

УДК 330.1:174.4 DOI: 10.14451/1.228.231

Ценностные факторы формирования предпринимательской этики

© 2023 **Шаповал Валентина Михайловна**

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры финансов, бухгалтерского учета и экономической безопасности. Московский государственный университет технологий и управления им. К. Г. Разумовского (Первый казачий университет), Москва, Россия.

E-mail: vmshapoval2017@gmail.com

© 2023 **Сауц Артур Валерьевич**

кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры медиакоммуникаций и рекламы. Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, Санкт-Петербург, Россия.

E-mail: art_88@bk.ru

© 2023 **Корнева Галина Викторовна**

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов, бухгалтерского учета и экономической безопасности. Московский государственный университет технологий и управления им. К. Г. Разумовского (Первый казачий университет), Москва, Россия.

E-mail: g.korneva@mgutm.ru

© 2023 **Петрова Ольга Владимировна**

магистрант кафедры финансов, бухгалтерского учета и экономической безопасности. Московский государственный университет технологий и управления им. К. Г. Разумовского (Первый казачий университет), Москва, Россия.

E-mail: olga.ya2304@gmail.com

Ключевые слова: индивидуум, хозяйственная деятельность, религия, конфессии, религиозные установки, экономическая доктрина, предпринимательская этика, факторы, влияние, нравственные нормы и ценности, моральные стандарты.

В статье на примере христианства и трех его основных конфессий – католицизма, протестантизма и православия – исследованы ценностные факторы формирования предпринимательской этики. Доказано, что первыми зафиксированными этическими нормами были религиозные наставления и именно на их основе в значительной степени формировались нравственные нормы и ценности, а религиозное мировоззрение в целом оказывало влияние на тип хозяйствования в отдельных регионах мира. Соответственно, отношение к экономической деятельности тех или иных религиозных систем обусловили моральные стандарты, являющиеся основой современной предпринимательской этики в той или иной стране.

Как известно, в основе поведения любого человека лежат потребности и ценности. Предпринимательская деятельность – это деятельность людей. Соответственно, ее следует оценивать не только с экономических, но и с моральных, то есть этических позиций – как и любой другой вид деятельности человека. Это объясняется тем, что бизнес – часть общества, а потому действия людей, которые занимаются бизнесом, должны учитывать общие правила морали. Нравственные требования, которые общество предъявляет к своим гражданам, в полной мере касаются индивидуумов, занимающихся предпринимательской деятельностью. А поскольку деятельность бизнеса, в конечном итоге, направлена на общественное благо, этические стандарты бизнеса должны согласовываться с общей этикой общества.

Поэтому современное предпринимательство должно презентовать себя как «моральный представитель» общества, осознавать свои возможности не только как равноправного участника общественного движения за справедливость и благосостояние, но и как влиятельного фактора формирования культуры и поведения людей, базирующихся на обязательности соблюдения моральных добродетелей. А такие нравственные качества, как честность, справедливость, бережливость, являются необходимыми компонентами культуры и предпринимателя, и обычного нравственного человека. А. Макинтайр в работах «После добродетели» и «Чья справедливость? Какая рациональность?» инновационно интерпретирует фундаментальное для современной этики мнение, сформулированное в свое время Аристотелем, что основой общественной морали является «реализация человеческой жизни», «блага», то есть ценностных принципов, которые разделяют члены современного «коммунального сообщества». Ценности жизни выступают как совокупность коммунальных, то есть общих благ [4].

Другой исследователь этики бизнеса П. Френч убежден в том, что от уровня нравственности компании зависит общественная нравствен-

ность. Бизнес, отмечает он, в случае его этической направленности, способен «глубоко влиять» на личность, на формирование индивидуальных ценностей, интересов и желаний. Другими словами, проблема моральной и социальной ответственности субъектов предпринимательской деятельности рассматривается сквозь призму общественно важных ценностей [7].

Несомненно, предпринимательская деятельность, как и большинство других видов общественной деятельности, изначально предполагает определенную этическую основу. Ведь если бы все участники предпринимательской деятельности (производители, продавцы, покупатели, работники, потребители, поставщики) действовали неэтично или безнравственно, бизнес не достиг бы сегодняшнего уровня. Несомненно, бизнесу, как и любому другому виду человеческой деятельности, свойственны аморальные действия, в частности обман, мошенничество, манипулирование и т. д. В таких случаях возникает необходимость усиления правового регулирования.

