

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М.В.ЛОМОНОСОВА**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



**XIII МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
ИСТОРИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ МЫСЛИ И БИЗНЕСА**

**ЭТИКА БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА:
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ**



МОСКВА 2012

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М.В.ЛОМОНОСОВА**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



XIII МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

ИСТОРИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ МЫСЛИ И БИЗНЕСА

**«ЭТИКА БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА:
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ»**

г. Москва, 27-29 июня 2012 г.



Москва 2012

УДК 330.8
ББК 65.02
И90

ISBN 978-5-8429-1105-9

И90 **История управленческой мысли и бизнеса – «Этика
бизнеса и менеджмента: сравнительный анализ национальных моделей».** XIII Международная конференция; Москва, МГУ имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, 27–29 июня 2012 г.: Материалы конференции / Под ред. В.И. Маршева – М.: АПКиППРО, 2012. 218 с.

© Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012
© Коллектив авторов, 2012

LOMONOSOV MOSCOW STATE UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS



XIII INTERNATIONAL CONFERENCE

ON HISTORY OF MANAGEMENT THOUGHT AND BUSINESS

**«BUSINESS AND MANAGEMENT ETHICS:
COMPARATIVE ANALYSES OF NATIONAL MODELS»**

Moscow, June 27-29 2012



Moscow 2012

ОРГАНИЗАТОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова

Экономический факультет МГУ

Ассоциация выпускников ЭФ МГУ

Некоммерческое партнерство «Научно-консультационный центр

«Обучение в течение всей жизни»

Международный журнал «Проблемы теории и практики управления»

ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ

Почетный Председатель конференции

д.э.н., проф., декан экономического ф-та МГУ

В.П.КОЛЕСОВ

Председатель конференции

д.э.н., проф. В.И.МАРШЕВ (ЭФ МГУ)

Сопредседатель конференции

д.э.н., проф. Л.А.ТУТОВ (ЭФ МГУ)

Сопредседатель конференции

д.э.н., проф. Ю.М.ОСИПОВ (ЭФ МГУ)

Сопредседатель конференции

д.э.н., проф. Т.О.РАЗУМОВА (ЭФ МГУ)

Члены Оргкомитета

Наталья Вендило, Михаил Васильев,

Светлана Щелокова

СПИСОК УЧАСТНИКОВ

1. **АКСЕНОВ Виктор Алексеевич** – к.и.н., доцент Нижегородский коммерческий институт, директор ООО «Аудит и консалтинг» (г. Нижний Новгород). Aksv5@rambler.ru
2. **БЛАГОВ Юрий Евгеньевич** – к.э.н., доцент, директор центра корпоративной социальной ответственности ПрайсвотерхаусКуперс, Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ) (г.Санкт-Петербург), blagov@gsom.spbgu.ru
3. **БОГАЧЕВ Виктор Фомич** – д.э.н., профессор, кафедра коммерческой деятельности и предпринимательства Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета (г. Санкт-Петербург), vic-bogachev@mail.ru
4. **БУРМИСТРОВА Татьяна Валентиновна** – к.э.н., доцент, ведущий научный сотрудник Института экономики РАН (г.Москва), tvburm@yandex.ru
5. **ВАСИЛЬЕВ Михаил Владимирович** – ассистент кафедры управления организацией, экономический факультет МГУ им. М.В.Ломоносова (г. Москва), vasiliev@econ.msu.ru
6. **ВАСИЛЬЕВА Наталья Владимировна** – к.ю.н., заведующий лабораторией изучения международного опыта ювенальной юстиции, Российский государственный социальный университет (г.Москва), vasilieva.n.v@gmail.com
7. **ВЕНДИЛО Наталья Андреевна** – м.н.с. кафедры управления организацией, Экономический факультет МГУ им. М.В.Ломоносова (г.Москва), vendilonatalia@gmail.com
8. **ВИХАНСКИЙ Олег Самуилович** - д.э.н., профессор, заведующий кафедрой управления организацией экономического факультета, декан Высшей школы бизнеса МГУ им. М.В. Ломоносова (г.Москва), mail@mgubs.ru
9. **ГАБРИЭЛЯН Рафаэль** – аспирант кафедры управления организацией экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, (г. Москва)
10. **ГЕРАСИМОВ Борис Никифорович** – д.э.н., профессор, Международный институт рынка (г.Самара), boris0945@mail.ru
11. **ДОБРОЛЮБОВ Николай Александрович** - студент 2-го курса, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Нижегородский

- коммерческий институт» (г.Нижний Новгород), nikolasik102@gmail.com
12. **ЕФИМОВ Владимир Максевич** — д.э.н., PhD, независимый исследователь (Франция), vladimir.yefimov@wanadoo.fr
 13. **ИОНОВА Мария Сергеевна** – магистр экономического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова (г.Москва), mi2026@gmail.com
 14. **КИСЕЛЕВА Ольга Вячеславовна** – к.э.н., доцент ФГБОУ ВПО «Нижегородский коммерческий институт», (г.Нижний Новгород), o_vk82@mail.ru
 15. **КНЯЖЕВ Олег Викторович** – директор по производству ООО «Премиум Инжиниринг» (г.Москва), oknyazhev@mail.ru
 16. **КОЛЕСОВ Василий Петрович** - д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики зарубежных стран и внешнеэкономических связей, декан экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва), kolesov@econ.msu.ru
 17. **КРЮЧКОВ Владимир Николаевич** – д.э.н., профессор, доцент Международного университета природы, общества и человека «Дубна», филиал «Дмитров» (г.Дмитров), kriuchk@rambler.ru
 18. **КУЗЬМИЧЕВ Андрей Дмитриевич** – д.э.н., профессор МГТУ им. Баумана, a_kuzmichoff@mail.ru
 19. **КУЯРОВА Любовь Александровна** – к.э.н., доцент, экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва), lkuyarova@bk.ru
 20. **ЛЕБЕДЕВ Игорь Васильевич** – к.и.н., доцент, докторант кафедры менеджмента, Одесский государственный экономический университет (г.Одесска, Украина), igor2404@ukr.net
 21. **ЛУКИН Дмитрий Анатольевич** - к.э.н., доцент, директор филиала «Проминвестбанк» в г.Сумы, loukin@ukr.net
 22. **ЛЮБИМОВА Марианна Викторовна** – к.э.н. доцент кафедры финансы и кредит, ГОУ ВПО «Нижегородский коммерческий институт» (г.Нижний Новгород), lbmv73@gmail.com
 23. **МАЗЗАРИНО Андреа** – PhD, Университет Брауна (Провиденс, США), andreamazzarino@gmail.com
 24. **МАЗЫЛО Татьяна Владимировна** – к.э.н., доцент кафедры международной экономики, Государственное высшее учебное заведение «Украинская академия банковского дела Национального банка Украины», tatyana_mazylo@ukr.net

25. **МАРШЕВ Вадим Иванович** – д.э.н., профессор кафедры управления организацией, заслуж. профессор МГУ им. М.В. Ломоносова (г.Москва), vmarshhev@mail.ru
26. **НАУМОВ Александр Иванович** – доцент, Высшая школа бизнеса МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва)
27. **ОСИПОВ Юрий Михайлович** – д.э.н., профессор, зав. Лабораторией философии хозяйства, экономический факультет МГУ им. М.В.Ломоносова (г. Москва)
28. **ПАВЛОВ Руслан Николаевич** – к.э.н., старший научный сотрудник, Центральный экономико-математический институт РАН (г.Москва), pavlovru@mail.ru
29. **ПЛАТОНОВ Дмитрий Николаевич** – д.э.н., профессор, экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова (г.Москва), platonov@econ.msu.ru
30. **ПОНОМАРЕВ Игорь Пантелеевич** - к.э.н., ст. преп., экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова (г.Москва), ponip@mail.ru
31. **РОДИОНОВА Марина Евгеньевна** – аспирант, Московский Институт Государственного и Корпоративного Управления - преподаватель Финансовый Университет при Правительстве РФ (г.Москва), m.rodionova@mail.ru
32. **РОЗЕНБЕРГ Наталья Игоревна** – младший научный сотрудник кафедры управления организации, экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова (г.Москва), rozennat@gmail.com
33. **САЛЬНИКОВА Людмила Сергеевна** – к.с.н., доцент МГИМО(У)МИД РФ, кафедра связей с общественностью, генеральный директор агентства «Л.С.Консалтинг» (г.Москва), Saluda@list.ru
34. **САРАХАНОВА Наталья Сергеевна** – к.э.н., доцент АНО ВПО МБИ, n.sarakhanova@mail.ru
35. **СЕМЕНОВ Андрей Львович** – д.э.н., профессор, Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, кафедра Управления организацией (г.Москва), semenov@econ.msu.ru
36. **СЕМУШКИНА Светлана Рафаиловна** – к.э.н., доцент, кафедра Управления организацией, экономический факультет МГУ им. М.В.Ломоносова (г.Москва)
37. **ТУТОВ Леонид Арнольдович** – д.ф.н., зам.декана экономического факультета по науке МГУ им. М.В.Ломоносова (г.Москва)

38. **ХМЕЛЬКОВА Наталья Владимировна** – к.э.н., зав. кафедрой экономики, Факультет компьютерных технологий НОУ ВПО «Гуманитарный университет» (г. Екатеринбург), nvh@ural.ru
39. **ШАХОВ Андрей Евгеньевич** – аспирант, Нижегородский государственный университет им. Лобачевского (г. Нижний Новгород), Shakhoff@gmail.com
40. **ШИРЯЕВА Ирина Васильевна** – к.э.н., доцент, кафедра Управления организацией, экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва)
41. **ЩЕЛОКОВА Светлана Викторовна** - м.н.с. кафедры управления организацией, Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва), shcholokova@gmail.com
42. **ЯЦИШИНА Жанна Васильевна** – студент (магистрант) Хмельницкого национального университета (г. Хмельницкий, Украина), zhanna@piramida.km.ua
43. **PATRICIA DOWDEN** – President and CEO of The Center for Business Ethics and Corporate Governance (Philadelphia, USA)
44. **RANDY BREGMAN** - Lawyer, The Center for Business Ethics and Corporate Governance (CFBE) Board member (USA)
45. **RYAN BURG** - Ph.D. in Business Ethics and Sociology, Assistant Professor of Management at the Higher School of Economics, ryanburg@gmail.com (Philadelphia, USA)
46. **TOM FIRESTONE** - Resident Legal Advisor, U.S. Embassy, Moscow, firestoneTA@state.gov
47. **STEPHEN E. SOCKENDEN** - Vice President and Director, Corporate Development, Technology Management Company, Inc, sockenden@tmcservices.com

ОГЛАВЛЕНИЕ

От редактора	11
Аксенов В.А., Шахов А.Е. Европейская интеграция и развитие социальной ответственности государственного и корпоративного управления экономикой	12
Алтухов С.В. Этика в спорте. Победа любой ценой?	24
Батаева Б.С. Национальные модели социальной ответственности бизнеса в исламских странах	28
Богачев В.Ф., Яцишина Ж.В. Особенности формирования и проявления национальной бизнес-этики	40
Бурмистрова Т.В. Социальная ответственность бизнеса в инновационной экономике: добросовестная конкуренция или госрегулирование	46
Васильев М.В. Этические проблемы управления человеческими ресурсами в американских семейных компаниях	57
Вендило Н.А., Щелокова С.В. Этические проблемы адаптации корпоративной культуры компаний к национальным культурным особенностям	67
Киселева О.В. Благотворительность как стратегический фактор улучшения рыночных позиций организации	74
Княжев О.В. Условия эффективного сотрудничества собственников и управляющих	80
Кузьмичев А.Д. Мотивация и этика: к истории вопроса	87
Лебедев И.В. Модели социальной ответственности бизнеса: Общее и особенное	93
Лукин Д.А., Мазыло Т.В. Анализ этико-конфессиональных форм банковского бизнеса	101
Любимова М.В., Добролюбов Н. Вопросы финансирования корпоративной социальной ответственности в регионе	112
Маршев В.И. Этика хозяйствования – истоки и источники	124
Павлов Р.Н. Социальное предпринимательство и закат мейнстрима	142

Сальникова Л.С. Глобальные рейтинги деловой репутации как проявление страновых моделей формирования социальной ответственности бизнеса	144
Сараханова Н.С., Андреа Маззарино. Сравнение программ корпоративной социальной ответственности в России и США	149
Семенов А.Л. Межконфессиональные различия христианской этики труда	160
Хмелькова Н.В. Инновации в сфере корпоративной социальной ответственности (КСО): опыт российских и зарубежных профсоюзов.....	170
Patricia E. Dowden. Russia's paralyzing cycle of distrust: can the banking industry be an agent of change?	185
Vladimir Yefimov. How Capitalism, University and Mathematics as Institutions Shaped Mainstream Economics	198
Ryan Burg. Currents of Currency: Cash, Culture, and the Modern Corporation	217

ОТ РЕДАКТОРА

Уже стало традицией российским и зарубежным специалистам в области управления собираться в стенах Московского Университета на международных конференциях по Истории управленческой мысли и бизнеса для обсуждения актуальных проблем управления.

За эти годы были проведены конференции по следующим проблемам: «Развитие концепций управления» (1996 г.), «Реструктуризация предприятий в переходной экономике: теория и практика» (1998 г.), «Государство и предпринимательство» (2000 г.), «Развитие кадров управления» (2001 г.), «Проблемы измерений в управлении организацией» (2002г., 2003 г.), «Научные концепции и реальный менеджмент» (2004 г., 2005 г.), «Российская модель управления» (2008 г.), «Национальные модели управления» (2009 г.), «Бизнес-модели: вчера, сегодня, завтра» (2010 г.), «Социальная ответственность бизнеса и этика менеджмента» (2011 г.)

Последняя конференция вызвала большой интерес и собрала около 100 российских ученых, преподавателей, аспирантов и студентов, а также профессоров и исследователей из Украины, Беларуси, Казахстана, Wharton School University of Pennsylvania (USA), York University (Canada), университетов Португалии и Южной Кореи, Международного «Центра деловой этики и корпоративного управления». Участники конференции единодушно поддержали идею продолжить обсуждение проблем этики бизнеса и менеджмента на очередной конференции. Актуальность поиска и развития средств формирования этических норм в бизнесе и менеджменте была подчеркнута всеми участниками финальной дискуссии: "Codes of Conduct: Could they work for Russia?". Во время панельной дискуссии и родилась идея провести очередную конференцию в контексте сравнительного анализа национальных моделей и программ формирования ценностей и норм социальной ответственности и этики бизнеса и менеджмента.

В конференции выразили желание участвовать преподаватели, научные сотрудники, менеджеры, специалисты, аспиранты и магистры из Москвы, С.Петербурга, других регионов и вузов России, а также специалисты из Украины и США.

**От имени Оргкомитета желаю плодотворной работы и успеха
всем участникам конференции ИУМ-2012!**

С уважением,
Председатель Оргкомитета,
Научный редактор,
д.э.н., заслуженный профессор Московского университета
Маршев В.И.

ЕВРОПЕЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ

Аксенов В.А., Шахов А.Е.

В современном мире развиваются процессы интернационализации и глобализации. Обусловленные прогрессом науки, техники, технологий они постоянно требуют совершенствования моделей управления, адекватных возникающим новым транснациональным, межгосударственным и наднациональным структурам.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – один из относительно новых элементов управления для российской практики. В последние годы отечественные компании стали одна за другой заявлять о формировании новых социальных стратегий, основная цель которых не только рост прибыли, но и разработка определенных подходов к взаимодействию с обществом.

Эти процессы лежат в русле общемировых тенденций и, при этом, имеют свою специфику. С одной стороны, реализуя социальные программы, бизнес стремится снизить социальную напряженность, улучшить свой имидж, укрепить репутацию брендов, и, естественно, увеличить прибыль. Социальная ответственность, таким образом, является инструментом снижения нефинансовых рисков компании, повышения конкурентоспособности. С другой стороны, существует российская особенность данного феномена - отечественный бизнес вступил на путь социальной ответственности под значительным влиянием государства, а не гражданского общества. В рамках социальной ответственности бизнес нацелен на реализацию своих корпоративных интересов, власть же стремится встроить их в более широкие рамки собственной социальной политики, обеспечивая тем самым решение значимых общественных проблем и устойчивость политической системы.

Основы изучения корпоративной социальной ответственности были заложены американскими исследователями в 40-е - 50-е годы XX века. Важную роль в разработке данной концепции сыграли работы экономистов А. Берли и Г. Минза, Г. Боуэна, К.Дэвиса, К.Уолтона, Дж. МакГуира, С.Сети. [1] Американские исследователи полагали, что корпорация в обществе превратилась в частнопредпринимательский институт, стала социальной силой, которая не может быть свободной от социальной ответственности.

Особое место среди исследований КСО занимают труды экономиста Милтона Фридмана, в которых последовательно отстаивается либеральный взгляд на социальную ответственность бизнеса. Позиция М. Фридмана состояла в том, что единственной ответственностью бизнеса является максимизация прибыли в рамках соблюдения существующих правил игры. Основы либерального подхода к рассматриваемой проблеме также были заложены в классических трудах Й. Шумпетера, Л. фон Мизеса, Ф. Хайека [2].

Важную роль для понимания различных подходов и практик социальной ответственности в развитых странах сыграла работа французского исследователя М. Альбера, в которой были выделены две модели капитализма: англосаксонская и рейнская [3]. В рамках данных моделей капитализма развивались и соответствующие формы корпоративной социальной ответственности. Попытка систематизировать представления о социальной ответственности и использовать моделирование в этой области содержится в исследовании А. Керолла. [4]

Среди современных трудов зарубежных авторов по проблеме корпоративной социальной ответственности можно выделить работы С. Хилтона, Д. Гиббонса, Ф. Котлера и Н. Ли, . Авторы анализируют опыт ведущих западных компаний в этой области, исследуют проблему повышения эффективности социальных и благотворительных проектов компании, вопросы налаживания диалога с заинтересованными группами. Российские исследователи Ю.С. Благов, В.И. Маршев, Перегудов С.П. и др. [5] справедливо подчеркивают, что в понятии «корпоративная социальная ответственность» в равных долях соединены общественные и деловые интересы, а последнее требует продуманного планирования.

Обзор литературы по означенной теме свидетельствует о том, что исследователи уделяли определенное внимание изучению роли корпораций как субъектов экономики, вопросам взаимодействия бизнеса и власти. Проблема корпоративной социальной ответственности становилась предметом исследования преимущественно в рамках экономики, менеджмента, маркетинга. А вот политологический аспект проблемы социальной ответственности российского бизнеса является недостаточно изученным, что связано с коррупционной составляющей ее (реальной, потенциальной или надуманной в некоторых случаях). Между тем, этот аспект проблемы не сводится просто к взаимоотношениям с органами государственной власти различных уровней. Это вопрос интегра-

ции в различные региональные союзы и ассоциации, в глобальное социально-экономическое пространство.

Данная статья посвящена рассмотрению истории развития института КСО в период становления Европейского Союза. ЕС является одной из наиболее влиятельных международных организаций, как в политическом, так и в экономическом аспекте. На сегодняшний день Союз включает в себя 27 стран, размещающих на своей территории колоссальное количество крупнейших мировых предприятий, а также штаб-квартир транснациональных корпораций. В этих условиях актуальной становится проблема поиска общеевропейских моделей управления для всех уровней взаимодействия, которые максимально удовлетворяли бы потребностям каждого из элементов системы, начиная с граждан и конкретных предприятий и заканчивая государствами и политическими институтами Евросоюза. Корпоративная социальная ответственность является междисциплинарным понятием, для исследования которого в работе использован комплекс методологических приемов. Ведущими методами являются системный, компаративный, неинституциональный и социокультурный и конкретно-исторический методы. Наряду в этом, нами была сделана попытка использования наднационального и межгосударственного подходов к анализу.

В зарубежной практике сложились две различные модели корпоративной социальной ответственности: англосаксонская (КСО рассматривается как моральная обязанность собственников и руководства корпорации) и континентальная (помимо выполнения требований законодательства компания должна стремиться внести определенный вклад и в жизнь социума). При этом институт КСО связан, прежде всего, со взаимодействием между корпорациями и обществом в социальной сфере. Государство же практически исключено из сферы КСО в англосаксонской модели, а в континентальной - выступает в роли «арбитра» в отношениях между бизнесом и социумом. Эти модели складывались вместе с развитием интеграционных процессов в Европе и отражали все их богатство и противоречие.

Римским договором 1957 года о создании ЕЭС были определены основы конкурентоспособности общей экономики Евросоюза, в том числе рамки правотворческой деятельности в сфере трудовых отношений и установлены нормы, ставшие фундаментом европейского трудового права. Государства-члены соглашались принимать меры по улучшению условий жизни и труда работников, гармонизации соответствующего законодательства, а также выделяли социальные вопросы, име-

ющие первоочередное значение для европейской интеграции. Кроме того согласно учредительному договору Сообщество было обязано «поддерживать и дополнять» деятельность стран ЕС в отношении «информации и консультации работников». Единый европейский акт [6], вступивший в силу 1 июля 1987 г., расширил компетенцию Сообщества в области трудового права, а с учреждением Европейского Союза согласно Маастрихтскому договору 1992 г. [7] социальный прогресс в государствах - членах сообщества их социальное сближение начинает рассматриваться в качестве приоритета. Договором о Евросоюзе учрежден институт гражданства ЕС.

Нормы, зафиксированные в учредительных документах ЕС, составляют так называемое первичное право, представляя собой закон, обязательный для государств-членов, который непосредственно регулирует трудовые отношения. Он имеет приоритет относительно национального права стран-участниц ЕС. Вторичное право ЕС — это документы, издаваемые органами Евросоюза в рамках своих правотворческих полномочий на основе первичного права. В частности, Европейская комиссия и Совет принимают директивы и регламенты, устанавливающие принцип участия сотрудников в управлении предприятием и процессе принятия решений. Например, под правовое регулирование непосредственно на уровне ЕС подпадает "информация и консультация работников" в компаниях "европейского масштаба", которой посвящена принятая Советом 22 сентября 1994 г. Директива 94/45/ЕС «Об учреждении в организациях и группах организаций, действующих в масштабе ЕС, европейского комитета предприятия или процедуры в целях информирования работников и проведения с ними консультаций», [8] В соответствии с ней компаниями европейского масштаба признаются компании, насчитывающие не менее тысячи человек и имеющие подразделения на территории двух или более стран-участниц ЕС, в каждом из которых занято не менее 150 сотрудников. В каждой из данных компаний должен быть создан специальный консультативный орган, инициатором создания которого может стать руководство предприятия или группа сотрудников не менее ста человек. Принципы, заложенные в Директиве 1994 г., в дальнейшем использовались при разработке аналогичных правил в отношении «европейских юридических лиц», учреждаемых на базе непосредственно действующих законодательных актов ЕС и способных перемещать свой юридический адрес по всей территории ЕС: «О статусе европейского акционерного общества» от 8 октября

2001 г. [9] и «О статусе европейского кооперативного общества» от 22 июля 2003 г. [10]

Вместе с тем, с целью укрепления социальной солидарности, а также обеспечения более справедливого распределения общественного дохода между разными социальными слоями населения, повышения заинтересованности работников в делах предприятия, большинство стран ЕС в последние десятилетия приняли законодательные акты, предусматривающие создание так называемых советов предприятий или иных форм участия трудящихся в управлении предприятием и доходами от его деятельности.

Таким образом, ввиду отсутствия единого нормативного поля и четкого регулирования участия сотрудников в управлении предприятием в ЕС имеет место двухуровневая система правовой регламентации: на общеевропейском и национальном уровнях. В то же время, Лиссабонский договор [11], вступивший в силу с 1 декабря 2009 г., относит разрешение подобных вопросов к сфере совместной компетенции, где государства-члены осуществляют свою компетенцию в той мере, в какой Союз не воспользовался своей. Положительным моментом можно считать то, что наряду с социальными целями в числе основополагающих задач ЕС в Договоре называются полная занятость, социальный прогресс, социальная справедливость и т. д.

Подводя итог, стоит отметить, что в процессе поиска, построения эффективной модели управления в ЕС продолжается борьба наднационального и межгосударственного подходов. Последний при проектировании европейских структур и механизмов оказывается более эффективным для преодоления противоречий, возникающих в процессе согласования создаваемой нормативной базы, однако на практике при имплементации законодательства наднациональный принцип является наиболее действенным. В этом процессе особую роль играет развитие такого элемента управления, как социальная ответственность. Ее место и роль становятся все более значимыми с формированием КСО, как определенной идеологии управления на уровне компании, региона, местного самоуправления. Немаловажен тот факт, что при строительстве модели европейского управления наряду с государственно - ориентированной интеграцией «сверху» прослеживается и тенденция гражданской ее ориентации. Появляется концепция «корпоративного гражданства» [12]. А согласно изменениям, внесенным Лиссабонским договором, граждане ЕС получают право выступать с инициативой Европарламенту или Совету по изменению законодательства. Все это, на

наш взгляд, определенно играет положительную роль в процессе гармонизации национальных моделей управления и расширении поля общеевропейского правового и социального регулирования крупных компаний, развития их КСО.

Российская специфика развития КСО связана с тем, что отечественный бизнес вступил на путь социальной ответственности под значительным влиянием государства. В рамках социальной ответственности бизнес нацелен на реализацию своих корпоративных интересов, власть же стремится встроить их в более широкие рамки собственной социальной политики, обеспечивая тем самым решение значимых общественных проблем и устойчивость политической системы. Не случайно сам термин «корпоративная социальная ответственность» в России получил распространение с приходом к власти президента Путина, сформулировавшего две основные задачи для крупного бизнеса: «работа на благо собственной страны» и «укрепление доверия со стороны населения». Последняя задача весьма актуальна, но трудновыполнима, учитывая негативное отношение российского общества к крупному капиталу. Несправедливость эпохи первоначального накопления капитала в России может быть отчасти компенсирована благодаря корпоративной социальной ответственности, которая призвана стать инструментом достижения баланса интересов общества, бизнеса и государства, сформировать климат общественного доверия и социально-политической стабильности. Это особенно важно в современных условиях глобального финансового кризиса, выход из которого можно найти только совместными усилиями государства, общества и бизнеса.

Обобщая опыт российских компаний в сфере социальной ответственности, можно выделить три подхода к КСО: прагматический, «советский» и ориентированный на благотворительность. Довольно популярно понимание социальной ответственности как синонима благотворительности, которая зачастую является неформальным социальным обязательством для российского бизнеса. Корпоративная благотворительность в традиционном варианте (помощь социально незащищенным, учреждениям сферы культуры, РПЦ и т.п.) в основном преследует имиджевые цели и не предполагает долгосрочной программы действий, соответственно, не может в полной мере способствовать эффективному решению социальных проблем. Традиционная благотворительность не может обеспечить баланс интересов бизнеса, общества и государства, поскольку действия благотворителей являются спонтанными, зависят от их субъективных предпочтений, и не являются надежным источни-

ком поддержки социальной сферы. «Советский подход» основан на традициях патернализма, высокой степени социальной защиты сотрудников и подразумевает сохранение оставшейся от старой экономики социальной инфраструктуры и системы льгот. Преимуществами использования элементов «советского подхода» являются одобрение такой формы КСО властями и создание позитивного социального климата в регионах присутствия компании. Однако в условиях рынка управление непрофильными объектами социальной инфраструктуры является обременительным для бизнеса, поэтому сегодня компании стремятся постепенно реформировать систему управления социальной сферой в целях повышения конкурентоспособности и рентабельности, оптимизировать пакет социальных услуг. В рамках бизнесориентированного (прагматического) подхода социальные программы рассматриваются как бизнеспроекты, направленные на долгосрочное устойчивое развитие компании, создание благоприятной среды для ведения бизнеса и поддержание социальной стабильности в регионах деятельности.

Бизнес-ориентированный подход, на наш взгляд, наиболее эффективен в условиях современной рыночной экономики, поскольку позволяет бизнесу решать социальные задачи с помощью действенных экономических методов, что отвечает прагматическим интересам корпораций, приоритетам общественного развития и служит дополнительным ресурсом социальной политики государства. Применение прагматического подхода в сфере КСО обеспечивает баланс интересов сторон: уравнивает стремление корпораций к прибыли, общества - к более справедливому распределению благ, государства - к устойчивости политической системы.

На практике КСО складывается, как правило, из следующих составляющих: бизнес обеспечивает зарплаты работникам, некоторые обязательные льготы сотрудникам и удовлетворение социальных запросов властей различных уровней. Последняя часть является непрозрачной и неформальной, именно она является специфической составляющей российской модели КСО. Среди препятствий на пути внедрения в России практики корпоративной социальной ответственности можно назвать низкую капитализацию большинства российских компаний, отсутствие средств на осуществление социальных программ. Согласно различным данным, более 40% общего объема средств на социальные программы, выделяемых ежегодно российским бизнесом, приходится на 20 крупнейших корпораций, в основном, добывающего сектора [13]. Возможности компаний, производящих потребительские то-

вары, предоставляющих услуги, существенно ограничены. Фактор ограниченности ресурсов приобретает особую актуальность в условиях мирового финансового кризиса, заставляющего компании сокращать непрофильные расходы, в том числе и на социальную деятельность.

Статистика говорит, что большинство компаний сократило свои бюджеты на социальные проекты. В первую очередь это коснулось благотворительных программ. Об этом свидетельствуют результаты исследования «Благотворительность в условиях кризиса», проведенного в апреле-мае 2009 года силами исследовательской группы «Циркон», компании PricewaterhouseCoopers, Форума доноров и САФ Россия [14]. Согласно полученным результатам, 65% от 440 опрошенных некоммерческих организаций заявили о том, что финансирование со стороны предприятий было сокращено.

Уменьшения затрат на персонал, региональные программы и другие элементы КСО носило весьма значительные масштабы (по ряду оценок, до 35% в среднем). Это свидетельствует о том, что акционеры и высший менеджмент большинства компаний избрали путь адаптации к кризису, прежде всего, за счет работников, местных сообществ и иных «более зависимых» заинтересованных сторон. К слову сказать, вознаграждения топменеджмента в период кризиса претерпели весьма значительную коррекцию в сторону снижения [15].

Имеет значение и то, что мероприятия по сокращению издержек проводились абсолютным большинством компаний в одностороннем порядке, часто с использованием «лазеек» в законодательстве и даже с нарушениями действующего Трудового Кодекса, вне какого-либо диалога со стейкхолдерами, наличие которого, как механизма согласования интересов и действий, является неотъемлемым признаком реальной, а не формальной КСО [16]. Практика показала, что ответственность компании перед своими работниками во многих случаях показной характер, не подкрепленный истинными намерениями работодателей. Особо опасно это было в условиях отсутствия эффективной системы защиты граждан от рисков безработицы.

КСО – это, в идеале, составная часть стратегии компании, предполагающая долгосрочность, целенаправленность, обязательства, диалог и пр. Что касается внутренних социальных программ, то они – часть стратегии развития бизнеса и существуют, пока продолжается деловая активность. Социальные программы выступают элементом привлечения и удержания работников, формирования эффективной работоспособной команды, а это – одно из условий конкурентоспособности. Кон-

куренцию никто не отменял, поэтому вопросы, связанные с мотивацией персонала важны и в кризис. Перед компаниями стоит задача правильного определения приоритетов, оценки результативности программ, использования целого арсенала инструментов для создания системы социальных гарантий работникам и укрепления их трудового потенциала. Сегодня становится ясно, что компании, успешно переживающие кризис, это в первую очередь те, которые смогли создать в организациях атмосферу «мы в одной лодке: от топ-менеджеров до рядовых сотрудников компании».

При этом такие компании постарались сохранить финансирование действительно важных для них программ. Как правило, это были наиболее эффективные программы, которые имели под собой не надуманную основу и действительно приносили пользу и репутационную «выгоду». Сохранение своей позиции на рынке – основа сильной репутации в умах заинтересованных сторон. Выигрыш был, если компания искренне выбирала то воплощение социальной миссии, которое является ей необходимым и естественным для сферы деятельности и занимаемой «ниши».

При отборе оставались наиболее значимые социальные проекты – охрана труда и промышленная безопасность, охрана окружающей среды, обеспечение безопасности жизни и здоровья работников и жителей территорий, где работают предприятия, содействие занятости населения, профилактика сиротства и детской безнадзорности. Сохранялись направления, обеспечивающие развитие человеческого потенциала. Руководители компании понимали что, если этого не делать, то можно быстро обанкротиться в прямом и переносном смысле.

Стратегический подход при планировании КСО рекомендовал поддержку социальных проектов, которые через некоторое время могли бы развиваться самостоятельно. Это была помощь – стартовый этап для будущих бизнесменов, без которого становление и развитие бизнеса было бы невозможным, помощь малому бизнесу получить кредиты на развитие. Кроме того, финансировалась разработка и применение энергосберегающих технологий, что дало не только положительный экологический, но и экономический эффект. Интересно, что сократилось большое число социальных и благотворительных проектов на федеральном уровне, однако региональные инициативы не были закрыты или сокращены. Продолжение партнерского сотрудничества по программам, направленным на поддержание устойчивого развития и соци-

альной стабильности в регионах присутствия обеспечило дополнительную конкурентоспособность ряду предприятий.

В 2011 году развивался такой формат коммуникации компаний с заинтересованными аудиториями, как «pro bono». Его достоинством являются незначительные затраты и высокий уровень возникающего доверия, репутации. На сегодняшний момент явление «pro bono» плохо развито на российском рынке. С одной стороны, некоммерческие организации плохо осведомлены о возможности получения бесплатной консультативной профессиональной помощи со стороны традиционной дорогостоящих консалтинговых агентств – юридических, финансовых и др. С другой стороны, сами компании пока некорректно относятся к пониманию «pro bono» и считают, что такой деятельностью сотрудники должны заниматься в свободное от работы время. Вместе с тем, согласно международным стандартам, около 5% рабочего времени социально ответственная консалтинговая компания уделяет безвозмездным консультациям нуждающимся группам населения и некоммерческим организациям [14].

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА

1. Berle A.A., Means G. The Modern Corporation and Private Property. N.Y. 1934. Davis K. Can business afford to ignore social responsibilities? // California Management Re-view, 1960.# 2 (3). P. 70-76. Davis K., Blomstrom R. Business and Society: Environment and Responsibility. N.Y., 1975. Walton C. Corporate Social Responsibilities. Belmont, 1967. McGuire J. W. Business and Society. N. Y., 1963. Sethi S. P Dimensions of corporate social performance: An analytical framework. California Management Review, 1975. № 17 (3). P.58-64.

2. J Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits// The New York Times Magazine, September 13, 1970; Фридман М.'Основы монетаризма. М., 2002; Фридман М. Капитализм и свобода / Пер. с англ. М., 2006. Хайек Ф. Дорога к рабству. М., 2005; Шумпетер И. Теория экономического развития. М., 1982.

