. – М.: Высшая школа, 1991. – С.102.

<sup>14</sup> *Ibidem*, с. 102.

<sup>15</sup> П. Шихирев, *Введение в российскую деловую культуру* / П.Шихирев. – М.: Издательство Госуниверситета управления, 2011. – С.16.

российского бизнеса. Они связаны с восприятием зарубежного опыта, предреволюционных традиций и стремлением нового класса к цивилизованному ведению бизнеса.

В заключение нужно отметить, что нормативная этика в России – понятие, сформировавшееся совсем недавно. Поэтому некоторые авторы ее определяют, как применение моральных принципов и устоев к деловым ситуациям<sup>16</sup>. Изучение данной области знаний – сложный процесс, поскольку исторически сложившаяся модель бизнеса в России диктует не только нравственные постулаты, но и фактическое поведение предпринимателей. Однако, как мы писали в начале статьи, модель это только образец. К тому же этот образец, который столетиями создавали предприниматели, в XXI веке необходимо изменять, чтобы можно было следовать ему. В 1912 году российские предприниматели разработали «Семь принципов ведения дел в России»<sup>17</sup>. Этот свод моральных правил включал основные этические постулаты бизнеса: уважай власть; будь честен и правдив; уважай право частной собственности; люби и уважай человека; будь верен своему слову; живи по средствам; будь целеустремленным, но никакая цель не может затмить моральные ценности.

О возможности управления бизнесом в соответствии с моделью этики предпринимательства свидетельствует и „Этический кодекс организации”, появившийся в 2009 году. В кодексе четко представлены личные и профессиональные принципы предпринимательства, например: „прибыль важна, но честь дороже прибыли”, „уважай участников общего дела, это основа отношений с ними и самоуважения”, „воздерживайся от насилия и угрозы применения насилия как способов достижения деловых целей”, „стремись завоевать репутацию честного, компетентного и порядочного партнера”, „конкурируй достойно” и др.<sup>18</sup>

Но, к сожалению, принимая какое-либо деловое решение, российский предприниматель руководствуется не современным законодательством, личными моральными ценностями или корпоративным кодексом компании, а желанием и возможностью выжить в бизнес-среде, где он находится на стыке коррумпированного бюрократического аппарата и сложной системы не соблюдаемых никем сводов законов.

## БИБЛИОГРАФИЯ

1. Gugnin A., *Duchowe i ideowe źródła powstania etyki gospodarczej w Rosji* [w:] *Etyka w organizacji*, red. Ł. Burkiewicz, J. Kucharski. Wyd. Akademia Ignatianum, Kraków 2016.
2. Беляева Е., *Есть ли этика бизнеса в России?* // Е.Беляева // Евразийский научный журнал. – 2016. - № 1.
3. Бурьшкин П., *Москва купеческая* / П. Бурьшкин. – М.: Высшая школа, 1991.
4. Зарубина Н., *Этика предпринимательства в русской культуре* // Отечественные записки. – 2012. - №6.

<sup>16</sup> Е. Беляева, *Есть ли этика бизнеса в России?* // Е.Беляева // Евразийский научный журнал. – 2016. – № 1. – С. 48.

<sup>17</sup> <http://referat911.ru/Etika/eticheskij-kodeks-organizacii/52775-1460595-placel.html>

<sup>18</sup> Н. Зарубина, *Этика предпринимательства в русской культуре* // Отечественные записки. – 2012. – № 6. – С.36.

5. Костомаров Н., *Очерк торговли Московского государства в XVI и XVII столетиях* / Н.Костомаров // С-Пб.: Издание Николая Тиблена, 1862.
6. Кулишер И.М., *История российской торговли* / И.М. Кулишер // С-Пб.: Антей, 1923.
7. Лучко М.Л., *Этика бизнеса* / М.Л.Лучко // М.: Эксмо, 2006.
8. Рязанов М., *Этика делового общения* / М. Рязанов. – Режим доступа: <https://libsib.ru/etika-delovogo-obscheniya/modeli-povedeniya/book8008/457123>.
9. Соболевская А., *Духовные истоки российского предпринимательства* / А. Соболевская // Сборник научных работ ИМЭМО РАН. – 2012. - № 2.
10. *Частное предпринимательство в дореволюционной России* / Сборник статей // М.: Российское издательство политической литературы, 2010.
11. Черепанова Н., *Российская этика бизнеса в контексте национальных особенностей* / Н.Черепанова // Вестник науки Сибири. – 2013. - №1.
12. Шихирев П., *Введение в российскую деловую культуру* / П.Шихирев. – М.: Издательство Госуниверситета управления, 2011.
13. Этический кодекс организации. - Режим доступа: <http://referat911.ru/Etika/eticheskij-kodeks-organizacii/52775-1460595-place1.html>

#### THE FORMATION OF THE RUSSIAN MODEL OF ENTREPRENEURSHIP ETHICS

The article examines the main approaches to modelling and the formation of the ethics of entrepreneurship in the context of historical transformations in Russia. The conceptual foundations of the formation and state support of crafts, merchants and entrepreneurship in this country under the influence of expanding international relations have been systematized and summarized. The author's position on the specifics of the separate development of this country and its isolation from the European civilization is presented. There are analysed the most important stages and factors of economic development in connection with the geographical location and the presence of rich natural resources. Special attention is paid to the psychology of Russian entrepreneurs and the paradigm of their relations with foreign partners based on the analysis of the concepts of outstanding Russian philosophers and historians of 19-20 centuries. The ideology of the ethical consciousness of the Russian people was emphasized, especially in such categories as "unity", "holiness" and the rejection of European and American notions of ownership and honesty in business. The necessity of changing the model of business ethics in connection with such phenomena as globalization, professional mobility, motivation to develop the communication component of the international activities of Russian businessmen has been established and argued. The role of public administration, business structures and changes in mentality in the development of civilizational strategic competence of employees of companies, managers and business owners was emphasized.

**Keywords:** entrepreneurship, management, management reform, strategic competence of businessmen, model of ethics.

DOI: 10.7862/rz.2018.mmr.41

*Tekst złożono do redakcji: listopad 2018 r.*

*Tekst przyjęto do druku: grudzień 2018 r.*