Как свидетельствуют исследования, проблемы предпринимательской этики всегда находятся в поле зрения ученых. Среди зарубежных исследований следует выделить, прежде всего, работы А. Кэролла, А. Маршалла, Ф. Найта, Г. Мюрдаля, М. Фридмена, П. Хейне, Т. Веблена, посвященные рассмотрению проблем утверждения соответствующей системы ценностей.

Вместе с тем, достаточно сложно выделить работы, которые можно было бы считать сконцентрированными только на изучении проблем предпринимательской этики. В основном мы имеем дело с исследованиями, посвященными, как правило, экономическим проблемам, в которых вопросы этики могут занимать определенное место, но не являются самоцелью.

Уместно отметить, что и теоретики, и практики, занимающиеся проблемами предпринимательской этики, пришли к выводу, что в ее основе лежат универсальные ценности, которые можно найти во всех крупных мировых рели-

гиях. Бесспорно, к таким ценностям следует отнести, прежде всего, честность, порядочность, следование данному слову, добросовестность в выполнении своих обязательств, готовность помочь ближнему, уважительное отношение к окружающим, безупречность поведения, справедливость, скромность, сдержанность, бережливость, мудрость, рассудительность и т. д.

С этим нельзя не согласиться, ведь свод существующих сегодня в предпринимательской среде норм и правил формировался вместе с развитием человеческой цивилизации, переходя из одной исторической эпохи в другую, учитывая традиции и обычаи тех или иных народов, которые возникали и закреплялись в обществе [6].

Впервые детальный анализ влияния религии, в частности протестантизма, на формирование экономических взаимоотношений сделал М. Вебер в своей книге «Протестантская этика и дух капитализма», в которой он продемонстрировал факт, о существовании которого до него только догадывались: на успех отдельных индивидуумов в предпринимательской деятельности большое влияние оказывают мировоззренческие идеи, которые они разделяют [1].

Православные основы ведения хозяйства отражены в трудах В. Великого, И. Златоуста, Н. Сорского, И. Волоцкого, митрополита Владимира (Богоявленского) и других мыслителей. Отдельно стоит выделить работы С. Булгакова, посвященные проблеме и понятию хозяйства. Автор стремился оправдать хозяйство для православной церкви и таким образом найти мотивационный импульс для экономики. Попытки исследовать взаимовлияние нравственных религиозных норм православия и бизнеса были осуществлены также Л. Толстым, А. Платоновым, Д. Расковым и другими.

Как свидетельствуют исследования, внимание к экономической деятельности в той или иной степени проявляют все религии. Прежде всего, они едины в отношении главного свойства собственности: она должна приносить благо не только отдельной личности (владельцу), но

и обществу в целом.

Кроме общности взглядов религиозных систем на собственность, также у них совпадают подходы в отношении труда и трудовых ресурсов, в частности директивы на богоугодность труда, справедливые трудовые отношения и экономически обоснованное вознаграждение за труд без какой-либо эксплуатации.

Но, несмотря на тот факт, что большинство религий совпадают по отдельным фундаментальным установкам, а в основе не только экономической, но и любой другой деятельности видят этические принципы, они все-таки расходятся по многим принципиальным моментам, связанным с экономическим мировоззрением, что, бесспорно, наложило достаточно сильный отпечаток на формирование предпринимательской этики [8].

Рассмотрим ценностные факторы формирования предпринимательской этики на примере христианства, в частности трех его основных конфессий: католицизма, протестантизма и православия.

Как свидетельствует история, первые христианские идеи в отношении хозяйственной деятельности (экономики) появились еще в II–IV веках и заключались, прежде всего, в признании права на личные владения (частную собственность), а какое-либо посягательство на частное владение, то есть на частную собственность, рассматривалось как греховное деяние, так как это считалось, в том числе и покушением на личность владельца этой собственности. Вместе с тем любое богатство подвергалось сильному осуждению, особенно, если оно способствовало наживе и стяжательству. При этом, если владелец щедро делился своим богатством с общиной и малоимущими ее членами, то есть распоряжался богатством благоразумно и великодушно, отношение к нему менялось и было достаточно благосклонным со стороны христианства. Следует заметить, что акцент делался, прежде всего, на добровольном пожертвовании богатства ближним.