3. Альбер М. Капитализм против капитализма. Спб.,1998.

4. Carroll A. B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. // Business Horizons, 1991. №34 (4). P. 39-48.

5. Балацкий Е. Социальные инвестиции компаний: закономерности и парадоксы.// Экономист. 2005. №1. Благов Ю.С. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление. // Российский журнал менеджмента, 2004, №3. С. 17-34. Зубаревич Н.В.

Крупный бизнес в регионах России: территориальные стратегии развития и социальные интересы. М., 2005. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: Монография /Под общ.ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова; Финансовая академия при Правительстве РФ.- М., 2008. Kotler Ph., Lee N. Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good For Your Company and Your Cause. Hoboken, NJ: Wiley, 2005. Хилтон С., Гиббонс Д. Бизнес во благо. Делаем деньги, делая мир лучше. М.,2003. История управленческой мысли и бизнеса: Социальная ответственность бизнеса и этика менеджмента: XII Междунар. конф.: Москва, МГУ имени Н.В. Ломоносова. Экономический факультет, 28-30 июня 2011 г.: Материалы конференции/ Под ред. В.И.Маршева. – М.:МАКС Пресс, 2011.

6. Единый европейский акт / Под ред. Ю. А. Борко, М. В. Каргаловой, Ю. М. Юмашева // Малая библиотека Европейского Союза на русском языке. Документы Европейского Союза, т. II. – М.: Международная издательская группа «Право», 1994. – 246 с.

7. Договор об учреждении Европейского Союза / Под ред. Ю. А. Борко, М. В. Каргаловой, Ю. М. Юмашева // Малая библиотека Европейского Союза на русском языке. Документы Европейского Союза, т. II. – М., 1994.

8. Council Directive 94/45/EC of 22 September 1994 on the establishment of a European Works Council or a procedure in Community-scale undertakings and Community-scale groups of undertakings for the purposes of informing and consulting employees / Official Journal of the European Union. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31994L0045:EN:HTML> (дата обращения: 18.04.2012).

9. Council Directive 2001/86/EC of 8 October 2001 supplementing the Statute for a European company with regard to the involvement of employees / Official Journal of the European Union URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32001L0086:EN:HTML> (дата обращения: 18.04.2012).

10. Council Directive 2003/72/EC of 22 July 2003 supplementing the Statute for a European Cooperative Society with regard to the involvement of employees / Official Journal of the European Union URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32003L0072:EN:NOT> (дата обращения: 18.04.2012).

11. Treaty of Lisbon amending the Treaty on European Union and the Treaty establishing the European Community, signed at Lisbon. 13 Decem-

ber 2007 / Official Journal of the European Union URL: <http://eur-lex.europa.eu/JOHtml.do?uri=OJ:C:2007:306:SOM:EN:HTML> (дата обращения: 18.04.2012).

12. Zadek S. The Civil Corporation. A New Economy of Corporate Citizenship. L. and Sterling, VA, 2004. Перегудов С.П. Корпоративный капитал в российской политике // Полис. М., 2000. № 4. С. 72-81; Перегудов С.П. Корпорации, общество, государство: эволюция отношений. М., 2003. Перегудов С.П., Семенов И.С. Корпоративное гражданство как новая форма отношений бизнеса, общества и власти. М., 2006.

13. <http://www.soc-otvet.ru/> сайт Ассоциации социальной информации

14. <http://www.pwc.ru/ru/careers/relocation/relocation-faq.jhtml> сайт компании PricewaterhouseCoopers

15. <http://www.ey.com/RU/ru/About-us/Corporate-Responsibility> сайт «Эрнст энд Янг»

16. http://www.cetis.ru/portfolio/web/csr-rspp_site/ официальный сайт комитета РСПП по социальной политике

ЭТИКА В СПОРТЕ ПОБЕДА ЛЮБОЙ ЦЕНОЙ?

Алтухов С.В.

Эволюционные процессы в развитии спорта приводят к росту не только спортивных результатов, что само по себе очень хорошо, но и к росту конкурентной борьбы спортивных корпораций, клубов, агентств, атлетов за возможности освоения новых финансовых ресурсов. Спорт очень хорошо продается. Телекомпании и рекламодатели готовы платить очень большие деньги за трансляцию спортивного события в сопровождении собственных рекламных блоков на многомиллионную аудиторию. Постепенно спорт из значимого общественного и социального института превращается в «корпорацию побед». Побед любой ценой! И новые победы диктуют новые вызовы хозяевам и спонсорам. Этические нормы, принятые в обществе, принципы спортивного соперничества, честной борьбы (fair play) все чаще уступают первенство другим принципам, применяемым для достижения побед: росту агрессии в спорте, применению запрещенных препаратов, расовой дискриминации, коррупции, подтасовке результатов в угоду тотализатору. Появление в спортивной сфере больших денег повлекло за собой все человеческие пороки: гордыню, жадность, воровство, мздоимство, обман и т.д. И теперь уже спортивные функционеры стоят перед сложным выбором цены победы. Допустимы ли переходы той тонкой грани морально-нравственных норм и правил воспитания человека в обществе, отделяющей от соблазна, ради достижения победы?

Борьба с допингом в спорте за последние двадцать лет стала самым популярным примером, подтверждающим чистоту спортивных идеалов и непримиримость «стероидных» результатов. Огромная система фармакологических компаний и трейдеров терпит убытки в результате такой борьбы. Но и средства конкурентной борьбы на рынке становятся более изощренными: появляются биологически-активные добавки (БА-Ды), рекомендованные ведущими диетологами, витаминные комплексы, способствующие скорейшему восстановлению. О допинге в приложениях к этим продуктам – ни слова. С точки зрения продвижения продукта все сделано очень профессионально. Только вот химический состав этих добавок не всегда соответствует заявленному в «показаниях к применению». В итоге появляются положительные допинг-пробы. Спортсмены, уличенные в применении допинга, автоматически дисквалифицируются на два года и не имеют права выступать на соревнова-

ниях. Имеются и случаи более жесткого наказания. До судебных слушаний дошли, например, дела тренерского штаба австрийской лыжной команды, которая на Олимпиаде в Турине оставила после себя в гостинице использованные шприцы и упаковки от стероидных препаратов. Вся команда тогда была дисквалифицирована. Прокуратура провела расследование. Тренер австрийской сборной Вальтер Майер был приговорен к трем месяцам тюрьмы за то, что он допустил применение допинга своими воспитанниками. А Михаил Ботвинов, член сборной Австрии по лыжам, был осужден на четыре месяца за лжесвидетельство. Он утверждал, что никогда не был в лаборатории «Хуманплазма», расположенной в австрийской столице, и никогда не сдавал там свою кровь. Прокуратура Австрии доказала обратное, и Михаил из свидетеля превратился в осужденного. На следующих Олимпийских играх 2010 года в Ванкувере не было обнаружено ни одного случая применения запрещенных препаратов. Спортивные руководители всего мира тщательно проверили своих кандидатов в олимпийские команды и сохранили чистоту соперничества на Олимпийских играх.

Что же двигало спортсменами, что подталкивало их согласиться с соблазном и за счет химических усилий добиться победы? Поначалу многих новичков привлекает возможность достичь красивых и внушительных форм своего тела за короткий срок. Когда речь идет о серьезных результатах, срабатывает логика убеждения продавца: ловят тех, кто не умеет выводить препарат, а употребляют его все. Премияльные за победу являются для многих спортсменов желанной целью. И очень часто сто тысяч евро и автомобиль, положенный чемпиону Олимпиады, становятся теми «двенадцатью серебряниками», которые толкают к предательству многолетнего труда огромной группы специалистов и самого спортсмена? Безусловно, это вопрос перекоса в этическом воспитании гражданина своей страны. Очень сложный и важный вопрос.

Еще одним злом, разрушающим спортивные идеалы и этические нормы поведения в обществе, можно назвать договорные матчи и фиксированные результаты тотализатора. Эта проблема уже приобрела реальный глобальный масштаб. В Италии летом 2006 года состоялся судебный процесс, который назвали «Моджигейт». Этот процесс потряс весь футбольный мир. За различные нарушения были наказаны сразу несколько клубов элитного дивизиона: «Ювентус», «Милан», «Фиорентина», «Лацио» и «Реджина». Один из руководителей «Ювентуса» Лука Моджи в угоду ставкам тотализатора назначал судей на конкретные матчи, договаривался с коллегами о сдаче результата и т.д. Демониче-

ский Лука был надолго отправлен за решетку, но проблема этим не решилась.

В декабре 2011 года в Италии разразился новый скандал. Во время матча «Кремонезе» - «Паганезе» в серии С многие игроки «Кремонезе» почувствовали недомогание. А после матча футболист «Кремонезе» заснул за рулем и попал в аварию. Прокуратурой города Кремона было проведено расследование на основе прослушек телефонных разговоров лиц, имеющих отношение к матчу. В результате были задержаны семнадцать футболистов по обвинению в незаконном тотализаторе. Группа подозреваемых, которых следствие условно назвало «цыганами», делала ставки через сингапурскую букмекерскую контору на результаты матчей, в которых принимали участие задержанные футболисты. Джузеппе Синьори, Кристиано Дони, Луиджи Сартор, Алессандро Дзамперини, Карло Джервасони, Филиппо Кароббио обеспечивали на поле нужный результат для тотализатора. Все игроки получили наказание. А в мае 2012 года история получила продолжение.

По подозрению в причастности к договорным матчам арестованы капитан "Лацио" Стефано Маури и полузащитник "Дженоа" Омар Миланетто. В деле фигурируют и другие известные имена. В частности, в доме главного тренера туринского «Ювентуса» Антонио Конте был произведен обыск. А игрок питерского "Зенита" Доменико Кришито был допрошен полицией и исключен из состава сборной Италии за неделю до старта Евро-2012. Подробности расследования не публикуются, но одна мысль заслуживает внимания. Подумайте сами. Футболисты, получающие по контрактам миллионы евро, соглашаются принять участие в незаконном тотализаторе за тридцать-сорок тысяч евро. Также надеются, что ловят дураков?

В Турции летом 2011 года были задержаны более пятидесяти футбольных руководителей и футболистов по обвинению в организации договорных матчей. В этом списке значатся имена президентов футбольных клубов «Фенербахче», «Бешикташ», «Генчлерберлиги». Им грозит заключение сроком до двенадцати лет. Тут, в отличие от футболистов, связанных с тотализатором, основным мотивом соблазна было стремление к власти. Сначала – к футбольной власти, потом – к политической. Все устои нравственности многовековой исламской культуры и общекорпоративные принципы работы и сотрудничества в своей сфере деятельности были попорчены ради жадности власти.

Обратные примеры спортивного поведения и честной игры встречаются нередко, но они не такие заметные, как скандальные истории.

Одним из самых показательных примеров высокой культуры и уважения к своему виду спорта, его традициям и укладу стала история, случившаяся во время гонки «Трансориенталь» в 2008 году. Тогда команда «КАМАЗ – мастер» по решению руководителя команды досрочно прекратила гонку «по этическим соображениям». На одном из этапов ралли, в Казахстане произошел несчастный случай. Французский мотоциклист Филипп Тонин погиб под колесами «КАМАЗА», которым управлял пятикратный победитель гонок «Париж — Дакар» Владимир Чагин. Техническая проверка аварии показала, что Чагин в трагедии невиновен. Но Семен Якубов принял решение снять не только этот экипаж, но и всю команду с дистанции. Победа на фоне трагедии была бы несовместима со спортивной этикой. В подготовку команды, машин, технического персонала были вложены серьезные средства. Спонсоры «КАМАЗА» ждали громких побед и рекламных отчетов. И конечно же руководители «КАМАЗ – мастер» об этом знали лучше других. Но принципы спортивной этики оказались выше денег и достижения результата любой ценой.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В ИСЛАМСКИХ СТРАНАХ

Батаева Б.С.

Международный экономический кризис продемонстрировал уязвимость нынешней международной системы и ее несовершенство, а также усилил потребность в поиске новых альтернативных путей развития. Яркой тенденцией этого периода явилось усиление дискуссии вокруг роли этики в экономике, в том числе роли религиозных этических учений, обусловленное интересом ученых и практиков к национальным моделям социальной ответственности бизнеса и этике хозяйственного поведения. В национальных культурах религиозные догмы исторически регламентировали хозяйственное поведение, отношение к собственности, богатству, труду, тем самым определяя национальную культурную специфику хозяйственного поведения. Данная специфика определяет разнообразие институтов, их культурный контекст в рамках тех цивилизационно обусловленных форм, в которых они реализуются в конкретных обществах в определенный исторический период. Растет интерес к фундаментальным принципам, определяющим хозяйственное поведение предпринимателей, взаимодействие между бизнесом, обществом и государством, и эволюции этого взаимодействия в исторической перспективе.

Эпоха доминирования материалистических концепций в рассмотрении экономического поведения в западной экономической мысли постепенно оттесняется этико-экономическими. Возникло направление этической/нравственной экономики, занимающейся анализом синтеза этических и экономических критериев в поведения людей. Одной из популярных работ в этой области стала книга немецкого экономиста и философа Петера Козловски «Принципы этической экономики» [5]. К созданию нравственной экономики призывают ученые и академики, религиозные деятели (в России, в частности, участники Всемирного русского народного собора, клуба Православных предпринимателей). Ее сторонники склоняются к мысли о том, что в экономику должна вернуться этика.

В ряду этико-экономических концепций находятся также концепции корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития. Они получают все большую популярность, актуализированную нынешним кризисом. Корпоративная социальная ответственность (далее КСО) представляет собой концепцию, в соответствии с которой

компании добровольно берут на себя определенные обязательства перед обществом. Так Всемирный бизнес-совет по устойчивому развитию (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD), определяет КСО как долгосрочную приверженность предприятий к этичному поведению и вкладу в экономическое развитие при улучшении уровня (качества) жизни рабочих и их семей, а также местного населения и общества в целом .

Под устойчивым развитием (далее УР) понимается такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности [1; С. 24.] . Концепции устойчивого развития и корпоративной социальной ответственности являются аверсом и реверсом одной медали, корпоративная ответственность является обязательным инструментом достижения УР на микроуровне.

Особый интерес для ученых и практиков, занимающихся проблемами этики в экономике, социальной ответственности бизнеса и устойчивого развития, представляет опыт исламских стран и регионов, где этические принципы ислама и сегодня во многом определяют способы использования капитала и хозяйственного поведения предпринимателей. С этой целью нами будут рассмотрены два вопроса: 1) как соотносятся ценности ислама с принципами КСО и устойчивого развития; 2) в чем на практике заключается специфика проявления социальной ответственности бизнеса исламских стран.

Теория

Исламские ученые, как правило, проверяют новые концепции на предмет истинности, обращаясь к первоисточникам исламского вероучения. Нашли они аргументы и в пользу концепции КСО и устойчивого развития. В целом исламская этическая философия основывается на пяти постулатах, «регулирующих Исламскую этику: единство (соотносимое с концепцией таухида или исключительности/единственности Бога), равновесие (пересекается с концепцией справедливости – ‘адль), свобода воли (в определенной степени, человеку дана свобода воли в управлении своей жизнью в качестве наместника Бога на Земле), обязанности (ответственность перед Богом за свои действия) и добродетельность [11].

Согласно данным постулатам Бог есть создатель, обладатель и источник всего мироздания. Он доверил человеку использовать ресурсы, поэтому человек ответственен перед ним как эти ресурсы используются. «В Коране прямо говорится, что Бог создал землю для людей, что не

может не накладывать на них большую ответственность: «И землю он поставил для творений (55: 10)» [7]. Эта религиозная позиция своего рода «траста», «опеки» требует полного соответствия воле Бога и включает повиновение и призывание следовать шариату во всех аспектах жизни, включая экономические аспекты и вопросы бережного отношения к окружающей среде. Шариат – это «комплекс предписаний, закреплённых, прежде всего, Кораном и сунной, которые определяют убеждения, формируют нравственные ценности и религиозную совесть мусульман, а также выступают источником конкретных норм, регулирующих их поведение» [3; С. 292].

Свобода человека священна и неприкосновенна до тех пор, пока она не конфликтует с интересами общества или пока индивидуумы не нарушают права других. Ислам не отрицает наличие эгоистического индивидуального интереса, однако в исламе признается верховенство «интересов уммы и общества над интересами индивида или отдельных групп в том случае, когда они противоречат друг другу. По мусульманскому праву, общественное благополучие важнее благополучия индивидуального. Лучше допустить ущемление частного интереса, чем общественного тогда, когда из двух зол приходится выбрать меньшее. Доктор Ийад Абумоглы по этому поводу говорит “о смягчении негативных последствий действия путем предпочтения менее вредоносного варианта в том случае, если это действие является неизбежным”. Этот же юридический принцип применяется в связи с требованием к власти в исламском обществе защищать слабые и неимущие слои населения: «лучше нанести ущерб богатому человеку, чем бедному, если необходимо выбирать» [7]. Главное внимание в исламской экономической системе обращается на состояние человеческих отношений в экономической жизни, на нравственные принципы экономических отношений, которые должны содействовать целям процветания исламского общества в целом.

Организации играют важную роль в обществе и в связи с этим несут ответственность, основанную на их статусе в обществе. Они могут существовать только до тех пор, пока определенное общество признает их легитимность. Иными словами, концепция КСО в исламских странах, также как и в неисламских странах, исходит из социального контракта. Она помогает решать задачу достижения согласованности целей компании с целями общества. Ответственность в этом контексте означает ее (компании) ответственность перед обществом упрочивать социально-экономическую справедливость в рамках ее возможностей.

Исламские ученые называют в качестве пояснения системы достижения социально-экономической справедливости в исламе такие его доктринальные положения, как обязательство выплаты с дохода и имущества своего рода религиозного налога (закят), создание благотворительных фондов (вакф), подаяние и благотворительность (саадака), беспроцентный заем (кард аль хасан) и другие [9; p. 222]. Запрет взимания и выплаты процентов (рибы), лежащий в основе исламских банков, также является еще одной важной основой этой системы. Сущность запрета заключается в признании несправедливой эксплуатацией, когда хозяин капитала получает процент, вне зависимости от того был ли получен доход или убыток заемщиком капитала. В качестве дополнительного довода отдельные исследователи ссылаются на пример, иллюстрирующий математически порочность ссудного процента: так «на пенни, положенное в банк под 4 % годовых в год Рождества Христова можно было бы купить золотой шар весом с Землю в 1750 году» [8].

Вместо этого предлагается партнерство – участие в прибылях и убытках. На механизме партнерства построено большинство инструментов исламских банков, и как мы покажем ниже, партнерство является распространенной организационно-правовой формой предпринимательской деятельности исламских стран.

В подтверждение концепции устойчивого развития исламскими учеными приводятся суры и хадисы, где говорится о необходимости бережного отношения к окружающей среде, осуждается расточительность, поясняется необходимость бережного отношения к воде, важность благотворительности через закят, саадака и др. Профессора Бизнес школы Малайского отделения Ноттингемского Университета (Великобритания) Дж. Зинкин и Дж. Вильямс отмечали, что некоторые суры и хадисы перекликаются с принципами Глобального договора ООН [14].

Таким образом, основываясь на основных положениях исламской доктрины, мусульманские ученые нового толка и их зарубежные коллеги делают вывод, что концепции КСО и устойчивого развития соответствуют принципам социально-экономической справедливости ислама, заложенным в Коране и сунне.

Практика

Национальная специфика социальной ответственности бизнеса в исламских странах проявляется преимущественно в деятельности производственных компаний, банков, инвестиционных фондов и страховых компаний. Деятельность компаний из исламских государств в целом и

внешне схожа с функционированием бизнес-организаций из других стран мира. Основное ее отличие заключается в соблюдении исламскими компаниями запрета на ведение некоторых видов деятельности (игорный бизнес, производство, переработка и продажа свинины, производство и продажа алкоголя, деятельность в области порноиндустрии и пр.). Глобальные компании из исламских стран, также как и их международные конкуренты, ведут деятельность и в области КСО.

Организации, занимающие первые 10 мест в рейтинге крупнейших компаний исламского мира, представлены в табл. 1. В большинстве своем это нефтегазовые компании, за исключением Кос Holding A.S. Последняя известна своими брендами Arcelic (холодильники, посудомоечные и стиральные машины) и ВЕКО (телевизоры и др.). Как мы видим, все компании нефтегазовой отрасли являются государственными. Это закономерно, так как согласно исламским принципам, недра и полезные ископаемые принадлежат умме, следовательно, находятся в собственности государства.

Таблица 1

Название компании	Место в рейтинге	Страна происхождения	Денежная выручка за 2009 г. в млн долл. США	Тип компании	Сектор/отрасль
1.Saudi Arabian Oil Co. (Saudi Aramco)	1	Королевство Саудовская Аравия	\$182,396	Государственная	Энергетика/нефтегазовая
2.National Iranian Oil Company	2	Исламская республика Иран	\$79,277	Государственная	Энергетика/нефтегазовая
3.Petroleum Nasional Bhd. (Petronas)	3	Малайзия	\$70,869	Государственная	Энергетика/нефтегазовая

4.Kuwait Petroleum Corp.	4	Государство Кувейт	\$50,404	Государственная	Энергетика/ нефтегазовая
5.Sonatrach	5	Алжирская народная демократическая республика	\$47,980	Государственная	Энергетика/ нефтегазовая
6.PT Pertamina (Persero)	6	Республика Индонезия	\$34,678	Государственная	Энергетика/ нефтегазовая
7.Qatar Petroleum	7	Государство Катар	\$32,421	Государственная	Энергетика/ нефтегазовая
8.Nigerian National Petroleum Corp.	8	Федеративная республика Нигерия	\$30,890	Государственная	Энергетика/ нефтегазовая
9.Abu Dhabi National Oil Co.	9	ОАЭ	\$30,849	Государственная	Энергетика/ нефтегазовая
10.Koc Holding A.S.	10	Турецкая республика	\$28,978	Открытое акционерное общество	Диверсифициров./ автомобильная, потребительские товары, энергетика и пр.

Источник: [12].

Часть компаний, входящих в рейтинг, поддерживает раздел по КСО на первых страницах сайтов. В годовых отчетах многих корпораций имеются разделы по КСО. Некоторые компании, такие как компания Кос Holding A. S. (Турция) и Savola group (Саудовская Аравия) публикуют специальный отчет по КСО. В совете директоров компании Savola group, занимающей 52-место в рассматриваемом рейтинге (84-е место в рейтинге за 2008 г.) функционирует объединенный комитет по корпоративному управлению и социальной ответственности. В 2011 году компания получила награду как лучшая публичная компания в области КСО, присуждаемую Институтом КСО в Дубае (ОАЭ). Компания Savola group специально подчеркивает, что она рассматривает КСО сквозь призму ценностей ислама. В частности, на сайте компании при-

водится одно из изречений пророка Мухаммеда: «Не уверует никто из вас [искренне] до тех пор, пока не будет желать брату своему того же, чего желает самому себе» (хадис под номером 13 из сорока хадисов Имама Мухйи-д-дин Абу Закарийя бин Шариф ан-Навави). И далее говорится: «Наша искренняя вера в этот хадис наряду с нашими хорошими намерениями даст нам благословение Аллаха, которое обеспечит успех нашей корпоративной социальной ответственности» [6]. В то же время, глобальный бизнес мусульманских стран перенимает глобальные правила игры и усваивает соответствующие ценности и стандарты поведения. А вот компании малого и среднего бизнеса, как правило, ориентируются на традиционные ценности страны происхождения компании.

Исламские банки, по мнению ученых из мусульманских стран, проявляют социальную ответственность уже по роду своей деятельности, поскольку используют соответствующие шариату инструменты. Впервые исламский банк был создан в 1963 г. в Египте. За прошедшие почти 50 лет исламские банки появились во многих странах мира, а объем активов, которые находятся под их управлением, достигает, по разным оценкам, порядка одного млрд. долл. США. В большинстве мусульманских стран исламские банки работают наряду с традиционными кредитными учреждениями.

Исламские банки вместо процентов предлагают инструменты, основанные на партнерстве (участии в прибылях и убытках). При этом средства, инвестируемые банком или его клиентами, должны направляться в проекты, не противоречащие шариату. Для соблюдения соответствия инструментов банка принципам исламского банкинга в нем создается шариатский совет.

Исламские банки видят свою роль перед обществом и демонстрируют социальную ответственность помимо основной деятельности через предоставление услуг в виде благотворительных ссуд «кард аль хасан» и ведения закятного фонда (практика некоторых банков). Плата за эти услуги не взимается. Исламские банки так же, как и традиционные кредитные учреждения, спонсируют различные мероприятия. Информация о размерах выданных благотворительных ссуд «кард аль хасан» включается в годовые отчеты банков. Организация бухгалтерского учета и аудита в исламских финансовых институтах (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions) выпустила «Руководство № 7 КСО для исламских финансовых институтов» (CSR Conduct

and Disclosure for Islamic Financial Institutions), в котором перечисляются обязательные и рекомендуемые для раскрытия показатели.

Следует отметить, что далеко не все исследователи согласны с тем, что деятельность исламских банков полностью соответствует принципам шариата и в этом смысле является социально ответственной. Как в исламских странах, так и за их пределами критике подвергается деятельность шариатских советов и некоторые используемые банками финансовые инструменты. По нашему мнению, несмотря на справедливость некоторых замечаний относительно того, что шариатские советы могут признавать допустимыми сомнительные инструменты, подобные решения являются скорее исключением, чем правилом. В последнее время растет интерес к исламскому банкингу и к исламским ценным бумагам, как к альтернативным формам банковской деятельности и финансовых инструментов с точки зрения устойчивости. Исламский банкинг растет ежегодно порядка 10-15%. Это касается и рынка исламских облигаций, которые в 2011 г., несмотря на европейский кризис, показали значительный рост и достигли \$25 млрд.

Исламские фонды (Shariach Compliance Funds, Islamic Investment Funds) представляют собой разновидность этических фондов или, как их еще называют, фондов социально ответственных инвестиций (Socially Responsible Investment), получивших широкое распространение в развитых странах. Фонды социально ответственных инвестиций осуществляют свою деятельность в соответствии с критериями, которые могут основываться на принципах экологической эффективности, этических принципах, религиозных принципах определенной конфессии (протестантские, католические, фонды меннонитов и т. п.). Исламские фонды осуществляют инвестиции в соответствии с принципами шариата. Их важным отличием является наличие шариатского совета. Такие фонды могут быть и государственными и создаваться на основе взаимных инвестиций.

Аналогично фондам, средства исламских инвестиционных компаний должны вкладываться в различные проекты в соответствии с принципами шариата. Исламские инвесткомпании существуют в мусульманских странах наряду с традиционными компаниями. Так, например, в Кувейте по данным центрального банка этой страны, «действуют 48 шариатских финансовых компаний и 45 компаний “классического” образца. Тем не менее, объем активов, которыми управляют исламские компании... не превышает сумм, которыми оперируют обычные финансовые учреждения. Общий объем активов традиционных компаний

в июле 2008 г. составлял почти 10,6 млрд. динаров (39,8 млрд. долл. США), исламских учреждений — 7,9 млрд. динаров (29,7 млрд. долл.)» [2].

Шариатские советы — важная особенность деятельности таких исламских финансовых институтов, как банки, фонды и инвестиционные компании. В шариатские советы, функционирующие наряду с традиционными советами директоров, входят, прежде всего, юристы с шариатским образованием, а также экономисты, банкиры и др. Согласно рекомендациям Организации бухгалтерского учета и аудита в исламских финансовых институтах, желательно, чтобы шариатский совет состоял не менее чем из трех человек. Отчет о деятельности шариатского совета банка включается в годовой финансовый отчет кредитного учреждения. На сайтах банков и фондов размещается информация о составе шариатских советов. Участие членов советов директоров в нескольких шариатских советах только приветствуется.

Следует отметить, что исламские страховые компании (*takaful*) также имеют отличия от традиционных страховых компаний. Традиционное страхование является неприемлемым для исламских финансовых институтов. В традиционном страховании застрахованное лицо платит страховые взносы страховщику для того, чтобы получить компенсацию в случае наступления страхового случая, который может и не произойти. Традиционное страхование представляется как торговля неопределенностью, поэтому запрещена. Еще одна причина запрета связана с инвестиционной стратегией страховых компаний, активы которых часто являются процентными. Исламское страхование основано на концепции взаимности, когда страхователи соглашаются объединить ресурсы для того, чтобы в случае необходимости каждый мог воспользоваться средствами страхового фонда. Страхователи исламской страховой компании выступают в качестве совладельцев страхового фонда, а страховщик в роли управляющего. Средства страховой компании инвестируются в соответствии с принципами шариата.

В процессе анализа модели социальной ответственности бизнеса в рамках страны или региона необходимо рассмотреть и роли, которые отводятся гражданскому обществу, государству и деловым организациям. В большинстве исламских стран гражданское общество играет не самую важную роль в мотивации компаний к социально ответственной деятельности. Данное положение подтверждается и результатами исследования, проведенного под руководством Дж. Зинкина и Дж. Вильямса, в котором приняли участие 20 тыс. респондентов из 21 страны

мира. Ученые пришли к выводу, что граждане исламских стран в меньшей степени, чем представители других государств, озабочены вопросами КСО [13]. В то же время, исследователи отметили, что исламская этика бизнеса очень тесно переплетается с КСО и требует высоких стандартов отношений с заинтересованными сторонами.

В исламских странах государство владеет крупнейшими добывающими компаниями. Что касается частного бизнеса, то государственные органы используют различные инструменты, мотивирующие компании к участию в различных социально ответственных инициативах. В исламских странах действуют организации, занимающиеся продвижением социально ответственных практик. Наибольшей известностью пользуются, в частности, КСО — Азия (CSR Asia), КСО — Малайзия (CSR Malaysia), Дубайский центр корпоративных ценностей (The Dubai Centre for Corporate Values), Центр развития КСО в Иране (CSR Development Center), Ассоциация КСО в Турции (CSR Association of Turkey) и др. На сайте Центра развития КСО в Иране перечисляются такие традиционные способы КСО, как беспроцентные займы работникам, создание благотворительных фондов для бедных, строительство школ и мечетей. На сайте Ассоциации КСО Турции отмечается: «Поскольку КСО имеет филантропическую природу, КСО не является абсолютно новым явлением для турецкого бизнеса и общества». Исполнительный директор Дубайского центра корпоративных ценностей М. Наджиб, выступая в 2007 г. на конференции в Университете г. Кранфилда (Великобритания), отмечал: «Учение ислама диктует, что КСО является неотъемлемой частью жизни/жизнедеятельности, поскольку отдача перед общественностью имеет в ней предельно важное значение. Учитывая то, что нам приходится сталкиваться со множественными вызовами глобализации, включая межкультурные различия, компаниям необходимо включать религиозный аспект для использования наилучших практик в области КСО» [10].

Таким образом, можно сделать вывод, что в исламских странах, помимо светских законов (там, где присутствует светское законодательство), религиозные нормы регулируют хозяйственное поведение предпринимателей. Этические нормы встраиваются в хозяйственную жизнь путем воспитания, обучения, создания и совершенствования соответствующих институтов. Институты, разработанные с учетом религиозной традиции, настроены на ограничение свободы человека в его эгоистических интересах. Это как никогда актуально в настоящее время, когда западная цивилизация находится в поиске альтернативных

моделей развития, способных обуздать безудержный личный интерес, как главный движитель современного предпринимателя.

Библиография

1. Доклад «Наше общее будущее» Комиссии Брунтланд. С. 24. URL: <http://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf> (дата обращения 05.02.2012).
2. В Кувейте больше исламских, чем традиционных финансовых компаний// 02 Октября 2008. [сайт]. URL: <http://www.islamnews.ru/news-14773.html> (дата обращения 28.08.2009).
3. Ислам. Энциклопедический словарь // Отв. ред. Негря Л.В. – М.: Наука, 1991.- 312 с.
4. Коран / пер. Крачковского И. Ю. – М.: Раритет, 1990. -528с.
5. Козловски П. Принципы этической экономики. СПб.: Экономическая школа, 1999. - 344 с.
6. Компания Savola group (Саудовская Аравия): [сайт]. URL: <http://www.savola.com/savolae/Ethics.php> (Accessed 5th of February 2012).
7. Наумкин В.В. Исламская концепция устойчивого развития// Ислам в современном мире. 2008. №11. Издательский дом «Медина»: [сайт]. URL: <http://www.idmedina.ru/books/islamic/?462>. (дата обращения 10.08.2009).
8. Садов О. Экономика и этика. Почему в России вязнут экономические реформы// Интернет-журнал «Новая политика». 28 апреля 2005. URL: <http://www.novopol.ru/-ekonomika-i-etika-text2272.htm> (дата обращения 05.02.2012).
9. Farook S., Lanis R. Banking on Islam? Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure// Advances in Islamic Economics and Finance Proceedings of the 6th International Conferences on Islamic Economics and Finance. 2007. Volume 1. pp. 217-249.
10. Int'l CSR conference calls for Islamic perspective/ By a staff reporter. Khaleej Times Online. 27th July 2007: http://khaleejtimes.com/DisplayArticleNew.asp?xfile=data/business/2007/July/business_July744.xml§ion=business&col=. (Accessed 25th October 2009)
11. Rafi-uddin Shikoh. Islamic Business Ethics: Book Review (by Dr. Rafik Issa Beekun) //15th of May 2005. URL: <http://www.dinarstandard.com/management/EthicsBookReview051505.htm> (Accessed 2nd of November 2009)

12. Top 100 Companies of the Muslim World: 2010 DS100 Ranking.].// The DinarStandard.com, January 27, 2011: URL: <http://dinarstandard.com/topics/rankings> (Accessed 5th of February 2012)

13. Zinkin J., Williams G. Doing business with Islam: can corporate social responsibility be a bridge between civilizations? October 2005. Available at Social Science Research Network (SSRN): <http://ssrn.com/abstract=905184> (Accessed 29th June 2009)

14. Zinkin J., Williams G., Islam and CSR: A Study of the Compatibility between the Tenets of Islam and the UN Global Compact. February 2006. Available at Social Science Research Network (SSRN): <http://ssrn.com/abstract=905201> (Accessed 29 June 2009)

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОЯВЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БИЗНЕС-ЭТИКИ

Богачев В.Ф., Яцишина Ж.В.

В понимании специалистов, бизнес этика – этот свод правил и законов делового сообщества, основанный на общепринятых ценностях, которым общество или каждый индивид отдают предпочтение. Общественные ценности включают в себя такие качества, как честность, совесть, доверие, правильность, уважение, справедливость и т.п.

