

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕ В РОССИИ

Может показаться, что психологическая наука далека от вопросов, затрагивающих проблему делового взаимодействия и представлений о деловой этике. Однако деловое взаимодействие подразумевает под собой, прежде всего, деятельность людей, которые отличаются друг от друга рядом психологических характеристик и имеют собственные представления о том, как следует «вести дела». По этой причине связь психологии с представлениями о деловой этике вполне логична. Стоит заметить, что в последнее время этика бизнеса, как сфера научно-практического знания вызывает особый интерес. Деловое сообщество не только осознает этические проблемы, но и придает им большое значение. Тем не менее, отечественных разработок по данной проблематике недостаточно, и они не отвечают требованиям практического характера. Деловая этика преподносится чаще в виде моральных норм и поучений. Много внимания уделяется этикету, а не деловой этике или этике деловых отношений в целом [1]. На практике ощущается недостаток исследований научного характера, тем более исследований, затрагивающих аспект психологического отношения к деловому взаимодействию.

Слово «этика» обычно употребляется в двух смыслах. С одной стороны, - это область знаний, изучающая нравственность, мораль, их возникновение, динамику и факторы. С другой стороны, этика – это совокупность нравственных правил в той или иной сфере поведения организации или человека. Таким образом, этика сама по себе изучает нравственное значение мотивов, действий и характеров. Этика деловых отношений, в свою очередь, занимается анализом взаимоотношений деловых партнёров, толкованием нравственных оценок причин успехов или неудач в деятельности, в частности, в управленческой и

коммерческой. Проблема деловой этики как фактора, который воздействует на эффективность управления привлекает внимание российских исследователей. Значимость этой проблемы проявляется в деятельности каждого предприятия, а также в совместном предпринимательстве, производственной и научно-технической кооперации, в деятельности транснациональных корпораций, при слияниях и поглощениях фирм; она чрезвычайно значима в отношениях с партнерами в переходных экономиках. Авторитетный британский журнал *Economist*, посвятив специальный обзор этике бизнеса, писал, что прошло то время, когда для компании было достаточно спокойно делать свое дело, не нарушать законов, продавать товары, нужные людям, и зарабатывать свои деньги. На сегодняшний день многие компании вынуждены меньше заботиться о прибыли и больше о социальной ответственности [8]. Согласно данным Вашингтонского Центра исследований в области этики (Ethics Research Center), выяснилось, что репутация компании как честного, этичного делового партнера способствует ее прибыльности. Фирмы, которые постоянно придерживаются высоких этических и деловых принципов, привлекают больше квалифицированных кадров и удерживают их дольше, чем другие. Прирост рыночной стоимости компании значительно возрастает при наличии четко сформулированных кодексов этики. Аналогичные результаты получил Британский Институт деловой этики (Institute of Business Ethics). Обследование 350 фирм показало, что самые крупные компании, имеющие кодекс делового поведения, превосходят по своим финансовым показателям предприятия, которые не имеют подобных кодексов [3].

Какая она: российская деловая культура?

Российская деловая культура – это культура с высокой степенью избегания неопределенности, большой дистанцией власти, краткосрочной временной ориентацией и преобладанием коллективизма. Россия относится к высококонтекстуальным культурам, то есть, статус человека и его место в

обществе зависят, прежде всего, от многочисленных внешних факторов, например, социальной среды, происхождения, принадлежности к определенной касте, элитному образованию, религии, расе и т.д. Высокая контекстуальность была характерна для СССР и сохранилась в России и странах СНГ. Для людей из такой культуры особое значение имеет то, как человек одет, какой институт закончил и т.д. По типу делового поведения российскую деловую культуру можно отнести к полиактивным и патерналистским культурам, ориентированным на эффективность, результат взаимодействия, на создание и сохранение межличностных отношений с партнером. Для россиян характерным является использование двойных стандартов, то есть, если для своих нормальными являются такие стандарты, как честность, надежность, взаимопомощь, то применительно к чужим возможно существенное понижение «планки моральных принципов» [6]. Согласно выводам исследовательского проекта «Global Leadership and Organization Behavior Effectiveness», в рамках которого проводилось изучение воздействия культуры на бизнес в 62 странах, Россия отличается «непропорционально значительным количеством недостатков», среди которых отмечены такие, как несклонность менеджеров вознаграждать за достигнутые результаты, инвестировать в будущее развитие производства, внедрять методы управления, снижающие степень неопределенности [5]. Среди постоянно отмечаемых положительных черт российской деловой культуры прежде всего склонность к коллективному труду и сотрудничеству, а также способность к обучению, творческому подходу и действиям в условиях нестабильности среды.