Прошло не одно столетие, прежде чем нача-

лась разработка непосредственно экономической доктрины. Ее основа была заложена только в начале XI века представителем католицизма – Фомой Аквинским. Далее, в XV–XVI веках, разработка экономической доктрины была продолжена сначала представителями Саламанской школы, а затем другими великими деятелями эпохи Возрождения. Благодаря их усилиям были разработаны первые целостные концепции, посвященные нравственным и количественным определениям таких экономических категорий как ценообразование, оплата труда, обоюдовыгодный обмен, ссудный процент и т. д. [3]. Со временем представители католической церкви начали проявлять интерес к экономической деятельности через призму социальных взглядов. Стоит заметить, что в данном случае речь шла не о разработке какой-то совершенно новой специфической концепции, а всего лишь о формулировке организационных принципов взаимодействия экономических субъектов как между собой, так и с обществом, государством и окружающей природой. Другими словами, этими действиями было положено начало создания нравственного базиса экономической деятельности, который мог бы обеспечить следование принципу справедливости, используя при этом инструментальный и категориальный аппарат экономической науки.

Исходя из изложенного выше, можно сделать вывод, что католицизм, с позиции предпринимательской этики, представляет собой высокодуховное социально-экономическое учение, направляющее своих приверженцев на путь нравственного, то есть этического поведения в сфере хозяйствования. В частности католицизм ориентирует, прежде всего, на индивидуальную ответственность, дисциплину, трудолюбие, творческий подход в хозяйственной деятельности, а неременной составляющей при этом должны быть профессионализм и добросовестность в выполнении ежедневных обязанностей [2]. Таким образом, западноевропейские, в частности католические, традиции стали фундаментом не только повседневного поведения, но и, что самое главное, профессиональной

культуры, направленной на ответственность за свои действия, дисциплину и высокое качество труда. Именно католические духовные традиции способствовали развитию капиталистических отношений во многих европейских странах, в частности во Франции, Испании, Италии, став их идейной основой.

В противовес католицизму, последователи протестантизма полностью перевели экономическую деятельность в этическую плоскость, изменив таким образом мировоззрение о ведении хозяйства. С точки зрения протестантизма, предпринимательская деятельность, как и в целом профессиональная, есть не что иное, как прямое богослужение [3]. А деловой успех соответственно является свидетельством праведности и богоизбранности.

Важно заметить, что в протестантизме, в отличие от католицизма, бедность, страдания, нищета не являются основанием для сочувствия и милосердия, а бедняк, соответственно, считается неудачником. В то же время человек, осуществляющий хозяйственную деятельность, то есть предприниматель, согласно протестантским установкам, не может останавливаться на достигнутом результате – он постоянно должен стремиться к большему, используя данное ему богатство для прославления Бога. Таким образом, протестантская этика требовала от предпринимателя отказа от роскоши и развлечений в пользу непрерывного расширения своего хозяйства и приумножения капитала, запрещала любое потребительское отношение к своему доходу. В этом и состоит религиозный долг предпринимателя и историческая уникальность протестантской этики [2].

Произошедшее изменение роли труда в сочетании с ориентацией на экономический успех привели к пересмотру оценки роли собственности и богатства в жизни человека. С позиции этики протестантизма собственность стала так же важна, как и личная свобода индивидуума. Это, в свою очередь, обусловило возникновение таких важных качеств или особенностей личности, как инициативность, рискованность, осо-

бенно в разумных пределах, самостоятельность в отношении принятия ответственных решений, способность отвечать за свои действия и т. д. Таким образом, в предпринимательской деятельности приоритетом стало строгое соблюдения договорных обязательств между партнерами. Именно в этот период, совпавший с промышленной революцией, были предприняты попытки сформулировать основы ответственности бизнеса и закрепить их на бумаге.

И, наконец, третья ветвь христианства, а именно православие, меньше других конфессий ориентировано на достижение земного благополучия. Его главной целью является духовное воспитание личности. Соответственно и субъекта хозяйствования православие также ориентирует на духовность, а не на мирскую успешность и финансовое положение в обществе. Следует подчеркнуть, что православие, в отличие от протестантизма и католицизма, рассматривает труд (в частности, физический) в качестве неприятной необходимости, наказания за первородный грех человека. Все это свидетельствует о том, что физический труд и создание благ заняли в православии второстепенное, подчиненное положение, в отличие от молитвы и труда духовного.