Бизнес - этика базируется не только на самоуважении, уважении интересов своей фирмы, но и уважении интересов партнеров, клиентов и общества в целом. Данное правило распространяется также на конкурентов: запрещается наносить им ущерб методами, выходящими за рамки, обусловленные бизнес-этикой, в основе которой - моральные нормы, основывающиеся на менталитете, языке, культуре и традиции страны и народа.

Проблема бизнес - этики в настоящее время становится все более актуальной. Для создания нормальных корректных отношений между партнерами необходимо учитывать этические аспекты бизнеса. Вместе с тем, этика бизнеса носит персонифицированный характер и во многом зависит от личности бизнесмена. И, как правило, все проявления бизнес-этики определяются принципом экономической целесообразности, который рассматривается как фактор, определяющий поступки бизнесмена.

Бизнес часто обвиняют в том, что в погоне за наживой он готов на все; что в период стихийных бедствий он наживается на их последствиях; что ради высокой прибыли он готов производить недоброкачественные товары, которые ставят под угрозу здоровье или благосостояние людей; что ради этого он завышает цены на продукцию, использует практику сбыта недоброкачественных товаров и т.п..

Действительно, можно найти множество подтверждающих эти факты примеров. Однако количество подобных историй неуклонно сокращается во времени. Этому способствовали вполне объективные экономические причины, заключающиеся, в первую очередь в том, что в настоящее время обмануть партнера, как правило, удастся только один раз. Вследствие интенсивного роста конкуренции в бизнесе, а также в связи с развитием информационной среды, когда сведения о таких фактах очень быстро становятся известны в бизнес-среде, вести бизнес такими методами становится экономически нецелесообразно.

Принцип экономической целесообразности и социальная ответственность бизнесмена во многих ситуациях могут в определенных ситуациях вступать в противоречие. Это ставит бизнесмена перед выбором, в результате чего один запрещает себе думать о социальной ответственности, находя аргументы в поддержку такой позиции; другой, наоборот, может чрезмерно увлечься социальными проектами и забыть о прибыльности своего дела.

Имеется много примеров активной и масштабной благотворительности, которая принимает самые различные формы, причем зачастую это не только спонсорская помощь и меценатство, но и создание рабочих мест, высокая оплата труда, внедрение инноваций и передового опыта. Главное, чтобы при этом не нарушался баланс экономической целесообразности; ведь деньги в бизнесе не всегда являются самоцелью.

В принципе, бизнес - это такая же деятельность, как спорт, наука или политика и главное содержание этой деятельности, как везде, это соединение товаров и услуг с потребностями, и не важно, производятся ли эти товары и услуги самим бизнесменом, или являются результатом посреднической деятельности; они на деле представляет собой очень важную функцию приближения товара и услуги к потребителю. Результативность этой деятельности оценивается очень жестким показателем дохода или прибыли, которую получает от своей деятельности бизнесмен, а конкуренция действующих бизнесов между собой вынуждает все время искать новые пути решения этой задачи.

В то же время, бизнес, как и любую деятельность, отличает множество особенностей, основная из которых заключается в том, что это одна из наиболее быстро эволюционирующих разновидностей человеческой деятельности. Причем отсчет ее нового эволюционного скачка приходится на начало XX в., характеризующего этап бурного развития предпринимательской деятельности как специфической отрасли экономики. При этом возникший класс предпринимателей имел много общих черт в связи с общими для всех стран социально-экономическими условиями, отразившимися в содержании и характере складывающейся бизнес-этики.

В силу ряда объективных причин в России после 1917 года предпринимательская среда была полностью уничтожена и возродилась только в 90-х годах, когда процесс приватизации важнейших отраслей экономики одномоментно сделал миллиардерами группу предприимчивых и не отягощенных этическими нормами бизнесменов. Двадцать лет

криминальных войн и передела собственности создали весьма специфическую среду бизнеса в России, которая отличалась от мировой бизнес-элиты своими принципами и методами ведения бизнеса.

Весьма показателен и примечателен в этом смысле получивший широкий резонанс в кругах мировой бизнес-элиты судебный процесс в Высоком суде Лондона, имевший место между Б.А. Березовским и Р.А.Абрамовичем в 2011 г. Этот процесс можно приводить как уникальный пример формирования и реализации принципов российской бизнес-этики, зародившейся в специфических условиях 90-х годов XX столетия и получившей распространение в связи с экспортом российских методов ведения бизнеса в различных странах мира.

Р. Абрамович выступал ответчиком по иску Б. Березовского. Истец пытался доказать, что под давлением Р. Абрамовича был вынужден продать в 2000-2003-х гг. доли в нескольких российских компаниях, в том числе в «Сибнефти» по цене, существенно ниже рыночной. Ущерб Б. Березовский оценил в \$5,6 млрд. По его мнению, Р. Абрамович воспользовался изменением политической конъюнктуры — потерей влияния Б. Березовского в Кремле и эмиграцией в Лондон, чтобы заставить его продать перспективные активы дешево. Р.Абрамович это опровергал, доказывая, что Б.Березовский никогда не был реальным совладельцем бизнеса и получал выплаты лишь за стандартную для России 1990-х гг. «крышу» и лоббистские услуги. С 2003 года Б.Березовский постоянно утверждал в прессе, что Р.Абрамович заставил его продать свои активы. Это и оставалось основной позицией Р.Березовского до второго, расширенного искового заявления. Он утверждал, что никогда не лоббировал интересы «семьи».

Показания Р. Березовского носили очень общий характер, а показания его свидетелей были косвенными и базировались только на обсуждениях с Р. Березовским. Необходимо понять, что он получал в обмен на то политическое лоббирование, которое оказывал «семье», а также разобраться, что такое «крыша». Все, что делал Б.Березовский для Р.Абрамовича, носила характер не инвестора и менеджера, а скорее политического лоббиста. До 2000 года Б.Березовскому не надо было ни о чем беспокоиться, потому что он был политическим крестным отцом не только Р.Абрамовича, но и, по выражению П.Хлебникова, крестным отцом Кремля [3]. Но, начиная с 2000 года, он начал выводить свои доходы за границу и, потеряв свое политическое влияние, бежал из России. Именно поэтому он внезапно решил стать официальным «акционером» «Сибнефти».

В этой связи важно отметить своеобразие действия основополагающих документов, регламентирующих экономическую жизнь России. В соответствии с Конституцией РФ 1993 г. [2] в России, как и во всем мире, существуют и самостоятельно действуют три независимые ветви власти. Законодательную власть осуществляют Федеральное собрание и местные законодательные собрания (ст. 94); исполнительная власть возложена на Правительство РФ (ст. 110); «осуществление судебного правосудия на основе равенства всех участников судебного процесса перед законом и судом» возложена на суды различной юрисдикции (ст. 47). Все аспекты экономической жизни конкретизируются и раскрываются также в Гражданском Кодексе РФ [1].

Однако, все эти законы в действительности носят в значительной мере формальный характер, т.к. и законодательные органы, которые по образному выражению бывшего спикера Государственной Думы, «не место для дискуссий», и судебные органы действуют по прямому указанию исполнительной власти. И еще один парадокс: Президент РФ, не входя, в соответствии с Конституцией, в состав органов исполнительной власти, обладает по существу, всей полнотой власти в России. А учитывая повторяющуюся тенденцию к культуре личности в России на протяжении ее советского периода правления, можно с полным основанием утверждать, что попытки справедливо решить экономические (да и не только экономические) споры в судебном порядке, обречены на неудачу. Возвращаясь к нашему прецеденту, российский суд - это единственный суд, на который стороны не могли рассчитывать, и именно поэтому контракт был основан на устной договоренности.

По результатам рассмотрения данного дела в суде можно сделать несколько принципиальных выводов, которые являются основой сложившейся в период 90-х годов XX в. российской бизнес-этики, принципы которой мало изменились и действуют в настоящее время. Изменились только методы, технология и приемы, которые приобрели более изощренные формы.

1. Все состояния, приобретенные в 90-х годах, имели незаконный, в большинстве своем, криминальный характер. Если во всем мире бизнес формировался поколениями и передавались по наследству, то все российские миллиардеры создали бизнес на так называемых залоговых аукционах, воспользовавшись кризисом власти, практически за бесценок. А отдав все важнейшие отрасли экономики в руки авантюристов, власть вступила с ними в негласный союз, основой которого стали лояльность и невмешательство их в политику. Нарушившие эту неглас-

ную договоренность наказывались быстро и эффективно (М.Ходорковский, Б.Березовский, В.Гусинский), после чего получил распространение принцип «равноудаленности» олигархов от власти.

Это породило прямую зависимость бизнеса от власти и совершенно особенный характер российской бизнес-этики, заключающийся в ориентации бизнес-элиты на удовлетворении интересов и потребностей правящей вертикали власти и игнорировании интересов национальных интересов.

2. Союз власти и крупного бизнеса породил еще одно характерное явление, получившее название «крыша» - под которой понималось тесное сращивание государственных органов и бизнес-структур и проявляющееся в том, что власть практически закрывала глаза на криминальный характер крупного бизнеса, а в ряде случаев и прибегала к их финансовой помощи, от которой невозможно было отказаться, т.к. на каждого олигарха имелось солидное «досье».

3. Больше того, власть очень многое переняла у криминала за время их тесного общения. Не секрет, что сложившиеся в последнее время «бизнес-элиты» в значительной части состоят из представителей силовых структур и ближайших друзей Президента и с успехом пользуются методами и технологиями, наработанными теневыми структурами 90-х годов, совершенствуя и модернизируя их в соответствии с меняющимися условиями. Да и сами высшие руководители часто используют даже в устной речи выражения типа «мочить», «разводить», «кошмарить» и т.п. Что же говорить о бизнесменах средней руки и многочисленных кормящихся возле власти, тем более о цивилизованной бизнес-этике.

4. Большое распространение в борьбе за успешный бизнес получило такое явление, как рейдерство, т.е. противоправный, преступный и наглый захват имущества успешных бизнесменов. Суть этого явления заключалось в том, что по запросу некоего миноритарного акционера по решению местного суда принималось решение по изменению органов управления и реестра, и на основании этого происходил силовой захват предприятия, и пока шло рассмотрение кассационных жалоб, имущество предприятия, а зачастую и оно само, распродавались. Это привело к появлению в жизни бизнес-сообщества дополнительных рисков и страха за судьбу своего бизнеса, а то и за свою жизнь и жизнь своих близких.

5. Отсутствие четко закрепленных договоренностей между «партнерами» приводило к тому, что в любой момент соглашение по инициа-

тиве одной из договаривающихся сторон разрывалось, и другая сторона лишалась права оспорить решение в суде. Это приводило опять же к силовым вариантам разрешения проблем и усилению криминального характера российской бизнес-этики.

6. Отсутствие патриотизма со стороны олигархов – чисто российское явление, которое проявлялось в оттоке капиталов за границу, покупке там же дорогой недвижимости, спортивных клубов, яхт; создании оффшорных компаний, на которые переписывались активы и т.п. В результате политика государства в части привлечения иностранных инвесторов вызывал у последних резонный вопрос относительно отсутствия интереса к инвестициям в российскую экономику со стороны российских бизнесменов.

7. Следует указать также на фискальный характер государственной налоговой политики, которая отличается отсутствием системного подхода, нестабильностью, стремлением получить выгоду быстро и без учета долговременных последствий. Это ориентирует бизнес на поиски нестыкровок в законодательстве и использовании их в стремлении минимизировать убытки, в чем они, кстати, весьма преуспевают.

Сформировавшаяся на перечисленных принципах национальная модель бизнес-этики весьма отличается от общемировой и не способствует развитию экономики страны по пути использования преимуществ плодотворного сотрудничества бизнеса и власти. Учитывая, что продолжающаяся складываться бизнес-элита не имеет тенденции менять принципы и методы ведения предпринимательской деятельности, ожидать изменения характера и содержания бизнес-этики в ближайшее время не следует. Об этом говорит и поданный в последнее время подобный же судебный иск на 6 млрд. долл. в Лондоне М. Черным к О. Дерипаске. И опять, что характерно, не в российский суд.

Вся надежда на появление в обозримом будущем поколения молодых предпринимателей и бизнесменов, которые с «кровью матери» впитают суть цивилизованных бизнес-отношений, основанных на нормальных человеческих ценностях. В этой связи огромная надежда на систему российского общего и бизнес-образования, которая, к сожалению, в настоящее время не является приоритетной для власти.

Литература

1. Гражданский Кодекс РФ.
2. Конституция РФ.
3. Хлебников П. Борис Березовский – Крестный отец Кремля. Ж. «Форбс» декабрь 1996.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ ИЛИ ГОСРЕГУЛИРОВАНИЕ

Бурмистрова Т.В.

В развитых странах императивом последних двух десятилетий стала ориентация на устойчивое развитие, удовлетворение общественных потребностей и социальную защищенность членов общества. Государство не только не мешает, а всячески способствует инициативам корпораций, местных властей, общественных объединений и граждан, не сокращая при этом государственные расходы на социальную обеспеченность граждан.

В России лишь последние годы стало актуальным обсуждать в широких кругах социальную ответственность бизнеса и отмечать позитивные сдвиги в этом направлении. Между тем сам бизнес начал активно следовать концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) уже на протяжении десяти лет, используя западный опыт и перенеся его на российскую почву. Неуклонно растет число компаний, позиционирующих себя как социально ответственный бизнес. Как правило, это – крупные компании, большинство из них - с иностранным участием, занимающие лидирующие или ведущие позиции в своих отраслях.

В настоящее время официальная статистика (Росстата) о наличии в компании программ КСО не ведется. Судить о масштабах охвата этой деятельностью можно лишь на основе данных общественных организаций: Ассоциации менеджеров и РСПП, которые не всегда совпадают количественно, но реально отражают действительную картину.

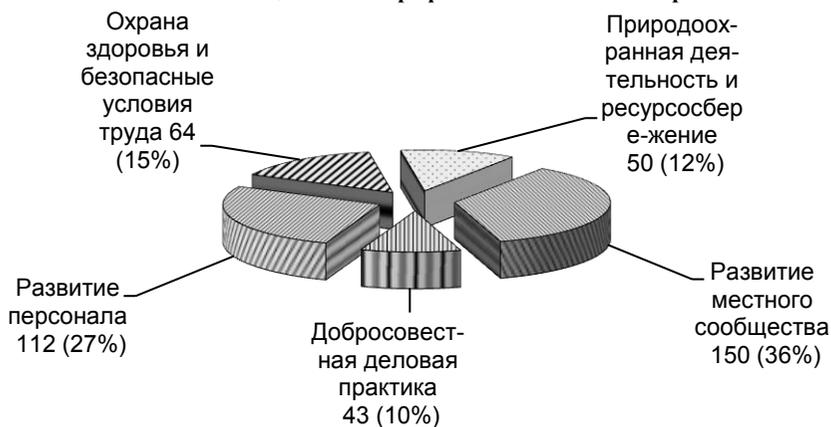
Среди публичных компаний, которых, по сведениям Ассоциации менеджеров России, насчитывается 264, можно составить социальный профиль компаний, позиционирующих себя социально ответственными¹. Так, за последние несколько лет изменились приоритеты в социальной деятельности компаний: если раньше компании почти половину своих мероприятий в области КСО посвящали развитию персонала, то теперь этот сегмент насчитывает лишь 27%, хотя вместе с мерами по охране здоровья и безопасности труда они составляют все-таки 42%

¹ Ассоциация менеджеров России. Депозитарий социальных инициатив.
<http://amr.ru/index.php?option>.

социальных инициатив. Почти треть направлений КСО приходится на взаимодействия с местным сообществом (36%), а вот добросовестной деловой практике отводится всего 10% инициатив. При этом наблюдаются существенные различия в зависимости от вида деятельности компаний.

Далеко не все российские компании, придерживаясь принципов корпоративной социальной ответственности, официально оформляют свою отчетность и представляют ее на суд общественности. Масштабы охвата корпоративной социальной отчетностью в России весьма ограничены и составляют лишь 19% российских компаний, и только 18% фиксируют в финансовых отчетах сведения о своей деятельности в сфере КСО. По данным компании Grant Thornton, проводившей опрос среди 7,7 тыс. компаний в 39 странах мира, Россия занимает 37 место среди применяющих принципы КСО стран, опережая только Турцию².

Рис.1. Социальный профиль компаний по направлениям КСО



Тем не менее, в России уже распространяется практика составления нефинансовых отчетов и даже осуществляется процедура их общественного заверения, проводимая РСПП. По состоянию на 2 мая 2012 г. в Национальном регистре нефинансовых отчетов зарегистрировано 333 отчета, выпущенных 111 компаниями с 2000 года³. Основной пик от-

² <http://www.business-magazine.ru/trends/figures/pub339120>. Опубликовано в «Бизнес-журнал» №7 от 05.07.11.

³ <http://рспп.рф/simplepage/157>

четности пришелся на 2006-2007гг. Наибольшую активность проявляют предприятия энергетики (32 компании), нефтегазовой отрасли, финансов и страхования, составляющие вместе более половины предоставляющих нефинансовые отчеты (рис.2) за весь период.

Рис.2. Количество компаний и нефинансовых отчетов, по отраслям, за 2000-2011гг.



Содержание нефинансовых отчетов варьируется в зависимости от вида деятельности. Так, компании традиционно начинали с предоставления социальных отчетов, их сегодня более половины, и они составляются практически всеми рассматриваемыми компаниями. Более продвинутые компании нефтегазового сектора, энергетики, металлургии,

помимо социальных отчетов, формируют также и отчеты об устойчивом развитии, экологические отчеты предоставляют, в основном, предприятия нефтегазового сектора, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности. А вот компании финансов и страхования, образования и здравоохранения, жилищно-коммунального хозяйства, транспорта выпускают в основном социальные отчеты. Нововведением является интегрированный отчет (комбинированный годовой отчет и нефинансовый отчет, подготовленный с учетом международных рекомендаций по отчетности в области устойчивого развития), который пока готовят только предприятия энергетики (12 из 14 интегрированных отчетов).

Необходимо заметить, что среди 111 компаний, содержащихся в Национальном регистре, нефинансовую отчетность в 2009г. представили лишь 53 компании, в 2010 – 59 компаний, а в 2011 – всего 3 компании (Это фактически соответствует данным о 20% компаний, предоставляющих отчетность в области КСО).

Что заставляет или вынуждает российские компании следовать концепции КСО, или, в западной трактовке – концепции корпоративного гражданства? Если считать, что российский бизнес делает это только в слепом подражании Западу, то такой вывод нельзя будет признать окончательным, хотя основания для него и имелись еще некоторое время назад.

Сегодня, на наш взгляд, побудительной причиной добровольного принятия социальных обязательств российским бизнесом является **добросовестная конкуренция**. Во-первых, добросовестная конкуренция вынуждает участников использовать инновации не только в производстве, но и в ходе реализации продукции, проведения маркетинга и промоушн, организации и управлении бизнес-процессами. Цели и задачи, которые ставит компания в ходе выполнения программ КСО, неизбежно формируют новые центры ответственности и вызывают необходимость использовать новые технологии менеджмента.

В определенном смысле внедрение концепции КСО в компаниях можно отнести к **организационно-управленческим инновациям**, способствующим в первую очередь развитию потенциала компании, сплоченности и стабильности трудового коллектива, стремлению повышать квалификацию и улучшать экономические результаты деятельности. Понятно, что недостаток персонала и высокая текучесть кадров слабо

стимулирует внедрение инноваций, соответственно, отражается на конкурентоспособности компаний. Именно на нехватку специалистов с высшим и средним профессиональным образованием жалуются российские предприниматели, а также топ-менеджеры (около 60% опрошенных)⁴.

Кроме того, в настоящее время социально ответственная компания формирует так называемую производственную цепочку, все участники которой в той или иной степени вовлечены в реализацию социальных программ. Компании, проигнорировавшие это требование времени, будут неизбежно отторгнуты рынком. Наши бизнесмены чутко уловили эту тенденцию, отвечая на вопрос о мотивах своего участия в программах развития территорий: 42% опрошенных отметили, что это общераспространённая практика, своеобразная «норма жизни» для бизнесменов (42%). Правда, при этом еще значимыми остаются внеэкономические мотивы: 30% помогают территории, опасаясь, что в ином случае его предприятие впадет в немилость у властей; остаются также личные просьбы, обращения за помощью к бизнесменам со стороны мэров, сотрудников муниципалитетов (22%), а также губернаторов и сотрудников обладминистраций (10%)⁵.

В-вторых, социальная ответственность «работает» на бренд компании, ее узнаваемость, деловую репутацию. Естественно, выбор среди конкурирующих компаний будет сделан в пользу более известной и хорошо себя зарекомендовавшей. Не последнюю роль здесь играет и **информационная прозрачность бизнеса**.

Исследования Standard&Poog's об информационной прозрачности российского бизнеса дают основания для оптимизма, т.к. уровень прозрачности по 90 крупнейшим российским компаниям, имеющим наиболее ликвидные акции, в целом повышается (всего же в России более 300 публичных компаний). Причем за последние два года повысилась зависимость между уровнем транспарентности и рыночной капитализацией, на компании с показателем прозрачности выше 60% (как правило,

⁴ Доклад «О состоянии предпринимательского климата в 2007-2011 годах» (проект). Февраль 2012. РСПП. <http://рспп.рф/>.

⁵ <http://wciom.ru/index>. Пресс-выпуск №1516 от 16.06.10. Исследование проведено ВЦИОМ в 2009 г. по заказу РСПП среди 1200 владельцев и топ-менеджеров частных компаний промышленности и строительства, транспорта и связи, сферы обслуживания и торговли.

крупные компании) приходится 85% совокупной рыночной капитализации. Вместе с тем среди обследованных агентством в 2008-2010 гг. компаний по разным компонентам информационной прозрачности (структура собственности, права акционеров, финансовая информация, операционная информация, информация о Совете директоров и менеджменте, вознаграждения членов Совета директоров) лишь 7-8% открывают социальную отчетность (меньше - 6% - раскрывается только информация о вознаграждении менеджмента)⁶.

В-третьих, конкурентные преимущества компании проявляются в ее **инвестиционной привлекательности**, которая, в свою очередь, детерминирована ее открытостью и информационной прозрачностью. Именно по данным корпоративной отчетности инвесторы принимают решение о прямых или финансовых инвестициях. Выявлено, что компании, имеющие листинг на фондовых биржах США, обладают более высоким уровнем транспарентности, чем компании, выходящие на российские биржи⁷ (табл.1). Это связано с требованиями к раскрытию информации, которые жестче на биржах США и Лондона, чем требования ФСФР.

Именно таким мотивом привлечения инвестиций при выходе на IPO можно объяснить пик популярности подготовки нефинансовых отчетов в 2006-2007гг., который отмечался в исследовании РСПП⁸. Эти отчеты «были частью «предпродажной подготовки» компаний и создавались для повышения их инвестиционной привлекательности. После приватизации у энергетических компаний не появилось новых задач для нефинансовой отчетности». Хотя, справедливости ради, надо отметить, что кроме названных причин отмечались также объективные обстоятельства, связанные с включением релевантной информации в годовые отчеты головных компаний.

⁶ Исследование информационной прозрачности российских компаний в 2010 г.: умеренный рост прозрачности за счет компаний электроэнергетического сектора. Совместное исследование Standard&Poog's и Центра экономических и финансовых исследований и разработок в Российской экономической школе (ЦЭФИР РЭШ). 19 ноября 2010. <http://www.vedomosti.ru/research/>.

⁷ Там же

⁸ Повышение информационной открытости бизнеса через развитие корпоративной нефинансовой отчетности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов 2008-2011. М., РСПП, 2012. <http://pcpp.pf/>.

Таблица 1. Показатели прозрачности в группах компаний, имеющих листинг на различных фондовых биржах: 90 российских компаний, 2009-2010 гг.

Фондовая биржа	Средний балл в 2010 г., %	Средний балл в 2009 г., %	Количество компаний, 2010 г.
NASDAQ и NYSE	76	75	5
LSE и AIM	66	64	29
Только РТС и ММВБ	51	49	53

Вместе с тем, энергокомпании (из числа выпустивших отчеты в 2010 г.)⁹ сочли целесообразным продолжить имеющуюся практику подготовки корпоративной отчетности в целях поддержания и укрепления конструктивных отношений с заинтересованными сторонами; повышения доверия инвесторов; оценки и анализа эффективности деятельности компании в социальной, экономической и экологической сферах; формирования положительного имиджа в глазах стейкхолдеров.

В-четвертых, методы ведения конкурентной борьбы, относимые мировым сообществом к цивилизованным, предполагают **использование принципов деловой этики, добросовестной деловой практики, следование мировым тенденциям в области устойчивого развития**. Наши компании находятся в начале этого пути, а именно:

- постепенно растет доля компаний, публикующих информацию о корпоративных кодексах делового поведения и этики; если в 2008г. таких было 22%, то в 2010г. уже 29%¹⁰;
- из 76 включенных в Аналитический доклад субъектов, представляющих разные отрасли реального сектора, сферу образования, общественные объединения, лишь 15 являются участниками Соци-

⁹ Там же

¹⁰ Исследование информационной прозрачности российских компаний в 2010 г.: умеренный рост прозрачности за счет компаний электроэнергетического сектора. Совместное исследование Standard&Poor's и Центра экономических и финансовых исследований и разработок в Российской экономической школе (ЦЭФИР РЭШ). 19 ноября 2010. <http://www.vedomosti.ru/research/>.

альной хартии российского бизнеса, принятой в 2003 г. и обновленной в 2010 г.¹¹;

- самое последнее исследование предпринимательского климата (февраль 2012) свидетельствует о том, что среди многих приоритетов российского бизнеса указанные выше принципы не занимают ведущие места. Так, при 7 максимальных баллах, раскрытие информации, прозрачность и достоверность финансовой отчетности набрали 4,2 балла, КСО – 4,1 балла (опередив корпоративное финансирование – 4,0 балла), а соблюдение баланса интересов стейкхолдеров оказалось среди приоритетов на последнем месте (3,8 балла). Хотя, заметим, что в крупных компаниях эта ситуация не так однозначна: здесь приоритет отдается стратегическому планированию, оптимизации бизнес-процессов, а также соблюдению интересов стейкхолдеров (которое особенно значимо для компаний с иностранным участием)¹²;
- Большие надежды возлагаются на продвижение в российской практике Международного стандарта ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности», опубликованного осенью 2010г., призванного стать универсальным документом и учитывающим интересы всех заинтересованных сторон (государство, бизнес, потребители, НКО, академические институты, представители профсоюзов); планируется разработка аналогичного российского стандарта¹³.

В-пятых, во всем мире для принятия любых стратегических, инвестиционных, региональных решений со стороны государства, бизнеса и общества используется такой общепризнанный инструмент как **рейтингование**, который позволяет любой компании осуществлять бенчмаркинг и выстраивать свою стратегию в соответствии с лидерами. Российский рейтинг социально ответственных компаний, представлен-

¹¹ Повышение информационной открытости бизнеса через развитие корпоративной нефинансовой отчетности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов 2008-2011. М., РСПП, 2012. <http://рспп.рф/>.

¹² Доклад «О состоянии предпринимательского климата в 2007-2011 годах» (проект). Февраль 2012. РСПП. <http://рспп.рф/>.

¹³ ISO 26000: России не хватает государственного участия в продвижении стандарта. 19.04.11 http://www.asi.org.ru/asi3/rws_asi_nsf/

ный сразу двумя изданиями, составлен за 2010 год¹⁴. Примечательно, что, несмотря на некоторые отличия, в лидерах социально ответственных компаний выступают компании нефтегазового сектора (Газпром, Лукойл, Роснефть, Сургутнефтегаз), добывающих отраслей (Норильский никель, НЛМК), крупнейшие банки страны (Сбербанк, Банк ВТБ).

В то же время обращают на себя внимание *результаты «обратной связи»*. Количество опрошенных россиян, считающих, что в России нет социально ответственных компаний, за несколько лет выросло: если таких было в 2006 г. лишь 29%, то в 2012 г. уже почти 62% отметили, что в России нет социально ответственных компаний, а наибольшую социальную ответственность несут всего 14 российских компаний¹⁵. Среди них на первом месте находится Газпром, набравший 11,5% голосов, на втором месте – Сбербанк (5,6% голосов), третья социально ответственная компания – ОАО РЖД (4,8%).

Вполне актуальной становится постановка вопроса об **участии государства в поддержке социальной ответственности бизнеса**. Анализ деятельности государственных органов в этом направлении (в лице Минэкономразвития) приводит к следующим выводам¹⁶:

- Государство своеобразно поддерживает стремление бизнеса быть социально ответственным: власть выбрала своим приоритетом «идеологию» развития благотворительной деятельности, в кото-

¹⁴ Итоговый Рейтинг социальной ответственности российских компаний за 2010 год, составленный газетой "Труд", Агентством политических и экономических коммуникаций и Российским антикризисным форумом. Газета «Труд» от 23.12.10. <http://www.trud.ru/article/10-12-2010/>; 50 крупнейших социально ориентированных компаний России. Рейтинг составлен по методике Института экономических стратегий и Клуба православных предпринимателей с учетом требований проекта международного стандарта ISO 26000. Журнал «Экономические стратегии», №3, 2011, с.82.

¹⁵ Рейтинг социально ответственных компаний. Исследования ВЦИОМ в 2006г. Журнал «Деньги и благотворительность», февраль 2007; Топ-15 социально ответственных российских компаний. Опрос ИА «Росбизнесконсалтинг» среди 13242 чел. <http://rating.rbc.ru/mini/index.shtml?2012/01/31/>.

¹⁶ Бурмистрова Т.В. – участник экспертного опроса «Корпоративный благотворительный фонд: за и против». Журнал «Бизнес и общество» №1-2, 2011; Бурмистрова Т.В. - участник экспертного опроса «Корпоративное волонтерство как инновация и управление переменами», журнал «Бизнес и общество», № 3-4, 2011.

рой КСО вообще не просматривается. В июле 2009г. Правительством РФ была одобрена Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации, основная цель которой состоит в активизации такой деятельности, позволяющей «дополнить бюджетные источники для решения социальных проблем внебюджетными средствами и привлечь в социальную сферу трудовые ресурсы добровольцев». К сожалению, это подтверждает ставшее уже традиционным представление о вынужденном характере корпоративных социальных программ, как «замещающих» соответствующие государственные расходы, которое вступает в конфликт с популяризацией идеи о КСО как источнике долгосрочных конкурентных преимуществ. По существу, такая позиция государства в действительности означает перекалывание проблем социального сектора на плечи коммерческих структур, функционирующих на территориях;

- В модели социального партнерства основной упор делается государством на формировании социально ориентированных некоммерческих организаций (НКО), которым представляется финансовая, имущественная, информационная, консультационная поддержка, размещение заказов на поставки товаров (работ, услуг) для государственных и муниципальных нужд, а также льготы по уплате налогов и сборов. Заметим, что в соответствии с законом деятельность СОНКО не распространяется на экологическую ответственность бизнеса, развитие местных сообществ (в целом, а не частично), использование принципов деловой этики. Предполагается, что приоритетная прямая поддержка государства будет оказываться для развития благотворительной и добровольческой деятельности, решения наиболее острых социальных проблем, реализации инновационных социальных проектов на началах софинансирования СОНКО¹⁷. Кроме того, подготовлена Федеральная программа поддержки социально ориентированных не-

¹⁷ Презентация Минэкономразвития РФ на У Всероссийской конференции «Социальное партнерство и развитие институтов гражданского общества. Опыт регионов и муниципалитетов» 10.12.10. <http://www.economy.gov.ru>.

коммерческих организаций¹⁸, предусматривающая предоставление СОНКО субсидий на конкурсной основе.

По нашему мнению, идеология государственного регулирования социальной сферы в настоящее время состоит в смещении акцентов в выполнении социальных обязательств с государственного сектора на третий (некоммерческий) сектор. При этом обширная и многолетняя практика ведущих компаний в области КСО просто «не замечается». Хотя предпринимательское сообщество выдвигало и продолжает выдвигать требования к мерам поддержки предпринимателей, которые стимулировали бы социальную ответственность бизнеса. Среди них в 2011 году на первом месте стоит повышение прозрачности процессов принятия решений органами власти и подотчетность деятельности государственных структур (58% опрошенных компаний), чуть меньше бизнесменов (57%) ратуют за налоговое стимулирование, включая налоговые льготы для имущества и земельных участков, относящихся к объектам социального назначения. При этом бизнес совершенно не интересуется (лишь 20% опрошенных) разного рода моральные стимулы и публичные бонусы (на которые государство готово), включая проведение конкурсов, моральное поощрение победителей, вручение грамот, введение отличительных знаков, популяризация в официальных СМИ¹⁹.

Таким образом, приходится констатировать следующее. Создается впечатление, что в России присутствуют две непересекающиеся модели социального партнерства: одна модель основывается на западном опыте, в ней используются международные принципы и направления КСО. Вторая модель, инициированная государством, строится на передаче большинства функций социальной защиты населения социально ориентированным НКО, которые вкупе с волонтерами и добровольцами должны обеспечивать социальные потребности российского общества. Представляется, что одно другому не мешает, а в идеале, может даже дополнять друг друга, но не подменять.

¹⁸ Федеральная программа поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций: от замысла к реализации. Презентация Минэкономразвития РФ от 16.12.11. <http://www.economy.gov.ru/>

¹⁹ Доклад «О состоянии предпринимательского климата в 2007-2011 годах» (проект). Февраль 2012. РСПП. <http://рспп.рф/>.

ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В АМЕРИКАНСКИХ СЕМЕЙНЫХ КОМПАНИЯХ

Васильев М.В.

В середине 1980-х годов известный исследователь проблем семейного бизнеса в США А.Ландсберг сформулировал базовую дилемму управления человеческими ресурсами в семейных фирмах, которую он усмотрел как проистекающую из двойственной природы семейных фирм, образованной семьей и бизнес-организацией. Современные исследователи феномена семейной фирмы называют управление человеческими ресурсами той функциональной областью организации, которая в наибольшей степени подвержена влиянию этических дилемм, проистекающих из самой природы семейной компании.

По своей природе семья является социальным институтом, а бизнес-организация – деловой фирмой, ориентированной на максимизацию выпуска товаров и услуг, основанной на принципах эффективности. Человеческие ресурсы семейных фирм, таким образом, испытывают на себе двойственное влияние социальных и экономических факторов, которые в первом случае объективно действуют в направлении «очеловечивания» рабочей силы семейной фирмы, а во втором – в сторону её «дегуманизации», отчуждения от характера производственной деятельности фирм, от результатов её деятельности и управленческих решений, определяющих её будущую судьбу.