Стоит отметить, что во время советского периода ценностям бизнеса и правилам делового поведения уделялось мало внимания. Единственным агентом деловой среды, наделенным свободой действия, являлась партия. Коммунистическая партия располагала монополией на установление правил поведения и морали [4]. В советские периоды существовало 4 типа управленцев: дисциплинированные управленцы, экспериментаторы, теневики и частники. Наиболее массовым к началу перестройки оказался тип дисциплинированного

управленца. *Деловая культура советского периода* – культура управленческая, основной характеристикой которой является отрыв управленца от какой-либо формы собственности на объект управления. В деятельности управленца на первое место выдвигался план. Важны были цифры, показатели отчетности. Отчетность и регулярные проверки носили циклический характер. Наблюдалась высокая дистанция власти. Иерархия фиксировалась весьма жестко и требовала беспрекословного подчинения. Большое значение имели неформальные отношения. Успешный управленец должен был знать, каковы привычки, симпатии, вкусы, круг интересов вышестоящих начальников, а также партнеров по взаимодействию. Особое место в совокупности этих знаний занимали сведения о семье нужного человека. Подход к нему осуществлялся косвенно и главной целью маневров было выйти на контакт в неформальной обстановке. Отсюда роль охоты, рыбалки, сауны и, разумеется, выпивки. В служебных кабинетах после достигнутого контакта оформлялись уже достигнутые ранее неформальные договоренности. Из сказанного не следует, что предприимчивость, инициативность, стремление к новациям были чужды этому типу - дисциплинированного управленца. Эти свойства были достаточно распространены, но выражались весьма своеобразно. Во-первых, предприимчивость проявлялась наиболее ярко в тех сферах деятельности, которые наименее контролировались вышестоящим начальством. Такой сферой в первую очередь была социальная, внепроизводственная. Во-вторых, проявления предприимчивости зависели от степени близости к начальству. В-третьих, в групповом сознании самих управленцев предприимчивость ими самими воспринималась не как реализация внутреннего импульса, а как вынужденное поведение, вызванное плохой организацией деятельности вышестоящими органами, недостатками материально-технического снабжения и т.п. [2]. Отсюда появление блата - основы сетевых отношений в России. Этот термин имеет исторические предпосылки. При политике социализма блат был результатом нехватки ресурсов, благ и крайне низкого качества услуг. Несмотря на то, что блат постепенно начинает приобретать негативный оттенок в деловой

среде, особенно среди молодежи, его существование остается весьма осязаемым [7]. Что касается системы поощрения и наказания, то наказания преобладали и отражались в первую очередь на материальных условиях жизни. Поощрения были сравнительно редки, зависели часто от субъективных симпатий или антипатий начальства и принимали главным образом форму моральную: медалей, грамот, благодарностей [2].

Постепенно Российская деловая культура стала приобретать черты индивидуализма. Для современной молодёжи в целом характерно изменение направленности жизненных ориентаций от социальной (коллективистской) составляющей к индивидуальной. В.В. Радаев выделяет следующие характерные черты современной российской деловой культуры: полуправовое регулирование деятельности; большое значение неформальных отношений; избирательная этика в деловых отношениях; использование силовых методов; «брак по расчету» с властями; независимость и отстраненность от политики; создание «команд» и централизация управленческих функций; технократизм и патернализм руководства; трудоголизм; повышенная склонность к риску и деверификация деятельности; высокая степень адаптивности и быстрота реакции; сдержанное отношение к благотворительности; пиетет к иностранцам и гостеприимство; высокое значение образования как ценности; слабо выраженное потребительство» [2]. Возможно, что склонность к риску российской молодежи можно объяснить низким уровнем избегания неопределенности. Особое значение в современной российской культуре также придается неформальным отношениям. В российском бизнесе на сегодняшний день существует распространенное убеждение в том, социальные связи являются важным условием успешности бизнеса. Чем сильнее эти сети, тем больше шансов на то, что бизнес будет процветать. Участникам бизнеса выгодно делать подарки людям, от которых зависит успех дела, льстить влиятельным людям и делать комплименты.

На основании вышеизложенного, можно заключить, что проблема, затронутая в данной статье, является крайне актуальной в настоящее время. К сожалению, пока еще наблюдается недостаточность ее теоретической и эмпирической разработки. Безусловно, здесь не представлены все данные по вопросу представлений россиян о деловой этики. Тем не менее, в данном направлении сделаны некоторые шаги, которые дают возможность для дальнейшего глубокого научного анализа данного вопроса.

Литература:

1. Булгаков С.Н. История экономической мысли // Русская философия собственности. СПб., 1993.
2. Шихирев П.Н. Введение в российскую деловую культуру. – М.: Новости, 2000.
3. Fulmer R.M. The challenge of ethical leadership // Organizational dynamics. – N.Y., 2004. Vol. 33, № 3.
4. Grachev M. V. Cultural attributes of Russian management. Managing Multinationals in a Knowledge Economy: Economics, Culture, and Human Resources Advances in International Management, Vol. 15, 2004.
5. Gratchev M.V. Making the most of cultural differences // Harvard business rev. – Boston. 2001. – Vol. 79, № 9.
6. Hall, E.T. The Dance of Life, The Other Dimension of Time. N. Y., 1983.
7. Michailova S. and Worm W. Personal networking in Russia and China: blat and guanxi, 2003.
8. The good company: A survey of corporate social responsibility // Economist. – L., 2005. – Vol. 374, № 8410.