Таким образом, православие не считает стремление к богатству богоугодной деятельностью, а само богатство – подтверждением избранности. Богатство в православии никогда не выступало в качестве нравственной ценности. Более того, любое накопление и собственность рассматривались православной церковью как негативные ценности. В этом и состоит коренное отличие православия от всех других конфессий. Вот почему православные предприниматели – промышленники и купцы – для оправдания своего богатства чрезвычайно активно занимались филантропией.

Кроме того, в православии наблюдалось совсем иное, нежели у других конфессий, отношение к бедности, которое выражалось в более терпеливой, гуманной и сострадательной позиции к сателю бедняков и неудачников в хозяйствен-

ной деятельности. Бедность не воспринималась пренебрежительно, а попрошайничество и нищета не считались экономическим бременем. Помощь бедным была важнейшим нравственным долгом православного христианина, а материальное благополучие индивидуума отделялось от его собственной активности и ответственности. Тем самым православная церковь утверждала перераспределительные отношения. Следует заметить, что эта особенность православия обуславливала существование бедности, как некоего типа культуры.

Тем не менее, среди православных нравственных ценностей, повлиявших на формирование предпринимательской этики, необходимо выделить, прежде всего, добросовестное отношение к труду и честное отношение к участникам деловых отношений, в том числе и к подчиненным.

Учитывая длительный период формирования нравственных категорий и становления духовных ценностей, можно выделить три подхода в православии, регулирующих деятельность человека в сфере бизнеса [6]:

1. Прославление труда, рост благосостояния, что вместе с крепким здоровьем составляет основу жизненного успеха и является залогом счастья.
2. Равенство всех, даже нищих, перед Богом.
3. Ответственное управление всем, что существует на земле, созданное Богом, и необходимость его приумножения и распространения.

В целом православные нравственные нормы служат основой для принципов гуманного сосуществования людей, способствуют распространению идеи взаимовыгодного и справедливого их взаимодействия во всех сферах жизнедеятельности, в том числе и экономической.

Стоит выделить, на наш взгляд, еще один аспект православия, оказавший значительное влияние на формирование предпринимательской этики. В связи с тем, что православная система нравственных ценностей ориентирована на индивидуумов, которые объединены коллективны-

ми моральными ценностями и общественными идеалами, этим аспектом, бесспорно, является коллективизм. Таким образом, гражданское общество формируется не через индивидуальные, а через коллективные формы деятельности, через невидимые духовно-нравственные связи индивидуумов с обществом [5].

Проведенное исследование дает нам возможность сделать вывод о наличии различных мо-

ральных стандартов, которые являются основой предпринимательской этики в той или иной стране. Это объясняется существенным влиянием религиозных особенностей. Ведь первыми зафиксированными этическими нормами были религиозные установки и именно они стали основой формирования нравственных норм и ценностей, а религиозное мировоззрение в целом оказывало влияние на тип хозяйствования в различных регионах мира.

Библиографический список

1. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / пер. с нем. М. Левиной. — М. : АСТ, 2020. — 320 с.
2. Власов Ф. Б. Социально-экономические отношения: нравственные основы и институты. — М. : Машиностроение-1, 2005. — 188 с.
3. Журавлев А. Религиозная этика и бизнес // Русский предприниматель. — 2004. — № 1/2. — URL: <http://www.ruspred.ru/arh/18/1rr.html>.
4. Макинтайр А. После добродетели: Исследование теории морали : пер. с англ. — М. : Академический Проект, 2000. — 384 с.
5. Первушин М. В. Православие и экономика: аксиологические ориентиры русского капитализма / Богослов.RU. — 2008. — URL: <http://www.bogoslov.ru/text/316074.html>.
6. Шаповал В. М. Влияние религии на формирование деловой этики // Теоретические и прикладные вопросы экономики : Сборник научных трудов. Выпуск 22. — К. : Издательско-полиграфический центр «Киевский университет». — С. 87–99.
7. French P. The Corporation as a Moral Person // American Philosophical Quarterly. — 1979. — 16(3). — P. 207–215.
8. Rybak J., Shapoval V. Axiological factors of business ethics formation // European Science and Technology : Materials of the international research and practice conference, Wiesbaden, January 31st, 2012. — Wiesbaden, Germany : Bildungszentrum Rodnik E.V., 2012. — P. 743–756.