В трактовке А.Ландсберга социальные факторы негативно влияли на экономические показатели в деятельности семейных фирм, особенно в части использования на руководящих должностях и производственных участках членов семьи. С точки зрения американского исследователя, по четырём основным позициям, имеющим самое непосредственное отношение к управлению человеческими ресурсами семейных фирм – 1) подбор и расстановка кадров, 2) оплата их труда, 3) оценка результатов производственной деятельности и 4) их подготовка и переподготовка, – социальные факторы отрицательно воздействовали на экономические, поскольку побуждали главу фирмы и предположительно главу семьи или семейного клана: а) принимать на работу родственников с более низкими профессиональными знаниями и квалификацией по сравнению с возможным предложением работников более высокой квалификации на рынке труда; б) выплачивать им дополнительные выплаты («семейные бонусы»), на которые вряд ли могли рассчитывать

наёмные работники, рекрутированные на рынке труда; в) подходить «по-семейному» к оценке их трудовой деятельности или вклада в производственные показатели фирмы с целью избежать конкуренции и конфликтов между членами семьи, особенно детьми, и г) строить программы подготовки и переподготовки рабочей силы, в данном случае родственников, с учётом особенностей их индивидуального развития («как-никак родные души!»), а не с учётом потребностей развития организации (фирмы). Таким образом, важнейшим этическим вопросом в семейной компании является соблюдение справедливости по отношению к наёмным работникам, в т.ч. с точки зрения оценки их повседневного труда и вклада в развитие компании.

Внимательное изучение перечня управленческих критериев оценки человеческих ресурсов семейных фирм обнаруживает один ключевой параметр, который отличает семейные нормы от деловых норм, а именно: что лежит в основе управления работниками – рассмотрение человеческих ресурсов в качестве «средства» или же в качестве «цели»? Эта проблема в перспективе оказалась до известной степени независимой от применяемых норм; стремление Ландсберга ради методологической чёткости противопоставить их, быстро обернулось признанием того, что в семейных фирмах – по крайней мере, на тот исторический момент – рассмотрение работающих членов семьи в качестве «средства» было распространено в не меньшей степени, чем в несемейных фирмах. Как иначе можно расценить такую часть его статьи, в которой Ландсберг говорит о том, что «вопреки широко распространённым представлениям о nepoтизме, присущем семейным фирмам, исследования показывают, что их основатели склонны устанавливать сравнительно низкие зарплаты для своих родственников, работающих на фирмах. Хотя эта практика не наносит большого ущерба на первых этапах существования фирм, она порождает значительные проблемы в более зрелых семейных фирмах. При наличии определённого числа родственников, не получающих должного материального вознаграждения, может возникнуть ситуация, когда на фирме будут продолжать трудиться некомпетентные члены семьи, в то время как члены семьи с более высокой квалификацией будут вынуждены искать применения своим силам в других фирмах» [Landsberg, 1983 p. 42].

Спустя 10 лет – в середине 1990-х годов – американский специалист по семейному бизнесу Дж.Астрачан был вынужден признать, что американские исследователи уделяют мало внимания проблеме управления человеческими ресурсами семейных фирм в целом, и этическим

основам данного процесса в частности, в условиях, когда всё большее распространение получает мнение о том, что «организации должны добиваться конкурентных преимуществ за счёт более эффективного использования своих человеческих ресурсов». В этом плане он особо выделил тот момент, что «конкурентное преимущество может быть достигнуто с помощью финансовых, стратегических и технологических средств, но наиболее надёжным, хотя и наиболее трудно достижимым источником конкурентных преимуществ являются улучшенные организационные способности людей» [Astrachan, et al., 1994 p. 252].

Дж.Астрачан провёл первое в американской истории обследование семейных фирм с целью выявления приёмов управления человеческими ресурсами в семейных фирмах США на основе выборки, состоящей из 614 семейных компаний. В ходе обследования выяснилось, что одни приемы управления человеческими ресурсами в американских семейных фирмах распространены в большей степени, чем другие, при этом они в равной степени распространялись как на работающих членов семьи, так и на несемейных работников семейных фирм. Результаты обследования Дж.Астрачана приводятся в таблице ниже (Таблица 1).

Результаты данного обследования приёмов, используемых в семейных фирмах США по управлению человеческими ресурсами, косвенно подтвердили тот факт, что в управлении человеческими ресурсами большая часть обследованных семейных фирм стремилась применять к персоналу фирм более или менее единые критерии, что в целом вытекает из базовой философии семейных фирм о том, что её производственный коллектив, независимо от принадлежности к владеющей и управляющей ею семье, в целом – «одна большая семья», т.е. большинству семейных компаний в повседневной работе удастся эффективно соблюдать баланс этических норм, выраженных в конкретных должностных инструкциях. Согласно самым последним, появившимся в научной литературе исследованиям американских специалистов по семейному бизнесу, можно выделить следующие приемы, которые были направлены на решение указанной этической проблемы. Наиболее успешные семейные фирмы в сфере малого и среднего бизнеса в качестве инструментов управления человеческими ресурсами активно применяли: 1) предоставление гарантий занятости; 2) набор кадров на конкурсной основе; 3) высокие ставки заработной платы в сочетании со стимулирующими системами оплаты труда; 4) привлечение работников к собственности фирмы (посредством акций); 5) делегирование работникам властных полномочий; 6) перевод рядовых работников на руко-

водящие должности на фирме; 7) подготовка и переподготовка работников [Carlson, et al., 2006 p. 532].

Таблица 1. Приемы управления человеческими ресурсами, использовавшимися в семейных фирмах США в первой половине 1990-х годов

№	Перечень приёмов управления человеческими ресурсами (применительно как к семейным, так и несемейным работникам)	Доля фирм, использовавших управленческий прием, в %.
1.	Проводит ли ваша фирма регулярную аттестацию производственной деятельности сотрудников?	59
2.	Имеется ли в вашей фирме официальная сетка ставок заработной платы и должностных окладов?	57
3.	Имеется ли в вашей фирме письменный перечень должностных инструкций для сотрудников?	56
4.	Имеется ли в вашей фирме письменный перечень квалификационных требований к работникам различных специальностей?	53
5.	Имеется ли в вашей фирме письменный план о порядке передачи дел от одного поколения владельцев фирм к другому?	21
6.	Имеется ли в вашей фирме в письменном виде перечень квалификационных и иных требований к членам семьи, желающих работать на семейной фирме?	16

Источник: [Astrachan, et al., 1994 p. 257]

Известный американский исследователь семейного бизнеса Дж.Уорд на основе глубокого знакомства с практикой управления семейными фирмами, особенно доказавшими свою эффективность на протяжении нескольких поколений её семейных владельцев, особо выделил два основных урока, объяснявших их хорошие экономические показатели на протяжении многих десятилетий. Первый урок состоял в том, что к работе на фирме надо привлекать только наиболее компетентных и способных членов семьи («урок №5 в его перечне 50 уро-

ков»). При этом, как указал Дж.Уорд, «для достижения цели успешной фирмы на протяжении длительного периода времени её владельцы должны всерьёз задумываться о том, как сделать семейный бизнес привлекательным в глазах самых способных и многообещающих членов следующего семейного поколения» [Ward, 2004 p. 53]. Второй, тесно связанный с ним урок («урок №16») сводится к тому, что к работе в семейном бизнесе членов семьи надо привлекать на «выборочной основе». Как подчёркивает Дж.Уорд, «при разработке политики в области занятости наиболее успешные семейные фирмы должны руководствоваться принципом разумной сбалансированности. С одной стороны, они знают, что лучше резко поднять планку квалификационных требований для членов семьи, желающих работать в семейном бизнесе, нежели зализать её по ряду причин, например, с целью стимулировать к работе на фирме только самых способных членов семьи и тем самым гарантировать служебное продвижение для способных членов трудового коллектива фирмы, не являющихся членами семьи». Однако при этом возникает и другая проблема: владельцы семейных фирм должны осознавать, что если эта планка будет поднята слишком высоко, то это может обернуться тем, что «многие члены семьи перестанут задумываться о работе на семейной фирме и тем более руководить ею. Ну, а если в руководстве фирмы не будет членов семьи, то такая фирма рано или поздно вообще перестанет иметь статус семейной» [Ward, 2004 p. 76]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что этическая проблема соблюдения справедливости по отношению к «семейными» и наёмным работникам является обоюдоострой и является фактором эффективности обеих категорий персонала.

По мнению многих зарубежных представителей по управлению семейными компаниями, специфика управления человеческими ресурсами в таких фирмах определяется нахождением балансов (или «точек равновесия») между 1) потребностями бизнеса и семьи; 2) между членами семьи, работающими на фирме, и её работниками не-членами семьи; 3) принципом равенства и принципом достоинств, и 4) между наймом новых работников из состава семьи и на внешнем рынке труда [Instituto de La Empresa Familiar, 2011 p. 80].

На протяжении последних 20 лет проблемы и специфика управления человеческими ресурсами в семейных компаниях претерпевала значительные изменения, которые были вызваны общими резкими переменами ситуации на рынке труда и в организационных формах корпоративного устройства. Помимо этого, как видно из данных таблицы,

приведенной выше (Таблица 1), семейные фирмы, особенно в сфере малого и среднего бизнеса, как правило, не имеют четко артикулированной кадровой политики, отражаемой во внутренних правилах поведения, должностных инструкциях, хорошо разработанной системы должностных окладов и заработной платы и т.п., что составляет особенность семейного бизнеса как такового с его известной склонностью к неформальным отношениям: «Одной из главных проблем семейного бизнеса является недостаточная формализация управления человеческими ресурсами» [Instituto de La Empresa Familiar, 2011 p. 59].

На протяжении последних 20 лет кадровая политика большинства корпораций мира, независимо от их размера (это положение справедливо и по отношению к семейным фирмам) испытывала на себе влияние «феномена резкого уменьшения размеров организации (“downsizing”) и специализации деловых функций. Это явление позволило компаниям выносить часть своих производственных функций за пределы компаний (“outsourcing”) и концентрировать своё внимание на основном. В результате рабочая сила компаний стала состоять из двух типов работников: носителей знаний, навыков и умений, существенно важных для фирмы, и рабочей силы, которая может быть заменена за счёт вынесения производственных операций за пределы фирмы» [Instituto de La Empresa Familiar, 2011 p. 75].

В результате в управлении человеческими ресурсами семейных фирм оформилось два направления, которые имеют до известной степени географические и культурологические отличия. В англосаксонских странах управление человеческими ресурсами в семейных фирмах стало в большей степени ассоциироваться с подготовкой менеджеров, главным образом несемейных, как основного фактора повышения конкурентоспособности семейных фирм, а в европейских странах, а также в ряде стран Азии и Латинской Америки, большее внимание стало обращаться на управление рабочими и служащими («трудовыми коллективами») семейных фирм как главных источников её конкурентных преимуществ.

В последнем случае управление наемными работниками представляется как форма приобщения их к ценностям и нормам семейных фирм, поскольку и в несемейных фирмах – при прочих равных условиях – вновь принимаемого на работу служащего или рабочего вводят в курс служебных обязанностей, знакомят с производственными целями и задачами фирмы, в которой ему предстоит трудиться и стараются передать ему ценностный набор данной компании. В семейных фирмах её

менеджмент в целом, и HR менеджеры в частности, «должны внушать работнику, что он стал частью семейной фирмы и его благополучие зависит от чувства его сопричастности с ней, поскольку он должен считать, что она руководится людьми, имеющими чёткое представление о её будущем, и которые поэтому могут мотивировать весь персонал фирмы. Чёткое понимание производственных целей, авторитет главы фирмы и непосредственная связь с управляющими фирмы могут принести чувство большого удовлетворения работникам фирмы. Все эти факторы должны побудить работников быть приверженными проектам, реализуемым фирмой, и быть при этом лояльными главе фирмы» [Instituto de La Empresa Familiar, 2011 p. 68].

Выборочные обследования мотивационных установок работников в промышленно развитых странах мира показывают, что в 2011 г., только 31% работников из 11 тысяч, опрошенных консультативной фирмой «Блессингвайт рисёрч» в Северной Америке, Европе, Странах Восточной Азии, Индии, Австралии и Новой Зеландии, считали себя сопричастными целям и задачам фирмы, в которых они работали, 17% – полностью отчуждёнными и отстранёнными от дел фирм («активно непричастными»), а остальные 52% занимали промежуточную позицию, считая себя наполовину «сопричастными», а наполовину – «отстранёнными» от проблем фирм и компаний, в которых они работали. Весьма показательно и субъективное отношение опрошенных к своей трудовой деятельности: «сопричастные» делам, целям и проблемам фирмы работали по причине того, что они отдавали фирме на своём рабочем месте; «отстранённые» трудились ради того, что они получали на фирме; иными словами, с последним полученным в виде трудового дохода денежным знаком заканчивался и их интерес к фирме и её проблемам [Blessingwhite Research, 2011].

Проблема карьерного роста работников, понимаемая как форма их индивидуального роста и развития, вплотную соприкасается со следующим логическим звеном управления человеческим ресурсами в семейных компаниях – с проблемой найма внешних профессиональных менеджеров. Обследования, в частности, испанских семейных компаний показали, что работа в семейных фирмах сопряжена как с положительными, так и отрицательными моментами для внешних управляющих («управляющих по найму»), которые рассматривают семейные фирмы в качестве объекта приложения своих управленческих талантов. Опрошенные считали, что семейные фирмы имеют большие возможности для карьерного роста по причине сравнительно небольших разме-

ров; управленческие решения в семейных фирмах принимаются быстрее и эффективнее; культура семейных фирм позволяет быстрее адаптироваться к её специфике. Недостатками семейных фирм, с точки зрения внешних управляющих являются: относительно меньшая зарплата по сравнению с несемейными фирмами; возможная «блокировка» занятия самых высоких руководящих должностей на фирме со стороны родственников главы фирмы; необходимость считаться с мнением членов семьи даже в том случае, если они являются некомпетентными – т.е., в то время, когда сильные стороны семейных компаний относятся к сугубо рыночным и управленческим категориям, слабые стороны семейной фирмы целиком и полностью лежат в области этических норм и принципов.

Таким образом, семейные фирмы в принципе допускают переход работников с исполнительных должностей на руководящие позиции. Эта особенность «встроена» во многие семейные фирмы, поскольку, как отмечал американский исследователь Дж.Уорд, «многие семьи начинают приобщать своих детей к семейному бизнесу ещё в школе, например во время летних каникул. Скорее всего, они начинают с труда разнорабочих – с уборки территорий или производственных помещений, т.е. с тех видов работ, с которых начинают свою трудовую деятельность и вновь принимаемые на работу наёмные работники. ... Многие родители считают это обязательным, чтобы их дети начинали трудиться на семейной фирме на самых низших должностях и так, постепенно двигаясь по служебной лестнице, приходили к руководству фирмой» [Ward, 2004 p. 53].

Зарубежные специалисты по управлению человеческим капиталом в последнее время отмечали, что аккумулятивное человеческое капитала, т.е. опыта и знаний, происходит и в школе, и на фирмах, и в семьях, при этом, поскольку в настоящее время объективно растёт потребность в повышении квалификационного и образовательного уровня работника на всём протяжении жизни индивида (так называемая концепция «обучение в течение всей жизни», или “LLL” [Васильев, 2007]), объективно растёт и значение института семьи, как наиболее важного института, обеспечивающего приобретение знаний и опыта на протяжении жизненного цикла человека [Wong, 2008 p. 10]. Можно сослаться на докторскую диссертацию Н.Бёрдсistel, в которой она на примере выборки из 121 небольшой семейной фирмы Ирландии в целом достаточно убедительно показала, что их значительная часть обнаруживает все признаки «обучающей организации», в которой процесс экономиче-

ской жизнедеятельности семейных фирм можно трактовать как процесс непрерывной адаптации к меняющимся социально-экономическим условиям, в ходе которого происходит профессиональный, квалификационный и образовательный рост и гармоничное развитие личности практически всех членов семейных фирм, а не только их руководства [Birdthistle, 2003].

В целом же, в области управления человеческими ресурсами исследователями со всего мира выделена и получила всестороннее научное освещение базовая этическая проблема семейных компаний – соотношение и отношения наемного персонала и членов семьи, занятых в бизнесе. В настоящий момент можно выделить две категории взглядов, в рамках данной проблемы – ряд учёных, преимущественно представители англо-саксонских стран, больше внимания уделяют управлению трудовыми коллективами в целом, тогда как представители Азии и Латинской Америки – подготовке менеджеров, как основного фактора, определяющего эффективность всей компании. Прогресс в данной области будет всецело зависеть от разработки проблем этики в управлении в т.ч. человеческими ресурсами. В последние несколько лет можно отчетливо проследить тенденцию ставить знак равенства между управлением человеческими ресурсами в семейных компаниях и этикой менеджмента. Мировой кризис, в очередной раз усиливший степень «потогонности» современного бизнеса, с новой остротой актуализировал вопросы справедливости в функционировании компании и особенно семейных. На указанный возросший спрос на справедливость научное сообщество обязательно даст ответ в виде новых концепций управления человеческими ресурсами в компаниях, в т.ч. семейных, а если быть точным, то в виде новых обоснований выигрыша компании от давно известного справедливого и этического поведения. Наиболее интересным представляется другой вопрос – представители какой школы первыми ответят на данный вызов. Если на выборах президента США осенью 2012 года победит представитель республиканской партии, на данный вопрос можно будет дать утвердительный ответ – североамериканская школа.

Библиография

1. Astrachan J. and Kolenko T. A Neglected Factor Explaining Family Business Success: Human Resources Practices [Article] // Family Business Review. - 1994. - 3 : Vol. 7.
2. Birdthistle N. Small Family Businesses As Learning Organizations: An Irish Study [Report]. - Caherconlish : St Laurence, 2003.

3. Blessingwhite Research Employee Engagement Report [Report]. - 2011.
4. Carlson D., Upton N. and Seaman S. The Impact of Human Resource Practices and Compensation Design on Performance: An Analysis of Family-Owned SMEs [Article] // Journal of Small Business Management. - 2006. - 4 : Vol. 44.
5. Instituto de La Empresa Familiar Human Capital Policies in the Family Business [Report]. - [s.l.] : FBN, 2011.
6. Landsberg I. Managing Human Resources in Family Firms: The Problem of Institutional Overlap [Article] // Organizational Dynamics. - 1983. - 1 : Vol. 12.
7. Ward J. Perpetuating the Family Business. 50 Lessons Learned from Long-Lasting, Successful Families in Business. [Book]. - New York : Palgrave, 2004.
8. Wong K. Human Capital Policy and Evaluation [Report]. - Sarajevo : [s.n.], 2008.
9. Васильев М. В. Реализация идеологии LLL в российском малом семейном бизнесе [Конференция] // Сборник материалов международной научно-практической конференции «Стратегии адаптации и концепции обучения в течение всей жизни в области малого и среднего предпринимательства». - Москва : Макс-Пресс, 2007. - стр. 116-126.

ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КОМПАНИЙ К НАЦИОНАЛЬНЫМ КУЛЬТУРНЫМ ОСОБЕННОСТЯМ

Вендило Н.А., Щелокова С.В.

В последнее время многие компании уделяют большое внимание корпоративной культуре, которая становится не только одним из ключевых командообразующих факторов, но и базисом для создания конкурентного преимущества. Все чаще компании заявляют, что их конкурентное преимущество основывается на приверженных и лояльных сотрудниках, и что именно созданная в компании культура помогает организации достигать небывалых финансовых результатов и получать лояльных и удовлетворенных клиентов.

Рассматривая, например, модель корпоративной культуры У. Холла, мы видим, что он выделяет 3 уровня (АВС) ее проявления²⁰:

- А (Artefacts). Артефакты и этикет (поверхностный уровень). Конкретные видимые элементы культуры, такие как язык, форма приветствия, одежда, расположение рабочих мест (открытые или закрытые помещения).
- В (Behaviours). Поведение и действия (более глубокий уровень). Устойчивые образцы и стереотипы поведения, включая методы принятия решений индивидами, организацию командной работы и отношение к проблемам.
- С (Coremorales)/conviction. Мораль, убеждения, ценности (ядро). Ценностные суждения большинства сотрудников организации. Нередко в организациях формируются различные коллективные или общие точки зрения на этические проблемы бизнеса.

Как правило, те успешные организации, которые заявляют, что их корпоративная культура – их ключевое преимущество, в первую очередь отмечают, что им удалось создать и развить компанию не только за счет распевания утреннего гимна, одинаковой униформы и внедрения стандартных процедур, но и на более глубоком уровне – за счет общих убеждений и ценностей.

Но, безусловно, огромное влияние как на уровне ценностей и убеждений, так и на уровне артефактов оказывает национальная куль-

²⁰ http://grado.institute.sfu-kras.ru/files/grado/61-7_GLAVA_4_Kultura_organizacii.pdf

тура. Поэтому когда успешные компании с сильной корпоративной культурой выходят на международный рынок, они сталкиваются с определенными проблемами, так как часто корпоративную культуру, созданную в одной национальной среде, достаточно тяжело внедрить в другую.

Рисунок 1. Корпоративная культура ABC У.Холла



Когда международная компания открывает новые подразделения на локальных рынках, она сталкивается с тем, что восприятие корпоративной культуры и ее атрибутов, включая степень их этичности, в новой среде во многом зависит от национальной специфики.

Таким образом, проблемы с внедрением корпоративной культуры и оценкой степени ее этичности местными сотрудниками могут возникать на всех уровнях.

Рассмотрим уровень артефактов. В Японии этот уровень сам по себе имеет огромное значение. Например, статус человека легко определить по степени наклона окружающих при встрече с ним, по расположению сидящих за столом, порядку, в котором подают блюда за обедом, времени, отведенному человеку на высказывание мнения в группе,

и другим формальным признакам. Японский язык сам по себе таков, что относительный статус двух говорящих распознается немедленно. Правильное поведение в этой культуре настолько важно, что, если люди не знают профессиональный статус друг друга, будучи представлены друг другу, они сразу же обмениваются визитными карточками, чтобы знать, какую позицию кто занимает. С другой стороны, в американской культуре люди более лояльно относятся к различным формальным вещам, так что при встрече с американцами отсутствие проявления должного уважения не только может быть воспринято японцами как нарушение норм этикета, но и привести к невозможности дальнейших коммуникаций между этими людьми.

При построении корпоративной культуры проблемы оценки этичности действий и поведения представителями разных национальностей также возникают и на уровне В модели Холла. Во многих японских компаниях системы оплаты труда и продвижения по карьерной лестнице основаны на возрасте сотрудников и стаже их работы в компании, поэтому когда международная компания с сильной ориентацией на корпоративную культуру, в которой больше ценятся индивидуальные достижения и профессиональные качества, чем стаж работы, отправляет достаточно молодого менеджера на топовую позицию в японское подразделение, не только сохранив его прежнюю зарплату, но и значительно увеличив ее, в связи с необходимостью переезда, то это также может привести к непониманию и этическому конфликту в японском подразделении компании.

Также причиной этических конфликтов на 2 уровне модели Холла может являться и различие между стилями управления в корпоративной и национальной культурах. Вот, например, типичное высказывание китайского менеджера: “На Западе люди могут спорить и возражать открыто. Если начальник принял решение, ты выполняешь его, но ты можешь сказать ему, что не согласен с его решением. Но у китайцев все по-другому. Ты стараешься догадаться о том, чего хочет начальник, и тогда ты соглашаешься. Ты предлагаешь что-нибудь такое, что ему понравится...”²¹.

Третий уровень корпоративной культуры по модели Холла характеризуется ценностными суждениями большинства сотрудников орга-

²¹ Малявин В. Китай управляемый. Старый добрый менеджмент. М.: “Европа”, 2007. - 304 с. (47)

низации. Например, несмотря на то, что китайцы - очень разнообразная нация, у них существует ряд общих культурных особенностей и ценностей: наследие коммунистического режима, длительная имперская история и влияние конфуцианской философии. Один из важных принципов конфуцианской философии - это принцип *li shang wan lai*, глубоко укоренившийся в голове практически каждого представителя этой нации. *Li shang wan lai* - это принцип взаимного обмена и межличностных отношений, основанных на лозунге «ты мне – я тебе». Проблема с которой сталкиваются западные компании, работающие на рынке Китая и размещающие в Китае производственные мощности - это сложность восприятия китайцами понятия коррупции и взяточничества. В течение тысяч лет в Китае работала система вознаграждения чиновников и руководителей предприятий за их работу, поэтому китайцы не воспринимают данные вознаграждения как взятки. Такая ситуация провоцирует этические конфликты в международных компаниях, которым приходится приспосабливаться к стилю ведения бизнеса в странах присутствия, в частности в Китае.

Еще одним примером возникновения этических конфликтов на фоне различий корпоративной и национальной культур может служить ситуация с которой столкнулась компания “Икеа”. Одной из принципиальных корпоративных ценностей компании “Икеа” является неприемлемость взяток. В результате того, что на российском рынке компания столкнулась с этическими проблемами коррупции и взяточничества, два топ-менеджера в российском представительстве компании лишились своих постов за “терпимость к коррупционным проявлениям”. Однако нельзя утверждать, что компания решила данный этиконациональный конфликт. Увольнение сотрудников не изменило национальные особенности ведения бизнеса, и можно предположить, что для дальнейшей эффективной деятельности российскому представительству компании придется быть “терпимым к коррупционным проявлениям”²².

Но компаниям приходится сталкиваться не только с сопротивлением новой культуры. Иногда этические конфликты в компании могут возникать и из-за юридических нововведений в родной стране. Так, например, запрет на ношение платков в европейских странах (в 2004

²² Леннарт Дальгрэн «Вопреки абсурду. Как я покорял Россию, а она – меня». – М.: Юнайтед Пресс, 2010 г. - 240 стр.

году во Франции был введен запрет на ношение хиджабов, в 2010 году сенат Франции одобрил запрет на ношение паранджи в общественных местах) привел к тому, что многим мусульманским женщинам пришлось уйти с работы, так как этот закон противоречил их нормам и ценностям. Это в свою очередь повлекло за собой массовое протестное движение, а также серьезный культурный и религиозный конфликт в стране.

Разрешение описываемых выше этических конфликтов, с которыми сталкиваются международные компании, позволяет компаниям эффективно работать на локальных рынках. Существуют различные методы и модели, позволяющие компаниям преодолевать непонимание в различных национальных, культурных и социальных средах.

В зависимости от того, каких конфликтов компания больше стремится избежать (между менеджментом иностранного подразделения и головной компании или менеджментом иностранного подразделения и местными сотрудниками), на руководящие должности иностранного подразделения могут назначаться руководители из головной компании либо местные специалисты.

Для снижения вероятности этических разногласий из-за национальных особенностей, в том случае, когда в иностранное подразделение отправляют руководителей из головной компании, сотрудник должен пройти специальное обучение.

Согласно исследованию Танг²³ перед тем как отправить руководителя в иностранное подразделение, международные компании уделяют большое внимание обучению данного сотрудника с точки зрения воспитания чувствительности к культурным различиям. В программу подготовки менеджеров входят следующие пункты:

- Особенности окружающей среды, в том числе информация о геополитических, климатических, социальных особенностях.
- Сведения о культурных институтах и ценностях принимающей страны
- Языковые тренинги
- Тренинги, направленные на развитие гибкости и адаптивности.

К примеру Intel для сотрудников, переводимых в американское подразделение, создал буклет "Things You Need to Know About Working

²³ Tung, R.L. (Ed). Learning from World Class Companies. London, U.K.: Thomson Learning, 2001

in the U.S.A.", в котором раскрыты такие важные особенности для данной страны, как борьба с сексуальными домогательствами, признание прав сексуальных меньшинств и др.

Кроме того, в данном буклете описываются другие национальные и юридические особенности культуры США, а также корпоративные ожидания компании Intel от сотрудников.

Еще одним способом разрешения зарождающихся этических конфликтов, например, при внедрении различных систем управления, требующих открытого обсуждения некоторых вопросов между начальником и подчиненным (например, MBO - Management By Objectives), являются консультации локальных менеджеров при возникновении проблем. В странах с высокой ориентацией на власть, любая открытая дискуссия рассматривается руководителем как нарушение субординации, и многие системы управления не работают. Поэтому, для внедрения данных систем или снижения вероятности возникновения конфликтов по различным национально-культурным причинам, существует практика, когда иностранный менеджер предварительно консультируется и обсуждает с местным коллегой возникающие проблемы и корректирует оценку работы сотрудников для адаптации решений и критериев в данных обстоятельствах.

Также одним из способов, помогающих смягчить возможные этические проблемы при построении корпоративной культуры в стране с противоположными образцами поведения, ценностями и др., является найм молодых выпускников из принимающей страны, которых отправляют на стажировку в головную компанию. Таким образом, гибкий и адаптивный молодой специалист погружается в корпоративную культуру компании и с большой вероятностью ее принимает. Возвращаясь потом в подразделение в родной стране он с большей эффективностью может предотвратить и разрешить возникающие этические конфликты.

При всём обилии методов и моделей, разработанных в международных компаниях для предотвращения межнациональных этических конфликтов, компании сталкиваются с большим количеством этических проблем при выходе на новые национальные рынки. Несмотря на возрастающую важность сильной корпоративной культуры, компаниям часто приходится адаптироваться к местным условиям и разрабатывать гибкую корпоративную культуру, которая позволяет им эффективно работать на локальных рынках.

Список источников

1. Леннарт Дальгрэн «Вопреки абсурду. Как я покорял Россию, а она – меня». – М.: Юнайтед Пресс, 2010 г. - 240 стр.
2. Малявин В. Китай управляемый. Старый добрый менеджмент. М.: “Европа”, 2007. - 304 с. (47)
3. Tung, R.L. (Ed). Learning from World Class Companies. London, U.K.: Thomson Learning, 2001
4. http://grado.institute.sfu-kras.ru/files/grado/61-7._GLAVA_4._Kultura_organizacii.pdf

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФАКТОР УЛУЧШЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ПОЗИЦИЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Киселева О.В.

В настоящее время Россия перешла к рыночной экономике. Рыночной экономике присуще большое количество рынков и систем цен, а также большое количество хозяйствующих субъектов. Главными целями их деятельности являются получение максимальной прибыли и увеличение стоимости акционерного капитала. Данные цели могут быть достигнуты только при правильной политике руководства компаний, на которые оказывают влияние внутренние и внешние факторы деятельности компании.

Одним из наиболее существенных внешних факторов является неотъемлемый элемент рыночной экономики – конкуренция. В современной теории и практике литературе наибольшее внимание уделяют двум видам конкуренции: ценовой и неценовой. Однако, ценовая конкуренция таит в себе ряд проблем для компании. Кроме того, в ряде случаев ее применение влечет сокращение получаемой прибыли и, как результат такого сокращения, ухудшение финансового состояния компании. Поэтому на первое место выходит неценовая конкуренция, одним из инструментов которой является благотворительная деятельность компании.

В настоящее время в зарубежной практике связей с общественностью все больше выделяют деятельность по корпоративной благотворительности. Руководство компаний видят благотворительность одним из способов выражения признательности обществу. Корпоративная благотворительность наиболее часто рассматривается как обязанность и неотъемлемая часть корпоративной деятельности. Это связано с тем, что в условиях рыночной экономики большое число конкурентов, и каждый из них стремится улучшить свой имидж на основе нестандартных маркетинговых коммуникаций, т. е. старается формировать благоприятное отношение к себе с внутренней и внешней стороны организации путем решения проблем общества, непосредственно влияющих на деятельность организации. Одним из таких методов является благотворительность.

Имидж имеет большое значение особенно для крупных или хорошо известных организаций. Кроме того, корпоративный имидж значим в финансовом менеджменте. Имидж представляет собой неявный актив,

отражается в соответствующей статье активной части балансового отчета Североамериканских и Западноевропейских компаний в стоимостном выражении.

В западной практике действия, при которых организации осуществляют продвижение товара при помощи благотворительных акций и благотворительных организаций и передают часть своей прибыли от деловых операций на решение какой-либо общественной проблемы, называются благотворительным маркетингом. Сущность такого маркетинга заключается в том, что компания в обмен на благотворительную поддержку получает право рассказывать своим клиентам, что чем больше они покупают данной продукции, тем больше средств пойдет на благое дело. Компании используют благотворительный маркетинг для того, чтобы сделать что-то хорошее для общества, ассоциировать себя с добрыми делами, что хорошо отражается на их корпоративном имидже²⁴.

В круг интересов структур по связям с общественностью входит участие в различных благотворительных и спонсорских мероприятиях. Эти мероприятия нередко используются для формирования положительного имиджа и решения других задач.

Это направление хорошо известно в практике западного бизнеса. Там нередко крупные компании при создании различного рода благотворительных фондов подчеркивают, что тем самым выполняют свой социальный долг перед обществом. Государственные органы поощряют такую деятельность.

Положительный имидж важен также и для покупателей. Исследования, проведенные в США в 1996 году, свидетельствуют о том, что потребители хотели бы, чтобы компании активно рекламировали свое участие в благотворительных акциях. В 1997 году 76% американских потребителей отметили, что при прочих равных условиях они с большей вероятностью выбрали бы брэнд, который ассоциируется с социальной ответственностью.

В зарубежной практике организации с целью создания своего положительного имиджа и репутации должны иметь сайт в сети Internet,

²⁴ Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход/ Дж. Бернет, С. Мориарти; [под ред. Божук С. Г.] – СПб.: Питер, 2001, - С. 573

на котором отражены отчеты о ее деловой и социальной активности в форме финансовой и социальной отчетности.

Очень часто репутация и социальная ответственность являются идентичными, поскольку показатели, измеряющие репутацию, те же, что и у социальной ответственности – отношения с клиентами, сотрудниками и местными сообществами.

Результаты исследований, проведенных Walker Information, выявили прямую связь между «социальной ценностью» компании и ее репутацией. Для компаний розничной торговли увеличение «социальной ценности» компании на 1 пункт ведет к улучшению репутации на 0,55 пункта, в то время как увеличение «экономической ценности» на 1 пункт улучшает репутацию всего на 0,32 пункта. Социальные показатели оказывают вдвое большее положительное воздействие на репутацию по сравнению с экономическими показателями²⁵.

Одной из основных целей деятельности организаций является увеличение акционерного капитала. Исследования 469 американских компаний разных отраслей показало взаимосвязь между следующими показателями:

- положительная корреляция между доходностью активов и социальной активностью компании;
- положительная корреляция между доходностью продаж и социальной активностью компании;
- положительная корреляция между доходностью капитала и социальной активностью компании.

Инвестиционные фонды, имеющие пакеты в социально активных компаниях, растут в 2 раза быстрее остального рынка.

Исследования 100 германских компаний показало положительную корреляцию между инвестициями в развитие персонала и курсом акций компании. Это вызвано тем, что организации наиболее выгодно вложить средства для решения проблемы, которая может у нее возникнуть, а не на решение ее последствий, а также для повышения качества выпускаемой продукции. Такая практика наиболее распространена в деятельности транснациональных компаний в слабо экономически развитых странах, а также в последнее десятилетие в России для решения последствий экономических реформ первой половины 90-х гг. XX века.

²⁵ Туркин, С. В. Социальные инвестиции в бизнесе: Пособие для менеджеров / С. В. Туркин. – М.: Российский университет, 2003. – С. 18

Благотворительность может быть использована также с целью установления контактов с органами власти, и, как следствие этого, доступ к ограниченным ресурсам и заключение взаимовыгодных контрактов, инициаторами которых является государство.

В связи с этим, необходимо выделить основные функции, которые выполняет благотворительность в коммерческой организации (см. рисунок 1).

Рис. 1. Функции благотворительности в организации



Тем самым, можно сказать, что в бизнесе перед связями с общественностью стоят две главные задачи:

1. Установить и поддерживать контакты, обеспечивать необходимый уровень взаимопонимания между стратегическими «группами влияния»: клиентами, акционерами и персоналом²⁶. Благотворительность компании обеспечивает взаимодействие с целевой аудиторией потенциальных аутсайдеров компании: покупателями, акционерами, властями и т. д., что в свою очередь обеспечивает связи с общественностью, органами власти и т. д.
2. Содействовать продвижению товаров и услуг компании в конкурентной среде²⁷.

В то же время, благотворительные мероприятия, в меньшей степени появляются из чистого альтруизма, и за гуманитарной деятельностью фирм стоят вполне экономически осмысленные цели.

Полющенными социальными инвестициями могут считаться осознанные действия компании, направленные на улучшение качества жизни местного населения и на приращение социального капитала, в который включается качество социальных коммуникаций, степень доверия между людьми, социальная солидарность, готовность прийти на помощь и готовность к совместной работе на общее благо. Филантропия как акт бескорыстной помощи может быть частью социальных инвестиций.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод о том, что благотворительность в большинстве случаев может быть использована в корыстных целях деятельности организации. В том случае, если не рассматривать корыстные цели, организация, направляя средства на благотворительную деятельность, производит инвестиции в потенциальные и реальный человеческий капитал организаций, а также осуществляет борьбу с маргинализацией общества. Направляя средства на борьбу с наркоманией, алкоголизмом, на здравоохранение, образование и т. л. сокращает свои издержки в будущем на их обучение, лечение и т. д., а также на повышение качества производимой ими продукции. Таким образом, происходит перераспределение ресурсов от благотворителя к благополучателю и, в дальнейшем, обратно к благотворителю в виде повышения уровня работоспособности работников, повышения каче-

²⁶ Управление общественными отношениями: Учебник [Под общ. ред. Комаровского В. С.] – М.: Издательство РАГС, 2003. – С. 158

²⁷ Там же, С. 159

ства выпускаемой продукции или услуг, объема продаж, прибыли и стоимости акционерного капитала.

Преследуя благую цель для благополучателей, благотворитель получает при этом выгоду для себя. Так, в 1980 г. компания American Express провела благотворительную акцию. Суть акции заключалась в том, что при совершении расчетов картой компании 1 цент направлялся на ремонт Статуи свободы. Данная акция привела к тому, что уже после окончания первого месяца акции количество расчетов при помощи карт компании увеличилось на 28% и увеличение новых пользователей карт на 45%.

Индикаторами эффективности социальных акций служат данные о продажах: узнаваемость продукции и брэнда, интерес к продукции, количество и мотивация покупателей, совершивших первую покупку, эффективность информационных кампаний и PR, намерение приобретать продукцию и т. д.

Таким образом, благотворительную деятельность как традиционную благотворительность применительно к коммерческим организациям рассматривать практически нельзя. Это связано с тем, что в большинстве случаев данные благотворители рассматривают ее как один из возможных механизмов перераспределения ресурсов организаций с целью их увеличения или накопления.

УСЛОВИЯ ЭФФЕКТИВНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА СОБСТВЕННИКОВ И УПРАВЛЯЮЩИХ

Княжев О.В.

В современных производственных отношениях Собственник и Управляющий должны отходить от крайних вариантов: Рабовладелец – Гладиатор или Отец – член семьи, работник.

Как не попасть в клубок взаимоотношений, которые в диапазоне от вседозволенности и полнейшей анархии Управляющего, до забюрократизированного деспотизма Собственника ведут, в конечном счете, к упадку производства? Как найти тот оптимальный баланс во взаимоотношениях Собственника и Управляющего, когда наступает определенная гармония управления производством? Как сделать так, чтобы личные качества, «понятия», степень образованности и компетентности Собственника начали работать на общее дело и помогали Управляющему в его работе? Как умерить аппетиты и амбиции Управляющего и побудить его эффективно и с полной отдачей работать каждодневно многие годы.

Все взаимоотношения, построенные на договоренностях, на авторитете, на различного рода временных стимулах остаются всегда временными и не являются надежной основой для реализации долгосрочных проектов и длительных успешных взаимоотношениях Собственник - Управляющий.

Только четко формализованные и выверенные взаимоотношения дают шанс избежать принципиальных конфликтов. Эти формализованные взаимоотношения должны быть выгодны всем и Управляющему и Собственникам при реализации долгосрочных проектов в их бизнесе и развитии предприятия.

Функциональные обязанности - необходимость должностной инструкции Управляющего для Собственника и самого Управляющего. Зачем нужна должностная инструкция? В Трудовом кодексе упоминания о ней нет. Тем не менее, указанный документ является основополагающим во взаимоотношениях между работником и работодателем.

Часто возникает вопрос о составлении должностной инструкции на директора организации. В принципе, на директора должностная инструкция может не разрабатываться. Все его права и обязанности уже прописаны в законодательстве и в учредительных документах общества. Тем не менее, самому Управляющему вне зависимости от того, что с ним обговаривается и подписывается Контракт, следует позабо-

таться о таком документе, утвержденном или Председателем Совета Директоров, или решением Совета Директоров.

Контракт – как бы он хорошо не был проработан, как бы в нем не были прописаны все нюансы деятельности Руководителя – является и должен являться строго конфиденциальным документом. Строго ограниченное количество людей имеет доступ к этому документу, как правило, не все члены Совета Директоров, а только главные, основные собственники.

Должностная же инструкция Управляющего более доступна для ознакомления. Это позволяет Управляющему на совещаниях различного уровня, включая Совет Директоров, или даже на общих собраниях смело апеллировать к своей Должностной инструкции.

Одним из способов защиты прав руководителя перед собственниками компании является трудовой договор (контракт), заключенный между учредителями (участниками) и генеральным директором.

Должностная инструкция, как и контракт должны быть тем демпфером, который останавливает «горячие» головы в Совете Директоров.

Совет директоров работает эффективно, если способен принимать решения независимо от акционеров, управляющего, менеджмента и любых внешних факторов, способных привести к конфликтам интересов. С такой независимостью в крупных российских компаниях большие проблемы. Но даже в России находятся советы директоров, которые, несмотря ни на что, удается эффективно работать.

Советы директоров российских компаний отстают от своих западных коллег. Состав большинства советов в гораздо большей степени, чем на Западе, предопределен структурой собственности компании. Почти две трети (66,3% мест) в советах директоров занимают инсайдеры — люди, тесно связанные либо с менеджментом, либо с контролирующим акционером, либо с сотрудниками организаций, оказывающих компании коммерческие услуги. Доля инсайдеров зачастую намного превышает даже долю контролирующих акционеров в структуре собственности компании. По данным S&P, контролирующие акционеры в среднем владеют 58% компаний.

Лишь 19% мест в советах директоров российских компаний принадлежат неаффилированным директорам, т. е. тем, кто не имеет никаких финансовых связей с компанией, ее акционерами, поставщиками или контрагентами. Это гораздо меньше, чем в Западной Европе. Анализ списка 100 крупнейших компаний, котирующихся на LSE, проведенный хедхантинговой компанией Heidrick & Struggles, показал, что

в среднем 57% мест в советах директоров этих компаний занимают независимые директора. Даже страны с высокой степенью концентрации собственности по доле независимых директоров намного опережают Россию. В советах директоров 40 крупнейших компаний Франции и Италии она составляет 51% и 52% соответственно.

К сожалению, советы директоров на Российских предприятиях редко выполняют функцию помощника управляющему и самому производству. Часто Совет ограничивается ролью контролера, а то и подталкивает к решениям, способным нести вред развитию бизнеса. Генеральному Директору предприятия приходится балансировать между интересами отдельных групп, входящих в Совет директоров, основными собственниками, интересами самого предприятия и производства.

Никто не может отрицать роли собственников в стратегическом развитии фирмы или предприятия, роли Совета директоров как необходимого и неизбежного функционального звена акционерного общества. Но необходимо всегда помнить о первоочередной роли не абстрактного топ-менеджера, а генерального директора акционерного общества. При удачной и мягкой посадке самолета в аэропорт прибытия - все пассажиры, не зависимо от их финансового состояния, возраста, политического веса аплодируют Капитану воздушного судна. Так и в любой организации, вне зависимости от ее формы собственности, все от акционеров, совета директоров и работающих обязаны понимать и ценить роль и ответственность Управляющего.

Одна из форм регулирования трудовых отношений - коллективный договор. Содержание коллективного договора определяют его стороны: работодатель и работники предприятия в целом или отдельных подразделений. Действие коллективного договора, заключенного в филиале, представительстве или ином обособленном структурном подразделении организации, распространяется на всех работников соответствующего подразделения. В коллективном договоре стороны могут установить правила, которые касаются всего коллектива: систему оплаты труда, механизм ее регулирования, обязательства работодателя по вопросам занятости работников, их профессионального обучения, охраны труда, социального обеспечения, предоставления отпусков, льгот и гарантий. Кроме того, в нем могут быть отражены такие обязательства работников, как соблюдение правил внутреннего трудового распорядка, отказ от забастовок и др.

Документ о компенсациях управляющему. Американский термин «золотой парашют» становится популярным в России. «Золотой пара-

шют» — это договор с топ-менеджером компании, предусматривающий выплату значительной компенсации в случае прекращения трудовых отношений. Может оговаривать продолжение выплаты заработной платы, премии и/или определенные льготы и привилегии, а также механизм материального стимулирования в форме пакетов акций.

Считается, что «золотой парашют» мотивирует менеджеров для эффективной работы на компанию, потому что ему не приходится задумываться о своем будущем в случае увольнения и отвлекаться на поиск источников заработка за пределами компании или, что еще хуже, в пределах предприятия (увод активов из компании, например). Кроме того, в случае увольнения чтобы генеральный директор (как это часто встречалось в небольших российских компаниях) не предпринимал ответных шагов по отношению к компании, как, например, похищение печати или важных документов. Такой метод формализации процесса увольнения, как выплата солидной денежной компенсации (этого самого «золотого парашюта»), существенно понижает риск столкнуться с махинациями недовольного своим увольнением директора.

Кодекс нравственности и этики. Принятие положений этики и нравственности в интересах эффективного функционирования систем управления влечет за собой соблюдение целого ряда правил.

Одно из них заключается в том, что этика ожидает от участников всех элементов производства высокой степени заинтересованности и добровольной ответственности. Это означает, что каждый работник, включенный в процесс, исходя из внутренних убеждений, преодолевая естественные эгоцентрические устремления, должен строить свои отношения с другими субъектами системы на основе терпимости и доброжелательности, руководствуясь общими корпоративными интересами. Поэтому очень важен ответ на вопросы: в какой степени сотрудники морально готовы к этому, и какие практические действия, шаги следует предпринять для усиления этической и нравственной самодисциплины?

Для периода, переживаемого экономикой нашей страны, когда к деятельности по товарному производству и рыночным отношениям, бизнесу подключились и подключаются многие тысячи неопытных предпринимателей, а в их числе и просто недобросовестные люди, особое значение имеет принцип не нанесения вреда.

С принятием норм этики и нравственности в управлении производством возникает необходимость осознания потенциальных последствий, как недобросовестности, так и злоупотреблений. Этичными

являются меры, противостоящие проявлению корысти и фальсификации. При этом появляется целый ряд новых явлений, которые требуют оценки и глубокого рассмотрения.

Одно из таких явлений — применение метода самооценки. Самооценка, по существу, является лакмусовой бумажкой для определения этического уровня исполнителя. Самооценка принципиально отличается от административной оценки и от оценки третьей стороной. Возникает новая этическая проблема: сообщать о выявленной своей ошибке или положительном результате, предупредить возможные последствия или промолчать? В первом случае в сознании человека возникает борьба между страхом и служебной, профессиональной ответственностью. Во втором идет борьба противоположного характера: между скромностью (весьма вероятно, ложной) и профессиональной удовлетворенностью, которой хочется поделиться.

Это очень важно особенно при взаимоотношениях собственников между собой и управляющим. Нравственные начала таких взаимоотношений, их честность и порядочность — основа успеха деятельности предприятия. «Если царство разделится само в себе, не может устоять царство то; и если дом разделится сам в себе, не может устоять дом тот». [Евангелие от Марка 3,24]

Чем выше этический и нравственный уровень человека, тем достовернее оценка! В этом заключается глубокая этическая сущность метода самооценки.

Лояльность собственника в современной структуре корпоративного управления не обеспечивается никаким специальным институтом и всецело зависит от интересов и настроения самого собственника. В то же время лояльность управляющего должна обеспечиваться комплектом формализованных документов, и реализуется в виде вклада (инвестирования), энергии знаний, усилий, эмоций, времени менеджера в работу предприятия.

Информированность собственника о состоянии и возможностях предприятия в общем случае значительно ниже, чем управляющего. Последний может использовать знания специалистов, работающих на предприятии, что в большинстве случаев недоступно или ограничено собственнику.

Наконец, уровень подготовки целого ряда собственников вряд ли может быть оценен высоко. Как правило, собственник не имеет и не должен иметь образование, соответствующее профилю и техническому уровню предприятия, акциями которого он обладает. В отличие от соб-

ственника управляющий обычно принимается на работу при наличии соответствующего образования и опыта работы.

Следовательно, именно на управляющего должна быть возложена задача изучения и выявления интересов предприятия в стратегическом процессе. Вместе с тем управляющий должен стать движущей и организующей силой и в процессе реализации комплексной стратегии предприятия.

Необходимо восстановить системный баланс прав и ответственности всех участников производства путем изменения структуры управления предприятиями. Такой баланс должен поддерживаться системой общенационального государственного стратегического планирования, охватывающего большинство предприятий, и опираться на правовые нормы. Для этого нужно в ближайшее время разработать и принять «Федеральный Закон о предприятии» - как самостоятельный нормативный акт, устанавливающий права, ответственность и лояльность каждого участника производственно-финансовых и плановых процессов на современном предприятии. Применение и внедрение такого закона на практике — реальный шанс не только для модернизации управления, но и для подъема производства в России.

Центральной фигурой на российских предприятиях должен стать не собственник, а системный, гуманитарно-ориентированный, ответственный и справедливый Управляющий-20.. года. Поэтому изменение системы управления на российских предприятиях должно быть направлено на усиление роли и повышение качества управляющего. Кардинальное изменение стратегической эффективности отечественных предприятий, которое не смогли и не захотели провести собственники, должны сделать управляющие.

Новое поколение системных российских управляющих на всех уровнях управления должно «взять игру на себя», принять ответственность за судьбу российских предприятий, а значит, и за судьбу российской экономики. В Стратегию-2020 необходимо включить раздел «Управление-2020», главенствующую роль в котором должны занимать вопросы управления отечественными предприятиями в т.ч. проблемы повышения системных и гуманитарных требований к управляющему и качественному уровню его профессионального образования.

Библиография

1. Документы Федеральной службы по труду и занятости. Официальный сайт. (www.rostrud.ru/documents/).

2. Федеральный Закон от 08.02.98 № 14 «Об обществах с ограниченной ответственностью».
3. Федеральный Закон от 26.12.95 № 208 «Об акционерных обществах».
4. «Несовершенная структура российских советов директоров вредит их работе» 29.03.07 Газета "Ведомости".
5. «Трудовой Кодекс Российской Федерации»(ТК РФ)от 30.12.2001 N 197-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.12.2001).
6. Налоговый кодекс Российской Федерации.
7. Менеджеральная революция и институты. Институциональная экономика: развитие, преподавание, приложения. Материалы Международной конференции. Гл. ред. акад. С.Ю. Глазьев, чл.-корр. РАН Г.Б. Клейнер. М. :ГУУ, 2011

МОТИВАЦИЯ И ЭТИКА: К ИСТОРИИ ВОПРОСА

Кузьмичев А.Д.

В рамках XVII апрельского HR-форума «HR-2012: эффективные стратегии, успешные решения» эксперты по работе с персоналом поделились опытом разработки и внедрения инновационных HR-технологий. Среди разработок оказались единая коммуникационная HR-кампания для крупной международной компании, объединённая в сеть, корпоративные социальные сети и все тот же социальные пакет. Впрочем, репортаж о форуме, размещённый в Российской Бизнес-газете (№ 16 (845) от 24.04.1012), больше напоминает пиар-акцию крупного бизнеса и вездесущих консультантов.

Отметим, что все подобные обсуждения, так или иначе «перелопачивают» исследовательскую ниву, связанную с коммуникативной функцией менеджмента, впервые основательно изложенную Честером Барнардом в книге «Функции руководителя» (М., Челябинск, Социум, ИРИСЭН, 2009). Кстати, и в наше время так же актуален вывод учёного о том, что выживание любой организации «зависит от поддержания сложноустроенного равновесия в постоянно меняющейся внешней среде, образованной физическими, биологическими и социальными материалами, элементами и силами, которые требуют, чтобы внутренние процессы организации соответствовали им. Мы должны будем уделить некоторое внимание внешним условиям, к которым происходит адаптация, некоторое внимание, но, прежде всего, нас интересуют те процессы, которые её обеспечивают».

Кстати, Барнард даёт в книге своё видение проблемы рациональности или равновесия, так любимой экономистами. «Рациональность, или равновесие, можно обеспечить, либо изменив мотивы участников (или заменив их участниками с подходящими мотивами), то есть за счёт воздействия на социальный фактор, либо за счёт производственных факторов, которые могут распределяться между участниками. Производственные результаты могут носить материальный, социальный или смешанный характер. Некоторым людям нужно материальное удовлетворение, другим требуются социальные преимущества. Большинству людей нужно и то и то, но в разных сочетаниях». В назидание тем, кто забывает о наследии управленческой мысли, напомним ещё одну посылку Барнарда: «Применительно к промышленным организациям обычно считается, что группа состоит из «начальников» и «подчинённых», но иногда к ней причисляют акционеров, способ участия которых

в группе совершенно иной, - пишет он. - В зависимости от контекста в группу могут включаться также кредиторы, поставщики и потребители – например, когда речь идёт о том жизненно важном аспекте деятельности организации, который называется «good will», или деловая репутация».

Современник Честера Барнарда, блестящий учёный Николай Чарновский, автор первого учебника по организации производства (Организация промышленных предприятий по обработке металлов. 1 издание – 1911 год; второе издание 1915 год, третье издание 1918 года), серьёзно заботился о репутации бизнеса не на словах, а не деле. Выступая на процессе Промпартии в 1930 году он, в частности, сказал: «В Сормове, я позволю себе отметить, я первый в России ввел 8-часовой рабочий день вместо 12-часового в горячем цехе, которым я заведывал. Все цехи работали в две смены. Я сделал механизацию, которая позволила ввести 3-сменную работу. Это удалось мне провести с большими затруднениями, но, тем не менее, я этого добился, чем усилил выпуск и достиг увеличения заработка рабочих (Известия, 1 декабря 1930 года).

В своём учебнике Чарновский, помимо детального изложения вопросов организации производства, уделяет важное место проблемам мотивации и этики. Освещая данную тему, он описывает европейский опыт - в начале XX века он часто бывал в научных командировках как профессор Императорского технического училища. Так, описывая решение данной проблемы на немецких предприятиях, Чарновский пишет: «... можно указать на опыт применения на практике этого распределения (сокращённое обозначение по-немецки “G.B”. – “Gewinn-Beteiligung”), дающий, по видимому, положительные результаты в интересах самого предприятия, - это примененная профессором Аббе в мастерских фабрики Цейсс в Иене система вознаграждения и участия в прибылях, принципы которой изложены в статуте предприятия. Быть может, сравнительный успех системы тесно связан с исключительным по интеллектуальным свойствам подбором рабочих, вызываемым самим характером производства. Нельзя, однако, при этом не отметить, подлинного отзыва самого инициатора системы, проф. Аббе, по поводу применения на практике “G.B”, а именно: «Каких-либо благоприятных последствий для предприятия, как, например, - подъёма прилежания, усердия и т.п. со стороны участников работы – мы приписать введению “G.B” не можем. Точно так же, мы не могли констатировать каких-либо заметных результатов действия системы в социальном и моральном отношениях». Далее Чарновский пишет о том, что «заработок рабочего,

по статуту ф. Цейсс, составляется из следующих частей: 1) из установленной почасовой платы, которая, по статуту, ни в коем случае не может быть понижена; 2) из прибавки аккордной платы, в зависимости от частного случая работы; 3) из доли общей прибыли, зависящей от общего хода дела, т.е. в зависимости от того, оказался ли отчетный год хорошим или плохим. Эта доля составляла за ряд лет величину от 5 до 10 % от общего заработка».

Продолжая проблему участия работников в прибылях предприятия, он отмечает, что в те годы более «обычными в наше время является такие формы участия рабочего в прибылях предприятия, где значительная доля прибыли (если не все целиком) отчисляется и обращается не на личную выдачу рабочим, а на поддержку и развитие различных учреждений общественного назначения (“Wohlfahrtseinrichtungen”), служащих в особенности интересам всех рабочих, привязанных на долгое время к предприятию и заинтересованных в улучшении общих условий жизни в данном месте. Таковы меры к улучшению жилищ, оказанию врачебной помощи, обучению детей, устройству касс взаимопомощи, пенсионных и больничных касс, поддержке просветительных учреждений и различных развлечений и т.д. Одним из лучших примеров такого именно распределения и назначения доли участия в прибылях является система, применяемая на машиностроительном заводе Br.Stork & C в Hengelo, в Голландии».

При этом Чарновский ссылается на публикацию в журнале *Werkst-Technik*, 1908г. (№ 3, стр. 148) и брошюру проф. Н.А. Умова «Из истории науки и техники» о системе проф. Аббе. Кстати, эта компания-долгожитель из Нидерландов в наши дни успешно осваивает российский рынок. «Ещё школьником Чарльз Теодор Сторк мечтал о карьере владельца мануфактуры, - написано на сайте компании. - По окончании школы, в 13 лет, он приобрел три ткацких станка на одолженные у отца деньги и основал свое предприятие под названием *Weefgoederenfabriek C.T. Stork & Co.* (мануфактура C.T. Stork & Co.). Чарльз Теодор Сторк стал самым молодым предпринимателем в истории Нидерландов, этот факт по сей день увековечен в Книге рекордов Гиннеса (<http://storktechnicalservices.org/ourhistory.php>).

Как и Барнард, Чарновский даёт своё понимание термину организации «Следует различать три вида организации, уточняет он, «на самом деле – тесно между собою связанных и трудно разделяемых: общая административная организация, включающая высшие распорядительные органы предприятия («Правление»), затем лицо, состоящее во главе

всей распорядительной части на самом заводе, - директор завода, и все подчинённые ему органы для руководства общим ходом производства; 2) техническая организация, мобилизующая весь технический персонал предприятия, от главного инженера до рабочего, непосредственно осуществляющего программу производства изделий, пользуясь разработанной системой указаний при исполнении работ, контроле и приемке изделий и 3) коммерческая организация, имеющая своей задачей контроль производства и учет его, в смысле оценки результатов технической работы, а так же – снабжение предприятия всеми необходимыми материалами (часто также рабочей силой), наконец – сбыт изделий и все внешние сношения». В целом же Чарновский дает такое определение промышленному предприятию: «Промышленное предприятие представляет собою организацию, в которой при помощи технического оборудования, созданного капиталом и организованного на его средства умственного и физического труда служащих и рабочих, создаётся некоторая сумма новых ценностей». Но это определение учёный даёт в книге «Технико-экономические принципы в металлопромышленности», вышедшей в 1927 году в издательстве Оргаметалл. Данная работа, в отличие от учебника, задумывалась автором как новое учение об управлении. Размышляя на эту тему, он писал: «Промышленное производство есть дитя двух начал: потребности людской и инициативно-технического творчества. Как первое начало – нужда, по народной пословице «научающая калачи есть», само по себе не может создать производство в его промышленных формах, так и второе начало – личное творчество, зарождающееся в тайниках лаборатории человеческого духа и вытекающее из потребности этого свободного духа, по существу, и нередко даже вне прямых материальных запросов жизни, не могли сами по себе стать основой для развития промышленных отраслей. Только в соединении этих двух начал – общественных потребностей и индивидуальной творческой работы выдающихся умов, притом в условиях хорошо подготовленной в хозяйственном отношении среды, - мы видим основное условие и исходный решающий момент для развития отраслей промышленности. Мы знаем, что число этих умов, которые внесли и теперь вносят в нашу жизнь приложение научных истин к увеличению жизненных благ путём технических усовершенствований во всех отраслях производства, совсем невелико по сравнению с массами людей, использующих эти усовершенствования».

Оставаясь технократом, он отмечает, в частности, важность предпринимательского духа в управлении. «Мы знаем так же, что ни одно

из этих завоеваний техники не только не родилось без тяжёлой борьбы и лишений для его автора-творца новых технических форм, но и не вошло в жизнь без последующей, дополняющей и весьма ценной организационной работы, сопряженной с инициативным риском, и что многие наши промышленные достижения обязаны своим расцветом, помимо технического творчества, также в не меньшей степени талантливому труду и инициативной решимости организатора, - пишет учёный, - коллективной работе этих двух инициативных сил и тесному союзу научно-технических отраслей с духом предприимчивости человечество и каждая страна обязаны современными успехами промышленности».

Изучая природу мотивации, Чарновский выявляет прямые и косвенные причины.

«К числу причин прямых необходимо отнести установленную в предприятии систему оплаты труда (поденную, сдельную или с премией), которая оказывает существенное влияние на производительность труда», - полагает учёный. К числу причин косвенных, по его мнению, «следует отнести как внешние, бросающиеся в глаза условия обстановки труда (как, например, характер рабочих помещений в смысле света, воздуха, отопления и вентиляции и проч.), так и внутренний распорядок и контроль самих работ, обуславливающий большее или меньшее количество «непроизводительной» затраты времени каждым «производительным» рабочим, наличность разработанной системы указаний со стороны технического бюро, организации самого технического бюро, инструктажа, - словом, все, что относится к деятельности руководителей производства, которую в данном случае можно уподобить деятельности генерального штаба в армии или командного состава на фронте». Но на этом он не останавливается, выявляя ещё более «тонкие» задачи – «отношения взаимного доверия и понимания между служебно-административным персоналом и рабочими, которые очень часто зависят от личного такта, выдержки и вообще свойств характера лица, управляющего мастерской (что особенно подчеркивается в известном труде Ф. Тейлора)». Он убеждён, что подъёму производительности труда содействует «все то, что создаёт бодрое, весёлое и доверчивое настроение всех участвующих в производстве людей».

Книга вышла в 1927 году и понятно осторожное замечание Чарновского о том, что «в задачи изложения предмета «Организации промышленных предприятий» совершенно не входит рассмотрение так называемого «рабочего вопроса»: роли «хозяина-предпринимателя», «техника-руководителя» и рабочего в одном и том же предприятии рас-

смагиваются здесь исключительно в их отношении к производству, деятельными элементами которого они являются, следовательно, вне и помимо принадлежности их к известному классу и солидарности с интересами этого класса. С точки зрения же успехов производства и жизнеспособности предприятия представляется совершенно очевидным, что при надлежащем согласовании интересов каждой группы с успехами самого производства (тем более устраиваемого государством) интересы этих отдельных групп не могут быть противопоставляемы друг другу при условии надлежащего их понимания».

В наши дни гармонизация выявленных Чарновским групп интересов остаётся по-прежнему актуальной задачей. По мнению Александра Крымова, автора нескольких книг, её решение связано с осмыслением и применением зарубежного опыта. В последней работе «Управление персоналом на 100 %. Как стать эффективным HR-директором (СПб., Питер, 2010), он пишет о том, что зарубежные компании «привезли к нам свою корпоративную культуру и систему управления, которая где-то кем-то отработана (и продолжает отрабатываться) и в которую вложены огромные средства. Персонал, в том числе российский, буквально воспитывается именно под эту культуру». Одной из новинок стало сложное решение, изобретённое в Японии. «Оно называется принципом кафетерия, - полагает Крымов. - Система напоминает выбор призов победителем «Поля чудес». Компания разрабатывает «меню» из различных услуг социального пакета: компенсация горючего, оплата спортзала, мобильного телефона, затрат на отдых, медицинскую и другие страховки и т.п., каждая услуга оценивается определённым количеством баллов. Работники имеют возможность набрать из желаемых элементов соцпакета некоторую «сумму»... у этого решения есть лишь один недостаток: его надо обслуживать. То есть кто-то из работников должен специально заниматься учётом и распределением всех этих благ, а если компания крупная, то это довольно большая работа». На наш взгляд, эти новомодные «чудеса», не что иное, как попытки в новой «упаковке» объяснить одну из самых важных проблем – проблему мотивации, во многом основанную на этике бизнеса.

МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ

Лебедев И.В.

Рассмотрены историко-экономические и теоретические предпосылки возникновения концепции социальной ответственности бизнеса, характерные черты ее типовых моделей.

Ключевые слова: модель социальной ответственности бизнеса, концепция достойного труда, компания собственников, компания участников.

Идея о том, что экономическая деятельность должна не только обогащать собственников средств производства, но обеспечивать благосостояние тружеников, возникла в глубокой древности, развивалась параллельно с формированием общечеловеческих нравственных ценностей и нашла отражение в древних исторических документах. Так, в «Наставлении гераклиопольского царя своему сыну Мерикару» (Древний Египет XXII в. до н. э.) говорится: «Богатый народ не восстает» [1, С. 31]. В сборнике законов месопотамского царя Эшнунни (XX ст. до н.э.) были установлены фиксированные цены на основные продукты, нормы заработной платы, а также материальная ответственность работников за качество работы [2, С. 42-43]. В кодексе законов вавилонского царя Хаммурапи (XVIII в. до н.э.) многие положения касались регулирования экономических отношений: найма работников, размеров оплаты за наемный труд, правовой защиты личности рабочих и даже защиты прав потребителей. Мыслители древнего Востока в трактатах «Артхашастра» (Индия IV-III в. до н. э.) и "Гуань-Цзи" (Китай IV в. до н. э.) также высказывали мысли о том, что благополучие государства зависит от благополучия народа, и давали советы правителям, как этого достичь. Мыслители античного мира, хотя оправдывали рабство, высказывались за моральное и материальное стимулирование рабов (Ксенофонт), необходимость государственного регулирования цен (Платон), о нежелательности чрезмерного имущественного расслоения общества (Аристотель), но заботу о человеке, его благосостояние они рассматривали лишь под углом благотворительности и меценатства (от имени римского патриция Гая Цильния Мецената) [3].

Идеи милосердия, благотворительности и справедливости прочно вошли в постулаты мировых религий, но в период разложения феодализма и первоначального накопления капитала претерпели определенный откат: представители течения меркантилизма в экономической

науке провозгласили, что ограничение заработной платы наемных работников и снижение жизненного уровня народа является главным способом сокращения издержек производства и накопления богатства.

Основоположники классической школы политической экономии В. Петти, А. Смит и др., развивая теорию свободы частного предпринимательства при минимальном вмешательстве государства, вместе с тем не игнорировали социальные аспекты производства, подчеркивали, что богатство нации создается трудом, и одним из его главных факторов является «полезность талантов, полученных гражданами страны» [4, С. 271]. Созданные А. Смитом основы трудовой теории стоимости поставили человеческий труд в центр экономики.

Весомый вклад в развитие идей социальной справедливости и ответственности бизнеса внесли социалисты-утописты, которые резко критиковали жестокую эксплуатацию трудящихся и разрабатывали проекты справедливого и счастливого общества, лишённого неравенства и эксплуатации. Их идеи оказали значительное влияние на развитие экономической и социальной мысли, рабочее и кооперативное движение, хотя и не имели серьезной теоретической основы, а эксперименты потерпели поражение. Большой заслугой первых социальных реформаторов стало новаторское понимание роли человеческого фактора, инвестиций в человека, создания благоприятных условий труда.

Бурное развитие капитализма в западноевропейских странах вкпе с периодическими кризисами, рост численности наемных работников и активизация их борьбы за свои права способствовали возникновению радикальной коммунистической теории о неизбежности гибели капитализма и социалистической революции, призванной установить диктатуру пролетариата, уничтожить частную собственность и эксплуатацию, утвердить социальную справедливость. В конце XIX в. эти идеи трансформировались в умеренные социал-демократические концепции, которые предусматривали достижение социальной справедливости путем реформ, сотрудничества труда и капитала.

Переход промышленности на машинное производство вызвал появление научной школы управления, представители которой отмечали необходимость развития способностей работников, но считали это не целью общественного производства, а лишь средством «достижения наивысшей производительности людей и машин». Вместе с тем Ф. Тейлор и его последователи не игнорировали необходимость развития социальной сферы предприятий, выступали за стимулирование рабочих с помощью прогрессивной системы оплаты труда, налаживание отноше-

ний сотрудничества между работодателями и работниками. Само понятие «социальной ответственности бизнеса» впервые было сформулировано одним из последователей Тейлора американским исследователем Г. Ганттом в книге «Организация труда» (1919) [5, С. 71].

Развернувшаяся после Второй Мировой войны научно-техническая революция вызывала потребность в квалифицированных и, следовательно, более дорогих кадрах, а благоприятная экономическая конъюнктура создавала материальные возможности для ее удовлетворения. Это способствовало дальнейшему распространению идеи о социальной ответственности бизнеса. В США и Западной Европе были опубликованы обстоятельные научные труды известных ученых в области менеджмента П. Друкера, Г. Боуэна, К. Дэвиса, О. Тида, посвященные этой проблематике. О. Тидом была выдвинута концепция качества трудовой жизни, которая получила широкое распространение с середины 70-х гг. и легла в основу разработанной МОТ Концепции достойного труда.

Большой вклад в разработку теории социально направленной экономики внес Дж. М. Кейнс, который в работе «Общая теория занятости, процента и денег» (1936) обосновал необходимость стимулирования эффективного спроса с помощью как прямых методов, прежде всего путем создания мощного государственного сектора, так и косвенных - влияния на инвестиции, размеры заработной платы, процентных ставок и других инструментов бюджетной, финансовой и денежной политики. Дж. М. Кейнс предложил использование планирования и прогнозирования, рассматривал развитие и реализацию способностей человека, расширение возможностей его личного выбора как одно из важных условий экономического роста. С именем Кейнса связано появление в научной литературе понятия «социальная политика».

В период перерастания капитализма свободной конкуренции в монополистический ситуация с соблюдением норм этики и социальной ответственности бизнеса заметно ухудшилась. Монополии часто злоупотребляли своим положением на рынке, игнорировали интересы партнеров, акционеров, работников и потребителей. Странники классического либерализма «теоретически обосновывали» стремление к экономии затрат на оплату труда и социальные мероприятия, поскольку они ведут к снижению конкурентоспособности. Социальные обязательства бизнеса перед обществом должны ограничиваться, по их мнению, только экономическим аспектом - максимизацией прибыли, выплатой дивидендов акционерам, удовлетворением общественных потребностей

в товарах и услугах, на которые существует спрос, уплатой налогов и выплатой работникам заработной платы. Наиболее откровенно это выразил Нобелевский лауреат по экономике М. Фридман (род. в 1912 г.), который писал: "Существует несколько опасных для основ нашего свободного общества течений, таких как признание руководителями предприятий иной социальной ответственности, кроме как служить интересам своих акционеров", а также: "единственным бизнесом бизнеса является максимизация прибыли в рамках соблюдения существующих правил игры ..., социальная ответственность бизнеса - это принципиально вредная доктрина» [6, С. 145-146].

Экономический кризис 70-х годов прошлого века способствовал распространению нелиберальных (неоконсервативных) концепций, в основе которых лежали постулаты "чистого рынка", "минимального государства" и минимизации расходов (прежде всего социальных). Широкое распространение получила концепция «компаний собственников» (shareholders company), согласно которой главной и, по сути, единственной целью корпорации является максимизация прибыли для увеличения капитализации и выплаты акционерам высоких дивидендов. Одновременно отстаивалась минимизация налогообложения бизнеса как одно из средств повышения его конкурентоспособности. Результатом реализации подобных установок - получивших название «рейганомика» и «тэтчеризм» - стало сдерживание роста зарплаты, сокращение социальных расходов и стимулирование спроса посредством кредитования, что в конечном итоге привело к мировому экономическому кризису 2008 г.

Несмотря на очевидную научную несостоятельность и антигуманную направленность либерально-монетаристских концепций, они широко представлены в научных кругах, активно распространяются средствами массовой информации. Движущей силой этого процесса являются деньги: богатые хотят платить как можно меньше налогов и потому финансируют распространение теорий тотального либерализма, который предусматривает «дешевое», хотя и антисоциальное государство. Ограбление общества корпорациями с помощью недоплаты налогов достигло колоссальных масштабов: в 2005 г., например, в мире было недоплачено налогов более чем на 255 млрд. долл., в т.ч. в США - 50 млрд. долл., в ЕС - 100 млрд. евро. В 2000 г. более 70% корпораций США не заплатили ни цента налога на прибыль, около 20% заплатили менее 5% при номинальной ставке 35% [7, С. 74]. Причем «эконом-

ленные» средства вкладывались не в производство, а в биржевые спекуляции, объемы которых в 10 раз превысили реальную экономику.

Обострение экономических, политических и социальных противоречий, рост международной напряженности вследствие борьбы за природные ресурсы, угрожающее ухудшение окружающей среды свидетельствуют о том, что либеральная модель развития не в состоянии решить проблемы, стоящие перед человечеством. Это подчеркивает актуальность формирования и реализации другой - социально направленной - модели развития, сердцевину которой составляет концепция социальной ответственности бизнеса.

Эта концепция формировалась на протяжении XX века в соответствии с развитием общей экономической теории, школ менеджмента, моделей корпоративного управления, а также специальных современных теорий и концепций, среди которых следует упомянуть, прежде всего, следующие:

- теория человеческого капитала, проследившая зависимость доходов работников, предприятий, общества в целом от знаний, навыков и других способностей людей;
- теория социального капитала, установившая возможность получения выгод из социальных связей;
- концепция социального партнерства как системы отношений, институтов, механизмов и процедур, призванных найти на основе компромисса баланс интересов работодателей, работников и государства в регулировании трудовых и иных социально-экономических отношений;
- концепция достойного труда, в соответствии с которой таковым является свободный, безопасный, справедливо оплачиваемый производительный труд, развивающий и не унижающий достоинство человека;
- концепция устойчивого развития, основополагающей идеей которой является осознание различия между экономическим ростом и социально-экономическим развитием, нахождение баланса между удовлетворением потребностей нынешнего поколения в экономическом благосостоянии, благоприятной окружающей среде и социальном благополучии без ущерба для будущих поколений.

Практика реализации корпоративной социальной ответственности породила большое разнообразие форм и методов, среди которых можно, с большой долей условности, выделить типовые модели, особенности которых определяются моделями корпоративного управления - инсайдерской и аутсайдерской, которые, в свою очередь, соотносятся с

двумя более общими моделями развития социально-экономических отношений - либеральной и социально-рыночной.

«Аутсайдерская модель», или "компания владельцев" (shareholders company), которая применяется в основном в Великобритании и ее бывших колониях - США, Канаде, Австралии, Новой Зеландии и др., характеризуется тем, что акционерная собственность достаточно расплывлена. Но большинство акций сконцентрировано в руках отдельных инвесторов, в основном институциональных, для которых основным критерием эффективности фирмы являются котировки ее акций на фондовой бирже и размер приносимых дивидендов. Персонал «компаний собственников» предстает лишь как наемная рабочая сила, которая продает свой труд "продавцам" - владельцам и получает вознаграждение в основном в форме заработной платы. «Компания собственников» воздерживается от внедрения социальных программ и исходит из того, что работник должен удовлетворять свои потребности за счет заработной платы.

Инсайдерская (inside) модель корпоративного управления предполагает, что собственность сконцентрирована в руках ограниченного круга лиц (юридических или физических), в число которых входят и работники предприятий. Понятию «инсайдерская модель корпоративного управления» близко понятие «компания участников» (stakeholders company), рассматривающая корпоративное управление более широко - как систему формальных и неформальных отношений всех заинтересованных лиц - стейкхолдеров (stakeholders), которые испытывают на себе влияние деятельности компании или могут влиять на нее. К стейкхолдерам относят акционеров, менеджеров, наемных работников, кредиторов, контрагентов, потребителей, местные сообщества, органы государственной власти и т.п. Для японской модели корпоративной социальной ответственности, сформировавшейся на основе инсайдерской модели, характерно сильное влияние специфических национальных традиций – патернализма, преданности компании, коллективизма, почитания старших и т.п.

Отмечая особенности национальных моделей корпоративной социальной ответственности, следует признать, что выделение таких моделей является весьма условным, поскольку в условиях глобализации традиционные, национальные и современные модели управления могут тесно переплетаться.

Становление украинской национальной модели корпоративной социальной ответственности происходит в крайне неблагоприятных

условиях, обусловленных, прежде всего, глубоким социально-экономическим и политическим кризисом, длящимся уже более 20 лет, асоциальной политикой правящих кругов, неразвитостью гражданского общества, низкой активностью трудящихся, незрелостью и разобщенностью профсоюзов. По инициативе представительства ООН в Украине с 2006 г. ведется кампания по присоединению предприятий к Глобальному договору (ГД) о социальной ответственности. Около 150 украинских предприятий подписали ГД, однако среди них преобладают общественные организации, не осуществляющие предпринимательской деятельности, а также дочерние предприятия транснациональных корпораций, как правило, не связанные со сферой материального производства.

Нередко бывает так, что предприятие декларирует приверженность идее корпоративной социальной ответственности, а на практике ограничивается благотворительными акциями, что ведет к деформации самого этого понятия. Бизнес превратил идею о социальной ответственности в средство саморекламы и заполнил информационное пространство сообщениями о собственных достижениях на ниве благотворительности и меценатства, продолжая при этом массово нарушать налоговое, трудовое, природоохранное и другие виды законодательства, активно использует операции с оффшорными компаниями с целью уклонения от уплаты налогов и вывоза капиталов за границу. Некоторые украинские компании приступили к публикации социальных отчетов согласно рекомендациям ГД, но не придерживаются международных стандартов этой отчетности, ограничиваясь распространением информации о благотворительных акциях.

Для широкого распространения в Украине концепции социальной ответственности требуются соответствующие объективные условия (прежде материально-технические) и достаточно зрелый субъективный фактор, в частности высокий уровень экономической, моральной, политической сознательности и ответственности представителей государственной власти, бизнеса и гражданского общества.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать следующие выводы: формирование и распространение концепции социальной ответственности бизнеса на протяжении XX века было обусловлено не только и не столько морально-этическими факторами, как это утверждается во многих публикациях, а развитием производительных сил и общественных отношений, превращением человеческого капитала в определяющий фактор производства, повышением требований к его качеству, а также борьбой трудящихся за свои права. Современный мировой эко-

номический кризис продемонстрировал несостоятельность либеральной парадигмы и необходимость усиления социальной направленности экономики, непременным условием чего должна стать высокая степень социальной ответственности бизнеса, государства и гражданского общества.

Список использованных источников

1. Хрестоматия по истории Древнего Востока: В 2 ч. – М.: Высшая школа, 1980.
2. Історія економічних учень. У 2 ч. – Ч. 1 / За ред. В.Д. Базілевича. – 2-ге вид., випр. – К.: Знання, 2005. – 567 с.
3. Всемирная история экономической мысли: В 6 т. – М: Мысль, 1987. - Т. 1.
4. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов // Антология экономической классики: В 2 т. / Сост. И. А. Столяров. - М.: МП «Эконов», 1991-1992. – Т. 1.
5. Гантт Г. Л. Организация труда. Размышления американского инженера об экономических последствиях мировой войны. — М., 1923.—345 с.
6. Фридман М. Капитализм и свобода. — М.: Новое издательство, 2006. — 240 с.
7. Хейфец Б.А. Роль оффшоров в глобальной экономике //Мировая экономика и международные отношения, 2008, № 11, С. 69-76.

АНАЛИЗ ЭТИКО-КОНФЕССИОНАЛЬНЫХ ФОРМ БАНКОВСКОГО БИЗНЕСА

Лукин Д.А., Мазыло Т.В.

Мировой финансовый кризис, охвативший все отрасли экономики, в т.ч. и банковский сектор, заставил по-новому взглянуть на многие проблемы функционирования рыночных субъектов - как производителей, так и потребителей товаров и услуг. Проблемы невозврата депозитов вкладчикам, с одной стороны, и невозврата кредитов банкам, с другой, породили серьезные проблемы не только в экономике, но и в социально-нравственной сфере общества. Зачастую ставится под сомнение этичность банковской деятельности как таковой, ее сравнивают с ростовщичеством, осуждаемым большинством мировых религий. Упреки банкирам в стремлении нажиться за чужой счет подкреплялись цитатами из Священного писания, где указано, что давать деньги в рост – это грех: ибо «если дашь деньги займы бедному из народа Моего, то не притесняй его и не налагай на него роста» (Исход, 22; 25); «... и займы давайте, не ожидая ничего; и будет вам награда великая...» (Новый Завет, От Луки, 6; 35).

Однако, по нашему мнению, при всей внешней схожести – платной ссуды – ростовщичество и кредитование имеют серьезные различия.

Ростовщичество есть непосредственное и прямое нанесение ущерба ближнему. Ростовщик, зная, как правило, о заведомо стесненных условиях заемщика, устанавливал непомерно высокий процент. Например, в Др. Греции в 4 в. до н.э. он составлял до 570% годовых, а иногда доходил и до 9000%. [1, с.508]. На Руси существовал термин «лихва» - избыток, корыстные, «вымогательные барыши» при денежных оборотах, незаконные ростовщичьи проценты [2, с.371]. Именно получение сверхвысоких процентов осуждается Церковью как тяжкий грех.

В отличие от этого, кредитные организации, устанавливают публичные ставки на займы, регулируемые рынком. Например, уже с появлением первых банков в г. Генуя к 1600 г. процент стал «предельно низким» (1,2% годовых) [3, с. 577.].

Еще одним отличием является то, что ростовщичество - форма паразитического предпринимательства, поскольку не требует никакой работы и квалификации от самого ростовщика. Деятельность же банковского служащего — это высококвалифицированный труд по управлению денежными ресурсами, находящимися в распоряжении у банка.

Следует отметить, что зачастую целью выдачи ростовщических ссуд являлось личное порабощение (закабаление) заемщика. У коммерческих банков совершенно иные цели, их интересует наращивание денежного капитала, а не личная зависимость заемщика, ни его залоговое имущество и пр. Хотя в период финансового кризиса многие заемщики и восприняли требование банков по возврату кредитов именно как кабалу.

Банковская отрасль по своей сути построена не для нанесения ущерба ближнему, а для обслуживания интересов экономики и отдельных граждан. Банковский бизнес ни христианской, ни мусульманской религией не запрещается. Конечно, он может стать безнравственным, когда в качестве цели поставит «лихву», отклоняясь от своего изначального призвания. Патриарх РПЦ Кирилл обращает внимание на то, что финансово-кредитная деятельность становится морально сомнительной в том случае, если в бессовестной погоне за прибылью отклоняется от своего исходного призвания - сделать жизнь людей лучше, а экономику эффективнее [25].

Во многих странах (в Украине и России в том числе) сегодня проходит дискуссия о необходимости привнесения этических норм в банковскую отрасль, о возможном развитии конфессионального банкинга. Некоторые авторы (Белкин С.Н., Байдаков М.Ю. [4] и Ланцов В. [5] в исследованиях исламского банкинга) с энтузиазмом воспринимают возможность внедрения религиозных принципов в банковскую деятельность. Другие авторы весьма категорично отрицают саму идею конфессионального банкинга. Например, в работах О.Н.Четвериковой [6], Б. Сергуненкова и др. банковское кредитование полностью отождествляется с ростовщичеством и резко осуждается понятие «православного банкинга», как противоречивого по своей сути. При этом необходимо подчеркнуть, что сама идея конфессионального банкинга и этических принципов работы банковской отрасли обсуждается чаще не экономистами, а теологами, историками и простыми мирянами. И, конечно, это делает взгляд на банковскую деятельность односторонним, а иногда даже предвзятым.

Следует отметить, что в Украине на этапе становления системы коммерческих банков была проведена определенная работа по имплементации этических норм в банковскую отрасль. Еще в 1999 г. был принят Кодекс морально-этических норм в банках Украины [7]. Через пять лет, в 2004 году, «Вестник НБУ» № 2 опубликовал нашу статью о совершенствовании норм Кодекса и о необходимости следования эти-

ческим нормам в банковской деятельности [8, сс. 22-24]. Однако на практике отраслевые этические кодексы в банках так и не начали действовать.

Кроме того, назрела необходимость переосмысления рыночной парадигмы с точки зрения морали (в том числе и религиозной) и персональной ответственности за свою экономическую деятельность. И в этом контексте особенно важно найти новые формы функционирования банковских организаций, которые позволили бы повысить степень доверия к финансовой системе и достойно сочетать рыночные принципы ведения бизнеса с религиозными моральными установками.

Целью данной статьи является систематизация существующих и поиск новых форм банковского бизнеса, базирующегося на этических, моральных и религиозных нормах [Табл. 1].

Табл. 1 Формы этико-конфессиональных банковских образований

Формы этико-конфессиональных банковских образований	Банковское дело	Наличие процентов по кредиту	Клиенты	Банковские (кредитные проекты)
1.«Этический» банкинг	классическое	да	определенные	отобранные по этическим критериям
2.Имплементация моральных норм в банковские организации	классическое	да	все, без ограничений	все
3.Банки Церковных учреждений	классическое	да	все, без ограничений	все (за исключением противоречащих конфессиональным нормам)
4.Конфессионально-ориентированные банковские продукты	классическое	да	все, без ограничений	все
5. Конфессиональный банкинг	специфическое	нет	определенные (принадлежащие к конфессии)	определенные (реализующие конфессиональные нормы)

1. «Этический банкинг», основным направлением работы, которого является финансирование определенного круга проектов, отобранных с учетом этических принципов. Примером таких банковских организаций является Banca POPOLAR Etica (Италия), BVK Solidarioa (Испания) [9, с.72] и др. С 2001 г. в Европе успешно функционирует FEBEA – (Fédération Européenne des banques Ethiques et Alternatives), неприбыльный союз этических банков. FEBEA объединяет 25 членов. Это 11 банков, 6 ссудо-сберегательных кооперативов, 5 инвестиционных компаний и 3 фонда с суммарной валютой балансов 21 миллиарда евро, которые обслуживают около 528 000 клиентов. In addition to being a place for exchanges and sharing experiences, FEBEA aims to create financial tools able to help existing European initiatives and encourage the growth of new initiatives in the field of alternative finance. Они имеют различные правовые структуры, однако все они объединены заботой о социальной и экологической полезности. FEBEA направила усилия на создание финансовых инструментов, которые могут помочь существующим европейским инициативам и стимулировать создание новых инициатив в области альтернативного финансирования [10].

Следует отметить, что главный банк Великобритании (Bank of England) недавно ввел в штатное расписание должность советника (Business ethics adviser), в обязанности которого входит консультирование британских банков по всем вопросам, касающимся этики [11].

2. Имплементация моральных норм в традиционные банковские организации. В определенной мере, объектом пристального изучения и заимствования основных позитивных моментов мог бы служить анализ деятельности Grameen Bank (Бангладеш). Данный банк специализируется на выдаче микрокредитов беднякам из сельской местности, чтобы они могли открыть свое дело и вырваться из нищеты. Рассматривая микрокредитование как социальную миссию, его создатель Управляющий директор М. Юнус добился феноменальных финансовых результатов. К 2011 году Grameen Bank выдал таких займов на 10,3 миллиарда долларов [12]. Система групповой ответственности заемщиков, которую выстроил Юнус, практически исключила возможность просрочки по таким кредитам. Система кредитования Grameen Bank сегодня используется в более чем 100 странах, в том числе и в США, а профессор Мухаммад Юнус был удостоен Нобелевской Премии Мира в 2006 году.

Интересен в этой связи опыт российского «Россельхозбанка», который выдает кредиты в Карачаево-Черкесии только после одобрения

кандидатуры заемщика советом старейшин того или иного населенного пункта. Как оказалось, у местного населения считается, что обмануть банк — это не преступление, а обмануть совет старейшин — это уже больше чем преступление [13].

3. Банки, созданные на деньги церкви и оборачивающие церковные ресурсы.

Примерами таких банковских структур являются католический банк Ватикана ((Istituto per le Opere di Religione, IOR), Hellenic Bank (в котором Греческая православная церковь владеет 29 % акций), APS Bank Limited (стопроцентная собственность католической церкви Мальты)[14]. В России православная церковь Московского патриархата еще в 1991 году создавала Международный банк храма Христа Спасителя (МБХХС). Банк должен был аккумулировать денежные средства и финансировать строительство великого храма. Следует также отметить еще один российский КБ "Пересвет", где учредителем банка выступила Русская православная Церковь и который обслуживает церковные финансы.

4. Конфессионально-ориентированные банковские продукты. Конфессионально-ориентированные банковские продукты создаются маркетологами для привлечения новых клиентов на обслуживание в банк и используют религиозную символику.

В России «Славянский Банк» привлекает средства населения на вклад «Православный». При этом со счета клиента на счет православного прихода Владимирской иконы Божией Матери перечисляется 10% от суммы начисленного дохода. В списке банковских продуктов украинского банка «Киевская Русь» является вклад «Пасха», украинский «ИМЭКСБАНК» - депозит «Крещение», а латышский «Hansabanka» с 1996 года предлагает пасхальный депозит.

В Израиле государственный банк Leumi выпустил для ортодоксальных евреев «шабатные» кредитные карточки, которые не действуют с заката солнца в пятницу до заката солнца в субботу. Рынок "шабатных" карточек оценивается в 10 млн. шекелей (2,3 млн. долларов) в месяц.

В Украине наметились тенденции в разработке банковских услуг для мусульман с учетом требования шариата. В частности, в 2009 году украинский «Фортуна-банк» заявлял о внедрении проектов работы с подобным сегментом клиентов [15].

5. Конфессиональный банкинг - это принципиально иная система ведения банковского бизнеса, созданная на основе канонов той или

иной религии. Отличительными чертами данной системы являются: 1) специфические банковские продукты, 2) клиентами банка являются, как правило, люди - последователи определенной конфессии, 3) объекты кредитования (инвестирования) должны соответствовать религиозным канонам.

Предтечей конфессионального банкинга можно назвать предпринимательский уклад староверов в дореволюционной России. Исследование социоконфессионального состава предпринимателей конца XVIII-первой половины XIX вв. показало, что на начальном этапе организации российской индустрии старообрядчество занимало лидирующие позиции в ее развитии [16]. Ряд ученых полагают, что староверы владели 60% или даже 75% капиталов дореволюционной России. В старообрядческой среде того времени существовали особые отношения. В долг старались не брать, но одалживали без процентов. Отношение к «процентщикам» было презрительным. Приветствовалось по собственной инициативе отсрочка платежа попавшему в сложную ситуацию заемщику, прощение долга, помощь сирым, убогим, вдовам и их содержание [17].

В западном обществе сначала ростовщик выступал источником капитала, а затем банк, аккумулирующий средства миллионов вкладчиков и делящий с ними ссудный процент. А у старообрядцев эта роль отводилась общинной казне. Тогда в России еще не сложились ни национальная кредитная, ни вексельная системы, а староверы уже имели в своем распоряжении конфессиональную систему беспроцентных и безвозвратных ссуд. Когда общинных средств для растущей экономической активности не стало хватать, появились старообрядческие банки с классической банковской деятельностью. Но и они продолжали выполнять весьма специфическую, четко обозначенную роль заемного резерва конфессионального характера [16]. Успешные на то время Харьковский Торговый банк, Земельный банк, Учетно-Ссудный банк, Волжско-Камский банк были созданы или управлялись староверами. Следует также отметить, что ряд банков староверов обслуживали только принадлежавшие этим группам промышленные предприятия.

Подобный современный опыт есть в Латвии, где с 2010 г. "Латвийский ипотечный и земельный банк" выдает небольшие антикризисные кредиты православным прихожанам по рекомендациям священников и под поручительство церкви [18].

Примером успешного функционирования конфессионального банкинга является исламский банкинг. Получение процентов с кредитов

строго запрещено Кораном, поэтому исламские банки не взимают ссудный процент, не получают маржу. Все исламские финансовые инструменты построены таким образом, чтобы выполнить данное условие и в то же время получать прибыль от своей деятельности. Из этого следует, что исламский банкинг переводит кредитную основу финансового бизнеса на инвестиционную. «Мушарака» – совместная реализация проекта силами банка и предпринимателя. Банк осуществляет финансирование, не взимая процент, а участвуя в полученной прибыли. При убытках потери распределяются пропорционально участию в финансировании.

Уникальность исламского договора по привлечению денег («мудароба») в том, что вкладчик знает, куда идут его деньги. Банк не может вкладывать деньги в запрещенные Кораном виды деятельности (например, производство и продажу алкоголя, организацию игорных домов и домов терпимости и пр.). Также мудароба исключает получение процентов в чистом виде.

Интересны также «сукуки» (беспроцентные исламские облигации), выпускаемые под определенный материальный актив, где эмитент рассматривается в качестве долевого собственника данного актива. Преимущество сукуков в низкой волатильности и тенденции инвесторов удерживать эти бумаги до наступления срока погашения. Сегодня в мире обращается сукуков на сумму 90 млрд. долл. США, а падение объемов их эмиссии в 2008 г. (в три раза по сравнению с 2007 г. – с 50 до 15 млрд. долл.) было связано с фетвой исламских богословов, признавших 80% всего объема эмиссии сукуков не соответствующими нормам шариата [19].

Первый исламский сберегательный банк появился в 1963 г. в Египте в обстановке фактической секретности из-за опасений по поводу возможных обвинений в исламском фундаментализме. Но уже с конца 60-х годов XX века исламские банки открыто действуют в Малайзии и практически во всех арабских странах. В 1975 г. был создан Исламский банк развития и Дубайский исламский банк, что послужило мощным толчком в развитии исламского банкинга. По данным HSBC, сегодня в мире существует около 300 исламских финансовых институтов, и общемировой объем исламской финансовой системы оценивают в \$200 млрд. со среднегодовым ростом в 15% [20]. Исследования Международного валютного фонда показали, что исламские банки по сравнению с западными банками меньше подвержены рискам, связанным с проблемой ликвидности и платежеспособности.

В Украине развитие исламского банкинга в ближайшее время возможно в Крыму, где сконцентрирована мусульманская часть населения.

В России же общая численность мусульман свыше 20 млн. чел. и развитие исламского банкинга имеет здесь серьезную перспективу. В России успешно осуществлено несколько выпусков sukuk. Исламский банк «Экспресс» даже открыл отделение "Мудариб" в г. Махачкала (Дагестан), где клиентов обслуживают согласно законам шариата, в т.ч. мужчины и женщины обслуживаются раздельно [21].

Но не только в исламском мире, но и в странах, где преобладает христианство, уже возникла потребность в конфессиональном банкинге. Симптоматичным стало выступление в лондонских церквях перед верующими на тему совместимости христианских ценностей и финансовой деятельности ряда высокопоставленных банкиров (гендиректора «Барклиз» Джона Варли, международного советника «Голдман Сакс» Брайана Гриффита и др.), обеспокоенных отрицательной репутацией банковской отрасли, сложившейся после финансового кризиса [22].

Одним из знаковых событий, требующих внимания, стало появление 26 апреля 2010 г. на фондовом рынке Европы первого в истории финансов христианского индекса акций Stoxx Europe Christian Index, который, как было заявлено, должен «помочь инвесторам, разочарованным финансовым кризисом, выбрать ценные бумаги «этичных» компаний». Как сообщил генеральный директор Stoxx Хартмут Граф, «католический индекс был создан в связи ростом количества участников христианских рынков, предпочитающих инвестировать согласно их религиозным представлениям» [23]. На настоящий момент Stoxx Europe Christian Index включает 533 компании из индекса Stoxx Europe 600.

Успешное развитие исламского банкинга на протяжении почти пятидесяти лет может служить примером для поисков форм функционирования «православного банкинга» в Украине, России и других странах. Говорить о православном банкинге еще десять лет назад было бы, наверно, нереально и преждевременно, поскольку для его становления необходимо укрепление православных норм в общественном сознании. Но именно в кризисные годы наметилась четкая тенденция все большего проникновения религиозной этики в банковский сектор. И сегодня идея православного банкинга уже всерьез обсуждается как реальная перспектива. В январе 2011 г. в Москве прошел круглый стол по данной теме. На мероприятии были представлены Ассоциация российских банков, Ассоциация региональных банков России, "Внешэкономбанк", "Газпромбанк", "ВТБ", "Альфабанк", "Интерпромбанк", банк "Миллени-

ум", "GE Money Bank", Международный банк развития, "UBI Banca" (Италия). В ходе заседания банкиры отмечали, что нравственный бизнес - важнейшая составляющая общественной жизни, а кризис доверия, пренебрежение деловой репутацией в бизнес среде абсолютно неприемлемы [24].

В ноябре 2011 года в Москве состоялся международный симпозиум «Этические аспекты банковской деятельности и социальная роль банков: опыт России и Италии». В своем приветственном послании Патриарх Московский и всея Руси Кирилл подчеркнул: «Богатство должно быть результатом созидательного труда, благословленного Господом и способствующего исполнению Его замысла о мире. Хозяйствование только тогда может быть устойчивым, когда капитал является эквивалентом реальных ценностей, создаваемых человеком. Важнейшим залогом успешности трудов бизнес-сословия, поддержания его доброй репутации является также формирование нравственно здорового климата в деловых отношениях, в трудовых коллективах, что невозможно представить без утверждения высоких стандартов профессиональной этики».[25]

Одним из возможных направлений развития православного банкинга в Украине могло стать создание банка, который обслуживал бы счета Церкви, многочисленных приходов и использовал бы средства только для финансирования богоугодных проектов. Организационной формой такой организации мог бы стать фонд с правом проведения платежей или банк с ограниченной лицензией. Исходя из того, что подобный банк создается не для получения прибыли, и будет функционировать как часть религиозной организации, то деятельность его не будет рискованной. Понимая, что риски в бизнесе всегда есть, православный банк смог бы не перекладывать риски на предпринимателя, оставаясь, в случае непогашения кредита в срок, с залогом и покинутым предприятием. Гипотетически, можно предположить, что банк подобного рода мог бы иметь дешевые ресурсы и смог бы финансировать многие социальные проекты, которые не имеют достаточной (с точки зрения коммерческих банков) прибыльности и окупаемости.

Но, следует отметить, что сегодня законодательство Украины вряд ли готово к появлению подобного рода финансового института. Банк, например, не может остановить начисление процентов по кредиту сельскохозяйственному предприятию из-за неурожая, не проведя судебных разбирательств. Коммерческие банки не имеют возможности без серьезных налоговых последствий выдавать кредиты под низкие проценты

на социально значимые проекты. Таким образом, возможность создания православного банкинга зависит в значительной степени и от государственных реформ.

В частности, на наш взгляд, необходимо законодательно ограничить размер оплаты по кредиту. Например, расходы на обслуживание кредита не должны превышать 4-х кратную учетную ставку.

В заключении хотелось бы еще раз подчеркнуть, что сегодня настало время переосмысления моральных итогов финансового кризиса, которые изменили социально-экономические отношения в обществе. Как подчеркнул председатель Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви и общества протоиерей Всеволод Чаплин, современный кризис показывает, что деньги, оторванные от труда, не могут быть стабильными. Таким образом, безнравственная экономика обречена на поражение [24]. И развитие этического или конфессионального банкинга - это, прежде всего, претворение в жизнь желаний клиентов современных банков в справедливом, честном и ответственном ведении бизнеса в банковской сфере. А нравственные, честные отношения с партнерами и клиентами - ключевое условие долгосрочного экономического успеха.

Литература

1. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия [Текст] / Под ред. Румянцева. // - М.: «Советская энциклопедия». - 1979. - Т. 3. - 624 с. - ISBN
2. Даль В.И. Толковый словарь русского языка. Современная версия. [Текст] : Словарь / В.И.Даль. // М.: Эксмо, 2007. – 736 с. – ISBN 978-5-699-12557-9.
3. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, ХУ-ХУІІІ вв. т.2 Игры обмена. [Текст] / Ф.Бродель // - М.: Прогресс. – 1988. – 635 с.
4. Белкин С.Н., Байдаков М.Ю. Многоликий кризис. Библиотека журнала «Банки и деловой мир». – М.,2010. – 64 с.
5. Ланцов В.М., Киреева Т.М., Фаррахов А.Г. Ростовщичество и лихва в кредитных договорах и в финансовой политике (монография).- Казань, ЗАО «Новое знание» 2009 г.- 248с.
6. Четверикова О.Н.Что нам готовит «этичный бизнес», или Ещё раз о «православном банкинге» <http://www.blagogon.ru/biblio/275/>
7. Моральний кодекс банкіра. Додаток до енциклопедії банківської справи України.-Київ,. Вид-тво «Наша Гривня», 1999 р.

8. Лукін Д.А., Мазило Т.В. Етичні аспекти бізнесу українських банків. Вісник Національного банку України, 2004 р., № 2.
9. Эксперт, № 46, 4 декабря 2000 г.
10. Fédération Européenne de Finances et Banques Ethiques et Alternatives: <http://www.febea.org/>
11. Килимник Ю. Деловая этика банков: изучайте зарубежный опыт <http://www.banksinfo.kiev.ua/news?id=457&g=14>
12. <http://www.rg.ru/2007/07/27/yunus-bankir.html>
13. За кредит ответят:
<http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=879934>
14. Кипрский Hellenic Bank инвестировал порядка 45 млн евро в развитие российской «дочки» <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=3011984&superinvestor;> официальный сайт APS bank: <http://www.apsbank.com.mt/page.asp?n=home>
15. http://www.fortuna-bank.ua/view.press_release/mode.view/id.8/.
16. Керов В.В. Конфессиональные факторы старообрядческого предпринимательства. <http://www.starover.religare.ru/article7772.html>.
17. Шахназаров О.Л. Отношение к собственности у старообрядцев (до 1917 года). <http://www.portal-credo.ru/site/?act=lib&id=2488>
18. Православное информационное агентство «Русская линия»: <http://rusk.ru/st.php?idar=183595>
19. Жуманова Б. Исламский банкинг: http://www.and.kz/18/islamskiy_banking
20. http://www.and.kz/18/islamskiy_banking
21. Офіційний сайт Банка Экспресс: <http://islam-banking.ru>.
22. <http://www.eastwest-review.com/article/dukh-sovremennogo-kapitalizma-protestantskaya-etika>
23. http://www.rbc.ua/rus/newsline/show/na_fondovom_rynke_evropy_poyavilsya_indeks_v_kotoryu_vhodyat_predpriyatiya_rukovodstvuyushchiesya_hristianskimi_tsennostyami_28042010
24. <http://www.bogoslov.ru/text/1417341/index.html>
25. <http://www.cathmos.ru/content/ru/publication-2011-11-09-12-31-40.html>

ВОПРОСЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РЕГИОНЕ

Любимова М.В., Добролюбов Н.

Постиндустриальная стадия развития общества вызывает к жизни необходимость пересмотра системы отношений «государство – бизнес – общество». Усиливающаяся роль бизнеса обусловлена сложностью, масштабностью проблем нового общества. Такие вопросы, как охрана окружающей среды, охрана здоровья населения, преодоление безработицы, борьба с коррупцией и другие, правительство самостоятельно решить не может. В области решения глобальных социальных и экологических проблем необходимо тесное сотрудничество государства с бизнесом. В России меняются традиционные взгляды на концепцию социальной политики: шире становится круг субъектов ее проведения, и значительно сокращается роль государства в решении многих проблем [2].

В Нижегородской области (далее – НО), одной из ведущих промышленных областей России, выпускается весомая часть грузовых автомобилей, автобусов, стальных труб, закаленного стекла, производимых на профильных предприятиях страны. По объему отгрузки продукции обрабатывающих предприятий область в 2011 г. заняла 6-е место среди регионов России, а в Приволжском федеральном округе – 1-е место. Главным фактором конкурентоспособности экономики такого крупного индустриального региона является технологическое перевооружение базовых секторов, в особенности сейчас, когда Россия вступила в ВТО. А как обстоит дело с таким фактором производства, как люди? По показателям уровня жизни область выглядит более чем скромно. Так, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата составляет 18 550,8 рублей, по этому показателю регион занимает 41 место среди субъектов РФ, 4-е - в ПФО [8].

Такой дисбаланс наблюдается уже не одно десятилетие, он связан во многом с политическими и организационными особенностями перехода промышленного региона к рыночной экономике. Поэтому в условиях значительного сокращения роли государства в решении многих социально-экономических проблем дополнительным источником повышения конкурентоспособности экономики региона, повышения доли заработной платы в денежных доходах населения может стать корпоративная социальная деятельность (далее – КСД). Предприятия коммерческого сектора экономики являются базисом, основой финансов реги-

она. В связи с этим представляется актуальным определение перспектив устойчивого развития региона с учетом ресурса корпоративной социальной ответственности (далее – КСО).

Данная статья имеет характер постановки вопросов, вызывающих необходимость научного осмысления. Требуется дальнейшие исследования, в том числе с использованием методов экономического анализа, социологических методов, чтобы получить реальную картину состояния КСО в Нижегородском регионе. Наша задача – указать на некоторые особенности (характеристики) финансирования приоритетных направлений КСО регионального уровня, проиллюстрировав их.

Ассоциацией менеджеров России в Докладе о социальных инвестициях в России за 2004 г. дается следующее, наиболее полное, на наш взгляд, определение КСО. Корпоративная ответственность перед обществом – это философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности с акцентом на следующие ориентиры:

- производство качественной продукции и услуг для потребителей;
- создание привлекательных рабочих мест, выплата легальных зарплат и инвестиции в развитие человеческого потенциала;
- неукоснительное выполнение требований законодательства: налогового, трудового, экологического и т.п.;
- построение добросовестных отношений со всеми заинтересованными сторонами (стейкхолдерами);
- эффективное ведение бизнеса, ориентированное на создание добавленной экономической стоимости и рост благосостояния своих акционеров;
- учет общественных ожиданий и общепринятых этических норм в практике ведения дел;
- вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества [9].

И все же КСО – достаточно молодая область знания, многие даже базовые понятия пока очень подвижны, и единого понимания многих процессов и терминов только предстоит достичь. Так, социологи выделяют три типа субъектов крупного российского предпринимательства по их реализации КСО: «узкие прагматики» (обязательства перед сотрудниками в части оплаты труда и социальных гарантий, уплата налогов); «разумные эгоисты» (забота о социальном контексте деятельности, чтобы спокойно вести бизнес); «социально ответственные» (при-

знание общественных обязательств вследствие обладания богатством) [7].

Рассмотрим позицию предпринимателя. Бизнес в первую очередь организуется для того, чтобы лишь через удовлетворение потребностей тех или иных потребителей получать причитающуюся ему часть национального продукта. Это процесс невероятно сложный по определению только потому, что ныне человек, быть может, и хочет организовать дело, но часто и понятия не имеет о том, с чего необходимо начать - с анализа потребностей членов социума либо рынка с присущей ему конкуренцией в целом? Именно для того, чтобы кардинальным образом облегчить процедуру поиска «космических» идей, потенциальный бизнесмен самостоятельно выходит и наталкивается в своих каждодневных размышлениях на одну и ту же мысль: а какую отдачу моё дело будет приносить мне в виде прибыли, если я в своей деятельности буду ориентирован на людей, и в первую очередь потребности которых я способен удовлетворить? И для того чтобы ответить на последний вопрос, необходимо заглянуть в ту сферу экономики нашей страны, которая с давних пор имела дело не просто с деньгами граждан страны, но с их накоплениями и инвестициями.

Ведущими среди региональных банков НО являются ОАО «АКБ Саровбизнесбанк» и ОАО «НБД банк». Оба были учреждены в 1992 году, который явился далеко не простым как для экономики России, так и для её граждан. Банки изначально взяли разные для себя ориентиры - «Саровбизнесбанк» устремился развивать депозитные услуги, привлекая вклады населения сначала г. Сарова, а затем и других городов НО, второй - сотрудничать с бизнес-клиентами, которых ныне именуют в банковском деле - V.I.P., имеющими существенный потенциал к развитию.

НБД банк привлекает партнеров и клиентов словами: «Там, где другие видят малый бизнес, мы видим большие перспективы». И эта фраза, действительно, находит своё логическое применение на практике – только в течение 2011 г. ссудная задолженность банка выросла с 8,5 до 10 млрд. рублей, больше чем на 18 %. Возникает весьма резонный вопрос: разве доступное кредитование и финансовая помощь бизнесу не есть аспекты социальной ответственности? Именно так, поскольку через кредитование своих клиентов банк фактически субсидирует выплату заработных плат, премиальных, закупку и строительство новых, более совершенных технологических линий производства, иногда - обеспечение оборотными средствами, оказывает помощь приусадебным

частным фермерским хозяйствам, а также большим колхозам и агропромышленным холдингам и компаниям, животноводческим и птицефабрикам (напр., Сеймовская, Линдовская, Павловская птицефабрики и другие). Подчас именно кредитные средства помогают выживать подобным хозяйствующим субъектам НО, ввиду того, что собственных средств не хватает не только на закупку сырья и создание запасов, но и на развитие производства. Кроме того, клиенты банка, ведущие свой бизнес в приоритетных отраслях российской экономики, например, в сфере инноваций и модернизации, имеют возможность получить в рамках Государственной программы поддержки кредиты на специальных условиях.

«Любая организация является неотъемлемой частью общества, и каждая современная российская компания несет социальную ответственность перед этим обществом. Новые условия – экономические, политические и социальные – требуют от бизнеса нового подхода к той среде, в которой он работает. Это уже не просто разовая, единовременная помощь нуждающимся – это решение конкретных, актуальных задач общества через реализацию долгосрочных программ. Именно этим принципом руководствуется в своей социальной политике НБД-Банк». Это свидетельствует о проактивной позиции банка по КБ. В социальной деятельности НБД-Банка можно выделить два главных направления: (1) содействие успешному развитию нижегородского бизнес-сообщества за счет реализации проекта "Лидер года. Малый и средний бизнес" и (2) участие в благотворительных программах, нацеленных на образование и воспитание здорового будущего поколения [5].

«Лидер года. Малый и средний бизнес» - это первый региональный проект, который включает в себя целый комплекс мероприятий для представителей нижегородского малого и среднего бизнеса. Основная идея проекта: предоставить руководителям нижегородских предприятий актуальную информацию, практические знания и передовые технологии по эффективному развитию их бизнеса в условиях жёсткой конкуренции. В рамках проекта проводятся исследования по выявлению компаний-лидеров в наиболее динамично развивающихся отраслях. Полученные данные помогают предпринимателям узнать сложившуюся на рынке ситуацию, чтобы и принимать стратегические решения по развитию своих компаний. В рамках проекта для руководителей предприятий организуются образовательные семинары, где российские специалисты делятся опытом успешной работы. Практическая направленность семинаров даёт предпринимателям возможность приложить по-

лученную информацию к своему бизнесу, оценить и повысить его эффективность.

Совокупный кредитный портфель Саровбизнесбанка составил в 2011 г. 15 270 млн руб., доля кредитов физическим лицам в кредитном портфеле банка - 7,6%, в денежном выражении – 1 163,4 млн рублей. «Банк, - по заверению его президента Ирины Алушкиной, - не стремится к экстенсивному наращиванию клиентской базы, которая потом будет, словно тяжёлый камень, тяготить его, но завоевать доверие клиентов через постоянную и целенаправленную работу по улучшению качества оказания услуг и исполнения взятых на себя обязательств». Это наилучшим образом отображает тот факт, что в 2010 и 2011 гг. банк был отмечен региональной наградой Ассоциации региональных банков России - «Золотым элефантом», а сама Ирина Алушкина банка признана человеком года среди нижегородских банкиров. Здесь, как и в случае с НБД-банком, КСО демонстрируется сквозь призму и кредитования, и повышенных в условиях глобальной политики низких ставок по сберегательным вкладам. Саровбизнесбанк, так же, как и Сбербанк, с недавних пор принимает платёжные квитанции от физических лиц на оплату услуг ЖКХ, требований налогового органа, ГИБДД. Данная услуга предоставляется сегодня далеко не каждым банком региона в силу того, что они, несмотря на политику завоевания рынка и укрепления собственных позиций, подчас не стремятся установить прочный контакт с клиентом из числа физических лиц.

Указанные нижегородские банки, кроме того, оказывают всемерную поддержку развитию спорта, культуры и искусства через спонсирование спортивных команд НО, финансирование с заключением контракта, часто - на безвозмездной основе, проведения чемпионатов, матчей и прочих спортивных игр, меценатство (финансовое попечение исторических зданий г. Нижнего Новгорода: музеи А.М. Горького (Алёши Пешкова), Милия Алексеевича Балакирева).

Рассмотрим далее, какими путями, согласно приведенному выше определению КСО, происходит финансирование. Во-первых, финансирование КСО может осуществляться либо напрямую предприятием (развитие отношений со стейкхолдерами, стимулирование труда), либо через специализированные институты (забота о персонале – через образовательные центры, поликлиники, НПФ) или через НКО (волонтерство, филантропия в отношении местных сообществ – с помощью благотворительных фондов).

Во-вторых, вне зависимости от сферы деятельности, финансирование мероприятий по КСО охватывает следующие расходы организации:

- на повышение качества продукции, услуг (в т.ч. премии за рост производительности труда) и снижение себестоимости, с другой стороны;

- на разработку и внедрение НИОКР, освоение более экологичных технологий, строительство очистных сооружений, вторичную переработку отходов;

- на уплату налогов;

- на социальные нужды коллектива:

- взносы по государственному социальному страхованию,

- взносы рыночного, финансового характера (ДМС, НПФ),

- традиционные для советского периода: детские сады, турбазы, поликлиники, дома культуры,

- на поиск и налаживание надежных отношений с бизнес-партнерами (представительские расходы - участие в ярмарках и т.д.),

- выплата дивидендов и расходы, связанные с проведением общих собраний акционеров (участников);

- на корпоративную благотворительность (филантропию):

- поддержка спортивных команд (наряду со спонсорством);

- денежные и натуральные пожертвования на лечение и в детские дома;

- участие в проведении районных, городских праздников;

- выплата стипендий и премий талантливой молодежи (конкурсы) и др.

В частности, долгосрочные программы, направленные на привлечение и удержание персонала, как это принято в мировой практике, разделяют на две большие подгруппы:

- 1) связанные с повышением уровня материального благосостояния (программы негосударственного пенсионного и дополнительного медицинского страхования, льготного кредитования на приобретение жилья);

- 2) не связанные с таковым (программы, ориентированные на обеспечение баланса работы и личной жизни; создание условий, способствующих сохранению здоровья).

В ряде случаев социальная ответственность организаций НО закреплена в коллективных договорах. Сверх норм, установленных законодательством РФ, она предусматривает следующие льготы: добровольное медицинское страхование работников, страхование от несчаст-

ных случаев и болезней; поддержку социально незащищенных семей; выплату материальной помощи работникам при уходе в отпуск, к юбилейным датам, при рождении ребенка и регистрации брака и др.; создание условий для отдыха и оздоровления работников; негосударственное пенсионное обеспечение работников. Подобный социальный пакет работникам способны в НО предоставить далеко не все, даже крупные организации области. Кроме достойной зарплаты, дополнительно стимулируют труд своих работников «ЛУКОЙЛ Волганефтепродукт», Волготрансгаз, МРСК Центра и Приволжья, РЖД, АЛИДИ, кредитные учреждения. Своей главной задачей в области социальной политики такие компании считают создание условий для эффективной работы сотрудников, их профессионального роста, обеспечение возможностей для достойного заработка, развитие культуры производства.

Из определения, приведенного выше, видно, что КСО охватывает самые разные стороны, которые в идеале компании должны учитывать в своей деятельности по всему перечню. К идеалу надо стремиться. Но жесткая конкуренция, зависимость от финансовых результатов деятельности и другие факторы позволяют только самым сильным компаниям быть социально ответственным по всем параметрам. Влияет также отраслевая специфика. Возьмем, к примеру, экологическую составляющую КСО. Насколько она весома для характеристики тех или иных организаций? Важна ли она для МСП, работающего в сфере услуг, например, для магазина формата «у дома» или для предприятия бытового обслуживания, у которых практически нет выбросов в атмосферу (если не считать доставку ассортимента до прилавка), а твердые бытовые отходы – забирают специализированные организации? Нет, социальная ответственность такого предприятия – это, прежде всего: 1) свежие продукты в первом случае, качественный сервис – во втором; 2) соответствующая уровню качества продуктов или сервиса цена (достигаемая через снижение торговой наценки); 3) своевременная зарплата плюс соцпакет (страховые взносы в государственные внебюджетные фонды, относимые на себестоимость) и различные бонусы, премии за хорошую работу, участие в корпоративных мероприятиях, редко - в конкурсах профессионального мастерства (из чистой прибыли); 4) благоустройство прилегающей к точкам сервиса территории (также из чистой прибыли) – в качестве заботы о местном сообществе.

Для промышленных, а также строительных предприятий, организаций транспорта, энергоснабжения – экология и охрана труда работников (в основном, расходы, относимые на себестоимость) – это главное,

что они должны обеспечить в рамках КСО. Затем уже – все остальное. В сельском хозяйстве также экология имеет огромный вес.

Приведем еще два примера по региону. Выксунский металлургический завод (ВМЗ) одной из своих приоритетных задач считает постоянное повышение качества выпускаемой продукции, для чего на предприятии разработана и внедрена система менеджмента качества. Другой приоритет - обеспечение здоровья и безопасности работников, для чего совершенствуются технологические процессы на производстве, осуществляется пристальный контроль факторов производственного и профессионального рисков, проводится обучение персонала для повышения компетентности в вопросах охраны труда и промышленной безопасности. Система управления охраной труда на заводе полностью соответствует действующим международным стандартам по охране здоровья и безопасности персонала. С 2010 г. совместно с компанией «Дюпон», всемирно известным лидером в создании систем управления охраной труда, ВМЗ реализует проект по развитию культуры в области охраны труда и промышленной безопасности.

Сама по себе деятельность НПО «Роботэк» является социально ответственной. Его специалистами внедрена на производстве концепция экогальваники, когда за счет использования роботизированных технологических линий в гальваническом производстве в разы сокращаются выбросы в воду и в атмосферу, многократно экономится электроэнергия. Предприятие осуществляет трансфер технологий и в РФ, и на экспорт. Это идеальный вариант, когда деятельность промышленного предприятия соответствует концепции устойчивого развития по определению.

Для организаций финансовой сферы на первый план выходит обучение, повышение квалификации, поддержание корпоративного духа и здоровья сотрудников, забота о них в денежном выражении составляет не на один порядок большие суммы, чем в предыдущих случаях, т.к. они – главный производственный фактор. Другие важные приоритеты - повышение финансовой грамотности населения – для привлечения опять-таки будущих молодых специалистов и для расширения клиентуры банков, брокерских компаний (в настоящее время рынок увеличивается за счет розничных клиентов), и филантропия.

Программа кредитования энергоэффективных проектов малого и среднего бизнеса уже упомянутого НБД банка предусматривает финансирование на специальных условиях тех компаний, которые реализуют проекты по сокращению потребления энергоресурсов, закупают или

продают энергоэффективное оборудование. В рамках программы Банк предоставляет компаниям кредиты в рублях на срок от одного года до семи лет. малым и средним предприятиям Нижегородской, Ивановской, Кировской, Пензенской областях, а также Чувашской Республики и Республики Марий Эл. Кроме удлиненных сроков кредитования предоставляется бесплатная техническая поддержка предприятиям по проведению энергоаудита для разработки грамотного решения при подготовке инвестиционного проекта, расчету экономической финансовой выгоды от проекта, а также оказанию рекомендаций по выбору наиболее эффективного энергосберегающего оборудования. НБД-банк организует семинары по энергоэффективности, для обсуждения возможностей повышения конкурентоспособности компаний через оптимизацию энергозатрат. Экономия позволяет предприятиям не только наращивать производственные мощности и снижать долю энергозатрат в себестоимости единицы выпускаемой продукции, но и улучшает экологические показатели работы предприятий.

Источниками для анализа КСО в НО являются социальные отчеты организаций, годовые отчеты банков, отчеты некоммерческих организаций. Однако социальные отчеты составляет малая часть нижегородских организаций, точнее, единицы, такие как Выксунский металлургический завод, МРСК Центра и Привожья, а также бывший Волгателеком. Даже холдинг «Русские машины», в составе которых функционируют ГАЗ и ПАЗ, такого отчета не публикует, в отличие от «РусАла». Это не значит, что нижегородские предприятия не являются социально ориентированными, это указывает лишь на то, что их социальная деятельность не встроена в общую стратегию деятельности.

Чтобы охарактеризовать финансирование КСО через некоммерческие организации, из-за недостаточности сведений государственной статистики воспользуемся Сводным отчетом о вкладе НКО в социально-экономическую сферу Нижегородского региона в 2008–2009 годах, подготовленным Центром развития общественных инициатив Ассоциации «Служение» и Агентства Социальной Информации в Нижнем Новгороде. В исследовании приняли участие 14 ведущих некоммерческих организаций НО.

В НО в 2009 г. по сравнению с 2008 г. на 4% сократилась доля внебюджетных средств, привлеченных опрошенными НКО для решения социальных проблем региона, на 2% выросла доля средств, привлеченных из федерального и муниципального бюджетов (табл.1). Объем собственной хозяйственной деятельности НКО в 2008 и 2009 гг. остался

неизменным. В 2008 г. общий объем привлеченных опрошенными НКО средств составил 56,8 млн рублей. Для сравнения – бюджет областной целевой программы «Развитие образования» в этом же году составил 120,2 млн рублей, а программы «Молодежь Нижегородской области» – 2,8 млн рублей. В 2009 году общий объем привлеченных опрошенными НКО средств уменьшился и составил 49,3 млн рублей. Для сравнения – расходы бюджета НО на поддержку упомянутой областной целевой программы в 2009 году составили около 3 млн рублей, на программу «Нижегородская семья» – более 4 млн рублей, на программу «Старшее поколение» – более 8 млн рублей [6].

Таблица 1. Объем средств, привлеченных в НКО НО, руб.

	2008	2009
Внебюджетные средства	2 129 000	1 735 000
Средства местного бюджета	5 400 000	6 182 000
Средства регионального бюджета	1 554 576	1 307 500
Средства федерального бюджета	792 000	1 369 600
Хозяйственная деятельность	46 947 220	38 705 606
Общий объем	56 822 796	49 299 706

Таблица 2. Вклад волонтеров в деятельность НКО НО

	2008	2009
Количество волонтеров, работающих в организации постоянно, чел.	228	825
Количество добровольцев, привлекаемых на отдельные мероприятия, чел.	375	2 449
Общее количество часов, отработанных добровольцами в НКО, час	96 816	147 290
Денежная оценка вклада добровольцев*, руб.	8 192 207	13 872 879

*Если исходить из среднемесячной зарплаты работников в сфере предоставления прочих коммунальных, социальных и персональных услуг в 2008-2009 гг. (согласно данным официальной статистики), то час работы волонтера составляет соответственно 96,8 и 147,3 руб.

Таким образом, в настоящее время сложилась некоторая практика социального партнерства между государством, обществом и субъектами хозяйствования. Прежде всего, проявляется в стремлении организаций наиболее полно отвечать потребностям спроса, делать более до-

ступными по цене, лучшими по качеству, обеспечивая самим себе при этом конкурентоспособность. Как показано на примерах нижегородских организаций, они напрямую финансируют или спонсируют собственные или территориальные социальные программы, добываясь при этом получения реальных экономических и социальных результатов. Иногда они используют механизм НКО, но под собственным контролем. В составе стратегии промышленные предприятия обязательно прорабатывают экологическую составляющую, а относительно персонала – его обучение и повышение квалификации. Бизнес в других сферах делает ставку на талантливую молодежь, подбирая себе будущие кадры. В НО проявляется стратегическая КБ, и благодаря новому статусу социально ответственных НКО эта практика должна расширяться. Таким образом, КСО становится серьезным дополнительным источником конкурентоспособности области, действующих на ее территории крупных коммерческих предприятий. Вовлечение малого и среднего бизнеса в этот процесс пока носит фрагментарный и эпизодический характер.

Список литературы

1. Благов Ю.Е., Савченко А.А. Анализ практики лидеров корпоративной благотворительности в России в 2007-2009 гг. // Российский журнал менеджмента. Том 9, № 2, 2011. С. 27-48.
2. Бурмистрова Т.В. Социальные инвестиции российского бизнеса: институциональная среда / Материалы XII Международной конференции «История управленческой мысли и бизнеса: социальная ответственность бизнеса и этика менеджмента» (ред. В.И.Маршев). – М.: МАКС-ПРЕСС, 2011. – С. 42-50.
3. Годовой отчет ОАО «АКБ САРОВБИЗНЕСБАНК» за 2011 год. Утвержден Общим собранием акционеров ОАО «АКБ САРОВБИЗНЕСБАНК». Протокол № 1 от 02.04.2012
4. Лахина А.П. Социальная ответственность в системе управления социально-экономической деятельностью корпораций: автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05 / Алина Петровна Лахина. - Москва, 2009.
5. Материалы официального сайта НБД банка, в том числе ГОДОВОЙ ОТЧЕТ ОАО «НБД-Банк» за 2011 год (генеральная лицензия № 1966) Электронный доступ: <http://www.nbdbank.ru>
6. Сводный отчет о вкладе НКО в социально-экономическую сферу Нижегородского региона в 2008–2009 годах // Ассоциация «Служение». Агентство Социальной Информации. – Н. Новгород, 2010. - Электронный доступ - http://www.sluzhenye.org/File/Booklet_otchet_2010_all.pdf

7. Собственность и бизнес в жизни и восприятии россиян / [отв. ред. М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова, А.Ю. Чепуренко] ; Ин-т социологии РАН. – М.: Наука, 2006. – 392 с.

8. Статистические данные, характеризующие социально-экономическое развитие Нижегородской области. - <http://mines.government-nnov.ru/?id=1092>

9. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / Под общей ред. С.Е. Литовченко – М.: Ассоциация Менеджеров, 2004 г.

ЭТИКА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ – ИСТОКИ И ИСТОЧНИКИ

Маршев В.И.

«Всякое новое – это новая комбинация старого»

Еще раз об определениях

Ценностная ориентация является субъективным пониманием ценности. Именно ценностные ориентации человека определяют социальную «значимость» конкретных объектов и его социальные установки. Формулировка какой-либо ценностной ориентации должна содержать объект и его оценку, а социальная установка ещё и конкретное позитивное или негативное («не делать») действие. [1]

Мораль – это совокупность ценностных ориентаций и социальных установок, позволяющих оценить любой процесс принятия решений с точки зрения пользы или вреда третьим лицам [1]

Этика – это либо совокупность норм и принципов поведения индивида или группы лиц, принятых в данной эпохе и в данной социальной среде и формирующих у человека представление о приемлемом и неприемлемом поведении,

либо наука о морали и нравственности (добродетели), цель которой научить человека быть добродетельным.

Этика в собственном смысле слова это учение о том, как поступать, как вести себя, как и для чего жить

Понятие «этика» происходит от древнегреческого «ethos» (этнос). Считается, что термин «этика» ввел Аристотель, в понимании которого этика - это жизненная мудрость, «практические» знания о том, что такое счастье и каковы средства для его достижения. Позже Цицерон перевёл труды Аристотеля по этике на латынь, заменив слово «этика» латинским словом *mores* – «мораль». На русский язык понятие «ethos» можно перевести как «нравственность». Иными словами, понятия этичность, нравственность и моральность в своем значении тождественны.

Профессиональная этика - конкретизация общей морали применительно к специфике определенной профессии, в рамках которой она формирует специфические этические нормы и правилами поведения. Примеры: этика врача, этика политического деятеля, этика судьи, этика юриста, этика продавца, этика ученого, этика педагога, этика менеджера.

Профессиональная этика обладает двумя основными признаками. Во-первых, она учреждает соответствующую профессию в качестве

нормозадающей этической инстанции. Во-вторых, она описывает те исключения (отступления) от общих моральных принципов, которые диктуются логикой соответствующей профессии и которые в конкретном профессиональном контексте воспринимаются не как отступления, а как адекватное выражение духа самих этих принципов²⁸. [3]

В ноябре 2011 года в Москве состоялся международный симпозиум «Этические аспекты банковской деятельности и социальная роль банков: опыт России и Италии». В своем приветственном послании Патриарх Московский и всея Руси Кирилл подчеркнул: «Богатство должно быть результатом созидательного труда, благословленного Господом и способствующего исполнению Его замысла о мире. Хозяйствование только тогда может быть устойчивым, когда капитал является эквивалентом реальных ценностей, создаваемых человеком. Важнейшим залогом успешности трудов бизнес-сословия, поддержания его доброй репутации является также формирование нравственно здорового климата в деловых отношениях, в трудовых коллективах, что невозможно представить без утверждения высоких стандартов **профессиональной этики**».[2]

Прикладная этика – совокупность принципов, норм и правил, выполняющих на основе нормативной этики практическую функцию научения людей должному поведению в конкретных ситуациях и в определенных сферах их жизнедеятельности.

Прикладная этика в отличие от профессиональной занимается общезначимыми моральными проблемами (а не профессиональным поведением) и рассматривает конкретные моральные ситуации (а не нормы). Примеры таких проблем - смертная казнь, эвтаназия, трансплантация органов, создание химического оружия, продажа оружия и др.

Профессиональная этика рассматривает профессиональное поведение, поведение человека внутри профессии и от имени профессии, а прикладная этика исследует общезначимые проблемы, охватывающие людей разных компетенций и касающиеся самого личностного бытия индивидов, а не отдельных аспектов его деятельности.

²⁸ Отсюда следует, что, например, врачебная деятельность не просто посредствующее звено между общей моралью и конкретными решениями и поступками врача, она становится источником «профессиональной» морали, отражаясь в профессиональной «врачебной этике»

Примеры прикладной этики: биомедицинская этика (или биоэтика), экологическая этика, политическая этика, правовая этика, этика науки, этика хозяйствования (или предпринимательская этика, деловая этика, Business Ethics), управленческая этика (Management Ethics).

На примере врачебной деятельности и биоэтики очевидны различия профессиональной и прикладной этик, как наиболее древних и развитых. Профессиональная врачебная этика нацелена на то, чтобы обозначить *исключения* из общей морали, которые обусловлены своеобразием профессии и оправданы в её рамках. Одновременно, врачебная этика исходит из презумпции, согласно которой адекватное поведение в рамках врачебной деятельности не может не быть нравственным. Биоэтика же в отличие от неё элиминирует специфику ситуации болезни таким образом, чтобы она даже в своих крайних проявлениях, которые по преимуществу и интересуют биоэтику, не препятствовала индивиду оставаться нравственно-автономным субъектом. Врачебная деятельность в рамках биоэтики не замыкается корпоративно-профессиональными интересами, а рассматривается в широком контексте экономических и общественных отношений, в рамках прямых социальных обязанностей государства перед гражданами.[4]

Политическая этика определяет приемлемые формы борьбы за власть и распоряжения властью. Именно в рамках политической этики сосредоточены основные дискуссии о целеполагании, о возможном и допустимом воздействии и др.

Для введения понятия «этика хозяйствования» нам понадобятся объектные и корневые определения. Под *бизнесом (хозяйствованием)* будем понимать **процесс осуществления некоторым лицом** деловой деятельности, который сопровождается **делкой с другим лицом** с определенными условиями и совокупностью соответствующих деловых отношений. Под *организацией* будем понимать совокупность не менее двух лиц, объединённых общей целью и формализованной структурой (напр., письменным и/или устным договором, обязательствами и т.п.). Под *управлением организацией* будем понимать осознанное целенаправленное воздействие одного лица (совокупности лиц) организации на другое лицо (совокупности лиц) организации.

Этика хозяйствования (бизнес-этика) определяет самые основы любой экономической системы: какова должна быть форма собственности в обществе, каким образом можно и должно зарабатывать себе на хлеб и на жизнь, каковы приоритеты в производстве благ, какое распределение благ считать справедливым и т.д. *Управленческая этика*

(менеджмент-этика) ставит перед собой один общий вопрос: как принимать и реализовывать этические решения в управлении хозяйством или любой организацией? [1]

Менеджмент-этика и Бизнес-этика, как виды прикладной этики, не являются частями (или разделами) общей этики, как науки о морали и нравственности. Они в такой же и даже, быть может, в большей мере принадлежат Менеджменту (Управлению) и Бизнесу, как специальным областям общечеловеческой научно-практической деятельности.

Изучая литературу в контексте тематики конференции, нас интересовали не сами по себе примеры этики хозяйствования и управления, отраженные в различных источниках ИУМ, а их наставнический, просветительский и воспитательный характер, сыгравший и продолжающий играть роль своего рода **непреходящих** оснований и начал представлений об этическом и неэтическом поведении людей в хозяйствовании и управлении объединениями людей.

Истоки этики хозяйствования и управления в источниках ИУМ

Исходя из выше названных определений очевидно, что управление является древнейшим видом человеческой деятельности и оформилось с момента появления на Земле первобытных человеческих обществ. Следовательно, можно предположить, что и мысли о рациональной организации хозяйств с целью выживания, воспроизводства человека зародились тогда же. Иное дело – их фиксация в устной или письменной форме. Очевидно, что в эпоху отсутствия письменности они могли передаваться через родовую память только устно, из уст в уста, дойдя до наших времен в виде мифов древних народов, в легендах, историях, поговорках, пословицах, сказках. С появлением письменности эти мысли стали фиксироваться, приобретая значимость письменных источников управленческой мысли, которые служили исполнению многих общечеловеческих функций, в т.ч. просветительских и воспитательных.

Система письма, употреблявшаяся народами, жившими в Древнем Египте, в бассейне Нила, в древних государствах Месопотамии, в бассейне Тигра и Евфрата, и распространившаяся впоследствии за пределами Шумера, Аккада и Вавилона, получила название клинописи. В эпоху иероглифической письменности обучиться ей было довольно трудно, на это требовались долгие годы и, самое главное, обучение письменности было уделом избранных, так как они посвящались в понимание смысла этих иероглифов, как символов. Обучались только дети жрецов, вельмож, управляющих, крупных чиновников и высокопоставленных придворных. Обучение древнему письму происходило в

специальных школах, в т. наз. «домах учения писанию», попасть туда было заветной мечтой представителей среднего класса, а научиться грамоте означало выбиться в люди, стать государственным чиновником.

Чиновник древности – это, как правило, человек ученый, воспитанный, образованный. Школы находились при храмах и дворцах, поскольку для храмового хозяйства и государственных ведомств требовались грамотные люди. Занимаясь в школах вопросами приличествующего поведения и хорошего тона, как знаков принадлежности к высшему классу, школьники много времени посвящали религиозным и **этическим** проблемам. Наряду с обсуждением общегосударственных вопросов (вопросов благоустройства и безопасности государства и общества, рационального ведения хозяйства, предотвращения недовольства и социального напряжения, законоведения) они обсуждали вопросы этики поведения в обществе мудрейших людей, в семье, с подчиненными, с начальством.

Среди наиболее важных источников, отражающих предметную область «этики управления» я бы выделил разного рода трактаты древневосточной литературы - наставления, поучения, советы, речения древних правителей, в которых авторы излагали свои представления о том, какими деловыми и личными качествами и характеристиками должны обладать их наследники, чтобы успешно управлять царским, церковным и вельможным хозяйством, управлять царствами, номами, городами, полисами, государствами.

Причем, наставления и поучения древних правителей отождествлялись с божественными наставлениями, поскольку верховные правители в древних царствах (фараоны, цари, богдыханы, императоры и пр.) преподносились в мифах и воспринимались в народе либо как заместители Бога на земле, либо выразителями божьей воли. Именно «приближенность к богам» верховных владык была причиной тому, что характерной чертой древневосточной литературы является её государственно-нормативный и регламентирующий характер, а действительность в письменных источниках характеризуется с позиций этих верховных владык. Отсюда их поучительный, догматический и одновременно дидактический характер. Об этом можно судить уже по названиям трактатов – «Поучение Птахотепа» (XXV в. до н.э.), «Поучение Гераклеопольского царя Ахтоя своему сыну Мерикара» (XXI в до н.э.), «Поучение Ахтоя, сына Дуауфа, своему сыну Пиопи» (XXI в до н.э.), «Поучение фараона Аменемхета I» (XX в. до н.э.). Более поздние трак-

таты «Поучение Ани» (XI в. до н.э.) и «Поучение Аменемопе» (X-VIII в. до н.э.), «Домострой» Ксенофонта (IV в. до н.э.), а также известные на Руси (уже с XI века) поучения «от отца к сыну», напр., «Поучение» Владимира Мономаха (XII в.), «Домострой» Сильвестра (XVI в.), представляют из себя не только советы ведения домохозяйства, но и изложение правил житейской морали и традиционной нравственности.

Приведем некоторые этические наставления из Поучения Ахтоя: «Не разорь человека, исполняющего предписания... Не будь злым, прекрасна доброжелательность, продлевающая долголетие твоих памятников (людской) любовью к тебе... Почитай твоих вельмож, даруй благополучие твоим людям... Обогащай твоих вельмож, и они будут исполнять твои законы. Богатый собственным домохозяйством не бывает пристрастным, владыка имущества не бывает нечестным. Неимущий же не может говорить как подобает; говорящий «о, если бы мне (иметь)» не бывает прямым, ибо он пристрастен к владеющему мздой... Говори маат²⁹ в собственных владениях, и будут благоговеть пред тобой вельможи... Не делай различия между сыном (знатного) мужа и простолюдином; приближай к себе человека, за дела его рук, и будет исполняться всякое ремесло... для (царственного) владыки мощи... Будь милостив к тому, что должно обустроить, удовлетвори его нужды, возобнови опечатанные (жертвенные припасы), не бывает благочестия, затаившегося (в бездействии). Хорошо творить для грядущего». [5]

В «Поучении Аменемопе» сказано: «Не тщись найти выгоду, чтобы обеспечить свои потребности. Если ты приобрел богатства грабежом, они не проведут и ночи с тобой; на рассвете они уже вне дома твоего, их место можно узреть, но их уже нет... они сделали себе крылья, как гуси, и улетели к небу».

А вот некоторые наставления детям из «Поучения» Владимира Мономаха: «Не соревнуйся с лукавыми, не завидуй творящим беззаконие, ибо лукавые будут истреблены, послушные же господу будут владеть землей». И еще немного: «И не будет грешника: посмотришь на место его и не найдешь его. Кроткие же унаследуют землю и многим

²⁹ Слово «маат» означает правду и справедливые обычаи, которым должны следовать царь и люди. В общем же считалось, что эти обычаи установлены самим богом-творцом и что именно они определяют всю жизнь мироздания.

наслаждаться миром. Злоумышляет грешный против праведного и скрежетет на него зубами своими; господь же посмеется над ним, ибо видит, что настанет день его. Оружие извлекли грешники, натягивают лук свой, чтобы пронзить нищего и убогого, заклать правых сердцем. Оружие их пронзит сердца их, и луки их сокрушатся. Лучше праведнику малое, нежели многое богатство грешным. Ибо сила грешных сокрушится, праведных же укрепляет господь. Ибо грешники погибнут, — праведных же милует и одаривает... Уклонись от зла, сотвори добро, найди мир и отгони зло, и живи во веки веков».

Говоря о древнеегипетских источниках, следует отметить общеизвестное влияние этой литературы на Библию и выявленное историками множество фактов такого воздействия. Так, например, рассказ Библии об исходе евреев из Египта содержит следующий эпизод: Моисей «разделил» воды Красного моря, и по суше, то есть дну моря, провел весь еврейский народ с одного берега на другой. В древнеегипетском папирусе «Мадам Весткар», названном так по имени первой его владелицы, или в «Сказках сыновей Хуфу», (правителя IV династии, XXV в. до н.э.) египетский жрец (чародей Джаджаманх) также «разделяет» воды пруда, чтобы достать со дна упавшую в воду заколку волос. Библейская книга «Притчи Соломоновы» по своей структуре и стилю напоминает вышеупомянутые древнеегипетские поучения. Так, в упомянутом «Починении Аменемопе» есть слова: «Дай уши твои, внимай [словам], сказанным мной, обрати сердце свое к пониманию их». В «Притчах Соломоновых»: «Приклони ухо свое, внимай словам моим и обрати сердце свое к пониманию их». Очевидно, что такое совпадение не случайность, а египетский текст является первоисточником. Можно предположить, что древнеегипетские тексты поучений во многом оказались основой и канонических утверждений (например, признаваемых сегодня религиозных заповедей), в которых выражаются общечеловеческие нормы морали и нравственности.

Другими источниками основ и норм этического хозяйствования были законы правителей, среди которых наиболее известны и популярны законы месопотамских царей Ур-Намму (XXII в. до н.э.) и Хаммурапи (XVIII в. до н.э.), Среднеассирийские и Хеттские законы (XVIII-XV вв. до н.э.) [6], содержавшие по несколько сотен статей. Предметом большей части статей были кражи, воровство и соответствующие наказания. Но встречаются и такие, как, например, 10-я статья в Хеттских законах: «Если кто-нибудь причинит вред человеку и сделает его больным, [то] он должен за ним ухаживать. Он должен дать вместо него че-

ловека, и тот должен работать в доме [пострадавшего] до тех пор, пока он не поправится. Когда же он поправится, [виновный] должен дать ему 6 сиклей³⁰ серебра, и он сам должен также заплатить плату врачу» [6; сс. 330-331]

При всём изобилии нормативных документов, нацеленных на борьбу с воровством и казнокрадством, эти процессы разрастались, приобретали массовый характер в древних царствах и порождали всё новые и новые жесткие меры борьбы с ними. Одним из ярких примеров подобного рода нормативных документов является «Указ Хоремхеба», подготовленный фараоном Хоремхебом (бывшем командующим египетской армией), правившем в Древнем Египте (с 1337 по 1306 гг. до н.э.) вскоре после непродолжительного царствования религиозного реформатора Эхнатона³¹. В это время Египет нуждался в сильном и одновременно мудром правителе, поскольку после реформы Эхнатона государство переживало острые изменения действия центробежных сил. Это проявлялось в том, что многие палестинские, финикийские и сирийские князья, которые правили в соответствующих номах Египетского государства и которые раньше безоговорочно исполняли все повеления египетского царя, стали вести себя независимо и игнорировать его распоряжения, в результате чего великая держава по существу распалась.

Одну из причин распада Египта Хоремхеб видел в усилении произвола и лихоимства должностных лиц, в связи с чем и был принят подготовленный им Указ. В опубликованном во всех номах царском указе назывались суровые кары против казнокрадства и взяточничества государственных чиновников: «[Назначение судей]... немногоречивых, благонравных, умеющих судить, слушающих речь царя и законы судебной палаты. Я назначил их судить в Египте... Я наставлял их по пути жизни и направил их на правду. Моё наставление для них: «Не якшайтесь с другими, не берите взятку от другого... На что это похоже, чтобы один из вас якшался с другими? Пристало ли вам творить неправду против праведного!» Что же касается подати серебром... моё величество прика-

³⁰ 1 сикл (месопотамская мера веса) равнялся 8,4 граммов

³¹ Царь Эхнатон («угодный Атону») выступил против признания множества богов (их число доходило до 1000) и провозгласил Атону – «Бога солнечного диска» верховным и единственным богом всего Египта.

зал её снять³², чтобы не дать взимать податей какими-либо вещами от должностных лиц судебных присутствий Верхнего и Нижнего Египта. Что же касается любого местного князя, любого жреца, о котором услышат, что он сидит, чтобы творить неправду против праведного, **то это будет ему вменяться как преступление, достойное смерти**» (выделено нами –М.В.) [6; с.126]

Вообще, правители Древнего Египта были «щедры» на смертную казнь, как средство наказаний за аморальное или безнравственное поведение чиновников. Как пишет Геродот: «Амасис³³ издал вот такое постановление египтянам: каждый египтянин должен был ежегодно объявлять правителю округа свой доход. А кто этого не сделает и не сможет указать никаких законных доходов, тому грозила смертная казнь»

Через тысячелетия аналоги древнеегипетских норм осуждения неэтичного хозяйствования проявились в российских правовых документах - в «Русской правде», Судебниках, уставных грамотах наместничьего управления, губных и земских грамотах и т.д. Почти в каждом акте местного управления Русского централизованного государства XV-XVI вв. можно найти статьи, запрещающие брать посулы (взятки) и карающие «посульников» (или взяточников). Например, Статья 1 Судебника 1497 г. (принятого Иваном III) гласит: «Судите суд бояром и околничим...А посулов бояром, и околничим, и диаком от суда и от печалования не имати» [7] А в статьях Судебника 1550 г. (принятого Иваном IV) впервые в России намечается состав должностного преступления посульников (напр., вынесение неправильного решения в результате получения взятки) и меры наказания судей в виде материальной и уголовной ответственности (ст.3). По ст.4 дьяк, составивший за взятку подложный протокол судебного заседания или неправильно записавший показания сторон или свидетелей, уплачивал половину суммы иска «да кинути его в тюрьму». А подьячего за то же самое «казнити торговою казнию, бити кнутъём» (ст.5). [8].

В губных и земских грамотах взятки карались строже. Так согласно ст.13 Медынского губного наказа, если «староста и целовальник учнут посулы имати в розбойничных и в татиных делах³⁴, ... и тому

³² Букв.: дать спину против неё

³³ Или Яхмес II – древнеегипетский фараон, правивший в период 570-526 гг. до н.э.

³⁴ Дела о кражах

старосте и целовальнику от царя и великого князя³⁵ бытии в казни³⁶ и в продаже³⁷» [9].

В контексте темы конференции весьма показательными являются «безобидные» древние сказки, в т.ч. и русские, передававшиеся из поколения в поколение и одновременно иллюстрирующие элементы деловой этики в принятии решений при осуществлении хозяйственной деятельности, основанной на договорах. Приведем два примера. Первый - это русская сказка «Правда и Кривда»³⁸, в которой Кривда своими многочисленными успехами в хозяйствовании (по сравнению с делами своего брата Правды) обязан *несправедливости*. Он и брата пытается убедить в том, что жить по справедливости нельзя. В этой же сказке появляются жертвы «справедливого хозяйствования» (старый пёс, конь, немощный старик) и бесы, торжествующие победу «несправедливого поведения». Даже, несмотря на исцеление ослепшего Правды и последующие его успехи в хозяйствовании, в сказке слишком много примеров «несправедливого хозяйствования», которые, как мне кажется, запоминаются юным читателем гораздо сильнее, чем выживание Правды и поражение и смерть Кривды.

Другой пример – русская сказка «Вершки и корешки», в которой мужик и медведь ведут совместную хозяйственную деятельность, каждый раз договариваясь о правиле раздела произведенного. В первом случае предложенное мужиком правило «Давай мне вершки, а тебе корешки» привело к выигрышу мужика (поскольку посеяли пшеницу). Во втором случае медведь настаивает на противоположном условии дележа продукции и опять проигрывает (поскольку посеяли репу). В обоих случаях мужик вел себя юридически корректно, но неэтично, ибо оба раза начинал с правила, а не с предмета дележа. Как и в первой сказке, несправедливость хозяйствования торжествует, к тому же осуществляемая в рамках закона. Детская память, усвоив это, несёт по жизни, во-первых, яркие исторические примеры несправедливого хозяйствования, а во-вторых, правила осуществления несправедливого хозяйствования, приводящие к победе над конкурентом.

³⁵ Ивана IV Грозного

³⁶ Смертная казнь

³⁷ Штраф в пользу великого князя

³⁸ По сути эта русская сказка есть аналог древнеегипетской «Сказки о Правде и Кривде»

Еще об одном документе российской этико-управленческой мысли - Домострое Сильвестра (примерно 1578 г.). Это, пожалуй, первое отечественное сочинение, целиком посвященное не государственному управлению, а ведению **частного** хозяйства. До этого, начиная с XI в., на Руси конечно же публиковались переводные и отечественные произведения в духе древнеегипетских и иных «Поучений от отца к сыну» в различных вариантах, но они были откровенно социально ориентированными. Их авторами были не просто чадолюбивые отцы, а какой-то отец духовный (как патриарх Геннадий и его «Стослов»), либо царствующая особа (как Владимир Мономах и его вышеупомянутое «Поучение»), либо какой-то полководец («Наказание от отца к сыну» изданное в XIV в.) или мудрец (Егидий Колонн и его «???»), имеющий право поучать на общегосударственном или общественном уровне, хотя на самом деле каждый из авторов наставлял сына в правилах наследственного ремесла.

Одно из таких последних (до «Домостроя») переводных поучений, обращенных к правителю, был трактат «Василия царя греческого главизны» (конец XV в.). Однако, накопившийся опыт предпринимательской деятельности, достаточно развитые рыночные отношения (особенно в Новгородском и Псковском княжествах) и развитие новых социально-экономических отношений на Руси в середине XVI в. привели к необходимости создать аналогичные «наказания» для мирян незнатного происхождения. Тогда-то и появился «Домострой», обращенный к горожанам среднего достатка, к купцам и дворянам («как дворь строити»), к новым служилым людям, появившимся на Руси.

По своему языку и стилю Домострой существенно практичнее всех предыдущих наставлений и поучений и в Сильвестровской редакции состоит из трёх взаимосвязанных частей или «строений»: «духовного строения» (религиозные наставления, [10; главы 1-15]); «мирского строения» (о семейных отношениях, главы 16-29) и «домовного строения» (хозяйственные рекомендации, главы 30-63). Кроме того, в этой редакции есть специальная дополнительная глава 64 «Послание и наставление от отца к сыну», которая представляет собой авторский конспект всего Домостроя и одновременно житейское, обоснованное на личном опыте автора, трактовку «домостроения». По мнению В.О. Ключевского, считавшего, что древнерусское слово «строй» имеет современные ему смысл и значение слова «наука», Домострой состоял «из трёх наук». В таком случае, Домострой можно считать первой в России попыткой создания науки об управлении домохозяйством.

Начинает Сильвестр свой трактат главой «Наставление отца к сыну» и словами «Благословляю я, грешник имярек, и поучаю, и наставляю, и вразумляю сына своего имярек и его жену, и их детей, и домочадцев: следовать всем христианским заветам и жить с чистой совестью и в правде, с верой творя волю божью и соблюдая заповеди его и себя и укрепляя в страхе божьем, в праведном житии, и жену поучая, также и домочадцев своих наставляя, - не насильем, не побоями, на рабством тяжким, а как детей, чтобы были всегда успокоены, сыты и одеты, и в теплом доме, и всегда в порядке» [11].

И далее множество полезных советов на фоне нравственных характеристик в отношениях между домостроителями и домочадцами. Вот что будет, по мнению Сильвестра, с теми, «Если кто живет, ничего не рассчитав» [10; ст.27]: «Всякому человеку: богатому и бедному, большому и малому – всё рассчитать и разметить, исходя из ремесла и из доходов, а также и по имуществу; приказному же человеку всё рассчитать, учтя государево жалование и по доходу, и по поместью.... Если же кто, не рассчитав своего и не разметив житья своего и ремесла, и прибыли, начнет, на людей глядя, жить не по средствам, занимая или беря незаконным путём, такая честь его обернётся великим бесчестьем со стыдом и позором, и в лихое время никто ему не поможет, да и от Бога грех, а от людей насмешка; надобно каждому человеку избегать тщеславия и гордыни, и греховных встреч, жить по совей силе и по возможности, и по расчету, и на прибыль от законных средств. Ибо такое житье и удобно, и Богу угодно, и похвально среди людей, а себе и детям своим надежно» [12].

Вот одно из нравственных наставлений из сферы социальной ответственности: «...Господину же и госпоже следить всегда и спрашивать слуг и немощных и убогих о всякой нужде их в еде, и в питье, и в одежде, и во всём необходимом, о всякой их скудости и недостатке, и о делах их, и о всех тех нуждах, в которых можно помочь ради Бога, насколько Бог пособит и от всей души, как о детях своих, как о близких; если же кто не радеет о том и не соболезнует о таковых, да будет ему анафема; кто же это с любовью от всей души блюдет и хранит, великую милость от Бога получит и грехам прощение и вечную жизнь заслужит» [13]

Важностью вопроса может быть оправдано вышеприведенные обширные цитаты из Домостроя, базирующиеся на православной этике и нацеленные на сохранение стабильности и внутренней сплоченности в семейном «деловом» коллективе. По большому счету эти советы явля-

ются религиозной основой российского домохозяйства. Поскольку они были высказаны еще до раскола в русской православной церкви, то можно предположить, что в результате раскола из образовавшихся двух направлений старообрядческая ветвь в большей степени сохранила традиции православной этики, которая изначально ориентировалась (и во многом ориентируется и сейчас) не на индивидуальную, а на соборную природу человеческого сознания, на этику коллективизма, т.е. этику индивидов, объединенных коллективными нравственными ценностями. Поэтому и в Домострое автор часто высказывает советы и наставления, обращаясь к сыну, но перечисляя всех участников «домостроения».

Мы коснулись раскола и старообрядцев, потому что увидели в старообрядцах прослойку, которая в течение нескольких столетий сохраняла и развивала оригинальные традиции православной этики хозяйствования. Об этом свидетельствует ряд источников, в которых подчеркивается значительная роль ревнителей старой веры в различных отраслях российской экономики. Одними из современных глубоких и масштабных, на наш взгляд, исследований хозяйственной этики старообрядцев являются работы В.В.Керова В.В. [14] и О.Л. Шахназарова [18], из которых ниже приведены некоторые факты и цитаты.

Исследователь староверия П.И. Мельников отмечал, что в конце XVIII и в начале XIX столетия московское старообрядческое купечество удерживало «за собой значение средоточия торгово-промышленной деятельности русского народа».[15]. А.П. Щапов, один из первых исследователей русского старообрядчества, считал, что старообрядцы со второй половины XVIII в. захватили «в свои руки... многие отрасли торговли и промышленности», завладели «торговлей и предметами местной промышленной производительности», и в результате «московские и околomosковские фабрики сделались училищами и рассадниками» старой веры, так же как и уральские заводы, горбатовские прядильни, нижегородские оптовые компании, судовые предприятия на Волге и Оке и многие другие.[16] В.В. Андреев называл старообрядчество «промышленной корпорацией», «торговой и промышленной общиной», «экономической общиной» и считал, что в первой половине XIX в. «главные русские капиталы скапливаются преимущественно в руках последователей раскола».[17]

В конце XIX - начале XX вв. роль старообрядчества в развитии российской промышленности признавали даже государственные деятели. Так, министр финансов И.А. Вышнеградский заявил, что старообрядцы «в российском торгово-фабричном деле - великая сила; они ос-

новали и довели нашу отечественную заводскую промышленность до полнейшего совершенства и цветущего состояния», а С.Ю. Витте не считал зазорным посещать основанную старообрядцами Макарьевскую-Нижегородскую ярмарку для встреч и и «собеседований» с старообрядцами [18].

Почему мы проявляем интерес к старообрядческим этическим нормам хозяйствования в современной российской экономике (и даже ставим вопрос об оценке их потенциальной осуществимости в наше время)? По крайней мере, по двум причинам. Во-первых, прямое внедрение в российское общество, в иную социальную среду заимствованных зарубежных моделей этики хозяйствования даже законодательным путем не приводит к положительным результатам. А во-вторых, старообрядческая хозяйственная и трудовая этика на протяжении 4 столетий (включая первые десятилетия после 1917 года, в силу инерционности российской экономики и мышления конкретных лиц, принимавших хозяйственные решения на общегосударственном уровне) была основой бизнес-модели успешного ведения хозяйства старообрядческих общин, а в силу своей доли в общероссийском хозяйстве - причиной успеха национальной экономики.

А то, что это были вполне современные бизнес-модели, вызывающие восторг у специалистов по бизнес-моделированию, подтверждают иллюстрации ведения старообрядческого хозяйства. Структура хозяйства старообрядческой общины выглядела так – в центре находилась общинная казна, вокруг неё – крупные и средние предприятия общинников, на следующем круге - множество мелких предприятий-поставщиков, также из общинников. Т.е. общинная казна являлась источником капиталов и выполняла роль двухуровневой западной системы – ростовщик – банк. Со временем из-за нехватки средств и с целью роста экономической активности стали появляться «старообрядческие банки, но и они продолжали выполнять специфическую функцию, четко обозначенную роль заемного средства конфессионального характера». Общины обменивались информацией о конъюнктуре местных рынков. «Это позволяло им своевременно оценивать ситуацию, формулировать хозяйственную политику, влиять на ценообразование, создавать и своевременно перестраивать товаропроводящие сети, координировать поставки сырья. Староверы-производители не могли разориться в конкурентной борьбе с единоверцами. Конкуренции не было. Наоборот, прочно обосновавшиеся фабриканты считали своим долгом помогать начинающим собратям сырьем и оборотным капиталом по зани-

женным против рыночных расценкам, не взимая процентов, с долговременной рассрочкой платежа....

Староверы не могли продать или закрыть фабрику без ведома и согласия общины, последняя же своим решением могла передать ее другим лицам, если купеческая семья вырождалась и не могла продолжать эффективно управлять собственностью, которая рассматривалась как источник общественного благосостояния». В старообрядческих фабричных поселениях появлялись больницы, рабочие клубы (безалкогольные трактиры), школы, фабричные лавки, иногда фабричные театры и библиотеки.

На одной из фабрик «Товарищества мануфактур А.Я.Балина» во Владимирской губернии, где трудилось 15 тысяч человек, «для несемейных имелись отдельные общежития. Для кадровых рабочих — 7—8-квартирные дома. Проживание было бесплатным. Для постройки собственных домов выдавались беспроцентные ссуды с погашением в течение нескольких лет. Медицинское обслуживание — бесплатно. Имелась каменная больница на 50 коек с мужским и женским отделениями, операционной, амбулаторией, аптекой и отдельным родильным домом. В лесу располагался противотуберкулезный санаторий. Инвалиды и престарелые были на содержании Товарищества, для престарелых — богадельня. В поселке пятилетнее профтехучилище с вечерними классами для рабочей молодежи. Обучение и пользование библиотекой — бесплатное». [18].

Представитель древнего старообрядческого рода Рябушинских - Владимир Рябушинский в своей работе «Русский хозяин» приводит множество ярких примеров, характеризующих образ купца-старообрядца и этику хозяйствования старообрядцев, отличающую её (при всей внешней схожести) от этики протестантизма. В частности, протестантские богословы открыто разрешили брать проценты за выдаваемые кредиты, хотя средневековая католическая церковь считала это большим грехом и запрещала давать деньги в рост. Кроме того, как пишет В.Рябушинский, «в московском купеческом кругу держалась своеобразная расценка различных видов хозяйственной деятельности. Более всего уважалось занятие промышленностью: фабриканты и заводчики стояли на первом месте; за ними шли купцы, а к лицам, занимавшимся коммерческим учетом, даже без всякого оттенка ростовщичества и из самых дешевых процентов, отношение было неискреннее: в глаза уважали, а за глаза пренебрежительно говорили «процентщики»... В старообрядческих семьях «очень развивалась **благотворительная дея-**

тельность, строились церкви, школы, клиники, богадельни; тратились деньги и на поддержку славянофильских изданий. Одновременно сохранилась во всей полноте **профессиональная гордость**» [20].

В большинстве исследований старообрядческого предпринимательства подчеркивается роль, которую сыграли принципы и формы организации старообрядческих общин, где формировалась и развивалась взаимопомощь, взаимовыручка и взаимоподдержка. Сегодня аналогичная старообрядческой бизнес-модели предлагается программа развития хозяйств российского казачества одним из её лидеров – В.П.Мелиховым [20].

Проблемы этики хозяйствования

Ознакомившись с множеством разного рода советов, наставлений и поучений в области хозяйственной этики, морали и нравственности, передававшихся в течение многих тысячелетий (!) из уста в уста, из поколения в поколение, в конце концов, сформировавшихся в виде четких, отточенных фраз-заповедей, не перестаешь удивляться только одному: Как такой свод правил «этичного хозяйствования» с многотысячелетней историей, часто доказывавший свою работоспособность, до сих пор не стал устойчивой нормой и/или ценностью каждого человека в отдельности и всего человеческого сообщества в целом? Что заставляет человека нарушать наставления предков – их искусственность или...? Может быть, объяснение и ответ находятся в том, что каждое новое поколение адаптировало эти заповеди к соответствующим «современным» условиям и переставало им следовать, руководствуясь и одновременно оправдываясь правилом – «новые условия – новое поведение»? Может быть, деловая среда и деятельность в ней современного человека в качестве субъективного элемента социальной системы (собственника, менеджера, специалиста, работника) не просто выносят за скобки моральные различия в традиционном значении, но часто требуют способности действовать аморально?

Завершить статью мне хотелось бы мнениями и вопросами о современной этике. Российские исследователи, ссылаясь на высказывание Аристотеля из «Никомаховой этики» о том, что благо, рассмотренное с точки зрения своевременности, будет разным в разных сферах жизни и науках – в военном деле, медицине, гимнастике и т.д., приходят к парадоксальным, на первый взгляд, выводам. С одной стороны, известно много случаев, когда предприниматели, банкиры, журналисты, депутаты, другие профессиональные группы пытались осмыслить нравственные каноны своего делового поведения, составить соответствующие

Кодексы этики и, кажется, каждый раз они обходились без дипломированных специалистов в области этики, т.е. нравственная жизнь протекает без прямого участия «науки этики». С другой стороны, философы признают этическую критику в том смысле, что мораль говорит не о том, о чем она говорит, что безусловная категоричность ее требований не может быть никак обоснована, повисает в воздухе, и тем не менее «мораль во всей ее иллюзорности и необоснованной категоричности никуда не делась. Этическая критика морали не отменяет самой морали, подобно тому, как гелиоцентрическая астрономия не отменила той видимости, что Солнце вертится вокруг Земли. Мораль продолжает функционировать во всей своей «фальши», «отчужденности», «лицемерии» и т.д., совсем так, как она функционировала и до этических разоблачений... Как на настольных календарях, словно назло Копернику каждый день указывают часы «восхода и заката солнца», так люди в повседневной жизни (в особенности родители, учителя, властители и прочие высокопоставленные лица)... продолжают проповедовать мораль» [21].

Можно было бы продолжить интриговать читателей высказываниями специалистов по этике, вообще, и прикладной этике, в частности, типа заключения Н. Макиавелли о том, что «нельзя быть хорошим государем, не будучи в то же время моральным преступником», или утверждения А.Смита о том, что рынок приводит к богатству народов, но не через альтруизм субъектов хозяйственной деятельности, а, напротив, через их эгоистическое стремление к собственной выгоде, или слов К.Маркса и Ф.Энгельса о том, что буржуазия в ледяной воде эгоистического расчета потопила священный трепет религиозного экстаза, рыцарского энтузиазма, мещанской сентиментальности. Однако, закончим статью обещанными «современными» вопросами специалистов по этике для обсуждения на нашей конференции:

«Сохраняется ли сегодня та общественная (человеческая) реальность, осмыслением которой был классический образ морали или, говоря по-другому, не является ли классическая этика, представленная в наших трудах, учебниках, этикой вчерашнего дня?...

Не пора ли более критично взглянуть на наследие классической философии и поставить под сомнение определения морали как бескорыстия, безусловного долженствования, общезначимых требований и т.п.? И можно ли это сделать без того, чтобы не отказываться от идеи морали и не подменять игру жизни ее бисерной имитацией?» [21]

И добавим от себя, Неужели с древних времен ничего нет инвариантного (по времени) в понятиях этика мораль, и нравственность? И если

«Нет», то как и чему тогда обучать и научать студентов, если предмет обучения и научения есть «хозяйственная этика»?

Источники

1. Маршев В.И., Черных В.В. Понятие, предметные уровни и гносеологические проблемы этики в управлении// Труды XII международной конференции «История управленческой мысли и бизнеса». М.: ТЕИС, 2011. С.131-137
2. <http://www.cathmos.ru/content/ru/publication-2011-11-09-12-31-40.html>
3. А.А. Гусейнов. Размышления о прикладной этике. <http://iph.ras.ru/uplfile/ethics/RC/ed/kaunas/gus.html>
4. Там же.
5. Поучение Гераклеопольского царя своему сыну Мерикара. См. История Древнего Востока. Тексты и документы, М.: Высшая школа, 2002. С.18-19.
6. История Древнего Востока. Тексты и документы, М.: Высшая школа, 2002
7. Российское законодательство X-XX веков (в 9-и томах). М.: Изд-во «Юридическая литература», 1985 г., Т.2. С.54.
8. Там же, С.97
9. Там же, С.222
10. Домострой. С.Петербург.: Наука, 1994. С. 221-263
11. Там же, С.221
12. Там же, С.237
13. Там же, С.255
14. Керов В.В. «Се человек и дело его...»: Конфессионально-этические факторы старообрядческого предпринимательства в России. - М., 2004
15. Мельников П.И. Очерки поповщины // Он же. Полн. собр. соч. СПб.-М.: 1898. Т. 13. Ч. I. С. 325.
16. Щапов А.П. Русский раскол старообрядчества, рассматриваемый в связи с внутренним состоянием русской церкви и гражданственности в XVIII веке и в первой половине XIX. Казань, 1859. С. 290, 292 и др.
17. Андреев В.В. Раскол и его значение в народной русской истории. СПб.: 1870. С. 18, 127, 129, 183 и др.
18. Шахназаров О.Л. Отношение к собственности у старообрядцев (до 1917 года). "Вопросы истории", 2004. № 4.
19. Мелихов В.П. Поговорим немного об экономике. Газета «Казачий взгляд», №5 (173), май 2012 г. С.7.
20. Рябушинский В.П. Русский хозяин. М.: АСТ, 1998
21. А.А.Гусейнов. Этика и мораль в современном мире. http://iph.ras.ru/elib/EM1_1.html

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЗАКАТ МЕЙНСТРИМА

Павлов Р.Н.

Социальное предпринимательство в настоящее время становится все более и более популярным явлением в обществе, поскольку в мире растет тенденция в сторону превалирования социальных ценностей над чисто экономическими критериями развития. Модель капиталистического развития вступает в очередную фазу кризиса. Является ли она при этом затяжной или кратковременной – это является уже предметом обсуждений сторонников различных теорий циклических колебаний (от деловых циклов – до волн Кондратьева). Здесь же мы лишним раз подчеркнем это обстоятельство, поскольку по времени оно тесно связано с достаточно бурным ростом предмета нашего исследования.

Социальное предпринимательство (или социальный бизнес) представляет особый интерес, в первую очередь, по той причине, что это особый род предпринимательства, который не только не ставит во главу угла задачу максимизации прибыли как таковую, а даже наоборот, зачастую сталкивается с весьма острой проблемой дефицита финансовых источников. При этом оно характеризуется вполне устойчивой приверженностью тем социальным задачам, которые оно перед собой ставит и которые призвано решать. Собственно говоря, решать социальные проблемы в полной мере оно неспособно в силу их масштабности, однако, как следует из действующего определения данного феномена [1], оно призвано смягчать остроту социальных проблем, и в этом смысле в какой-то степени компенсирует то, что принято называть провалами рынка, или же фактически выполнять роль компенсатора слабого государства. Следует обратить внимание на обстоятельство, что периоды начала развития и становления данного социального явления совпадают в истории с периодами постепенного дерегулирования экономической, и в частности, финансовой деятельности, которое явилось главной причиной финансового кризиса, на что указывал в своих выступлениях В.А. Волконский. Первые ростки социального предпринимательства, когда так называемые НКО вступили в область коммерческой деятельности для усиления своего потенциала, появились в тот период, когда значение кейнсианства уже начинает ослабевать и происходит постепенный возврат к идеалам неоклассической теории. Особую роль в экономической науке начинает играть Чикагская школа во главе со знаменитым либералом М. Фридманом. Именно ему принадлежит

фраза: «Социальная ответственность бизнеса состоит в том, что он должен увеличивать объем своей прибыли» [2]. Всякое вмешательство в этот процесс Фридман расценивал как «социализм безо всяких примесей». Данная школа оказала весьма существенное влияние как на дальнейшее направление развития экономической науки, получившее название «мейнстрим», так и на характер экономической политики, проводимой сначала в развитых, а затем и в развивающихся странах. Следствием оказалось фактически состояние рыночного произвола, когда снижение роли социальных ценностей было доведено до такой черты, что появилась масса категорий граждан, вынужденных прибегать к иным способам выживания, отличным от попыток воззвания к государству, в силу того, что данная модель приобрела настолько мощную социальную базу, что революционная ситуация для нее казалась нереальной. Данные категории граждан, по сути, и стали объектом социального предпринимательства. Тот факт, что к моменту финансового кризиса 2008 года их критическая масса в мире достигла уже таких размеров, что стала предметом особых статистических наблюдений говорит о том, что данное явление приобрело характер некоего революционного начала по отношению к так «мейнстриму», получившему статус чуть ли не официальной идеологии, которую если и невозможно отменить сверху официальным указом, все равно существуют вызовы для ее отмены «снизу», для утверждения новой идеологии, закрепляющей значение социальных ценностей и их доминирование над экономическими ценностями прибыли и свободного всепроникающего рынка, как в экономической политике, так и на уровне экономической теории.

Литература

1) Социальное предпринимательство. Материал из Википедии, 2011 (Статья размещена на сайте: <http://ru.wikipedia.org>).

2) Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits // The New York Times Magazine, 13 September, 1970, pp. 32-33, 122-126.

ГЛОБАЛЬНЫЕ РЕЙТИНГИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ СТРАНОВЫХ МОДЕЛЕЙ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Сальникова Л.С.

Последние 20 лет ознаменовались бурным развитием рейтинговой деятельности практически во всех странах. Если в конце 80-х гг. XX века в мире существовало не более тридцати рейтинговых агентств, а рейтинговая деятельность была развита фактически только в США, то сейчас в мире их уже более ста, в том числе такие глобальные репутационные рейтинги как:

- Global Most Admired Companies - журнал Fortune;
- World's Most Respected Companies – газета Financial Times (составляется компанией PriceWaterhouseCoopers);
- World's Best Corporate Reputations - журнал Forbes (составляется организацией Reputation Institute).

Попасть в эти рейтинги имеют шансы лишь крупнейшие и наиболее авторитетные корпорации мира. За каждым из рейтингов стоит серьезная работа аналитиков известных консалтинговых групп, подкрепленная авторитетом ведущих деловых изданий. При этом важно понимать, что глобальные репутационные рейтинги – это тоже бизнес-продукты, которые ориентированы на деловое сообщество, они становятся важнейшими индикаторами экономической стабильности и инвестиционной привлекательности компаний.

Очень важным критерием оценки места компании в рейтинги репутаций является круг тех экспертов, которые участвуют в опросах, а также параметры оценки деловой репутации. Так, рейтинг «Global Most Admired Companies» базируется на опросе аналитиков, консультантов и руководителей крупнейших компаний мира, рейтинг «World's Most Respected Companies» к уже перечисленным группам респондентов добавляет представителей негосударственных организаций и журналистов. Результаты обоих списков довольно похожи и в свете ориентации оценки на экономические приоритеты бизнеса и представляют практический интерес для инвесторов и акционеров.

В отличие от уже названных рейтингов «World's Best Corporate Reputations» опрашивает потребителей товаров и услуг. Такая кардинальная смена респондентов даже при использовании тех же параметров оценки дает другой результат. Так, лидирующая в рейтинге «Global Most Admired Companies- 2006» компания General Electric оказалась

лишь 78-ой в списке «World's Best Corporate Reputations- 2006». Единственной компанией, вошедшей в Top-10 обоих списков стала компания Toyota Motor, продемонстрировавшая завидную «репутационную устойчивость» и заслужившая одинаково высокую оценку и по мнению потребителей, и по мнению представителей бизнес-среды.

Весьма показателен репутационный рейтинг известной компании Johnson& Johnson. В один и тот же год она лидировала во влиятельном рейтинге RQ «Кэффициент репутации», который проводится американской компанией Harris Interactive и Институтом репутации и охватывает 22 500 представителей широкой общественности. Но ей пришлось переместиться на шестое место в рейтинге «Global Most Admired Companies», проводившимся журналом Fortune на основании мнений 10 000 менеджеров, директоров и аналитиков рынка ценных бумаг. Наконец, компании Johnson& Johnson пришлось довольствоваться третьим местом в рейтинге «Сила бренда», организованном фирмой CoreBrand, которая опросила 10 000 старших менеджеров из крупных компаний.

Как уже отмечалось, при формировании рейтинга репутаций, важно учитывать критерии оценки репутации. Рассмотрим один из рейтингов - «Global Most Admired Companies», исследующий авторитет и влиятельность 500 крупнейших мировых компаний. Он предлагает следующие критерии оценки их репутации:

- Качество менеджмента;
- Качество продукта;
- Способность привлечь и удержать квалифицированные кадры;
- Финансовая стабильность;
- Эффективное использование корпоративных активов;
- Долгосрочная инвестиционная привлекательность;
- Использование новых технологий;
- Ответственное отношение к обществу и окружающей среде

Анализ параметров рейтинга позволяет говорить о том, что финансовое благополучие, корпоративное управление и качество менеджмента являются основными критериями для вынесения решения о надежности компании при подготовке инвестиционных рекомендаций. Экологические и социальные параметры выглядят аутсайдерами на фоне остальных, что кажется вполне логичным: ведь именно финансовое благосостояние компании обеспечивает возможность реализации социальных и экологических проектов.

В азиатском регионе к измерению авторитета ведущих компаний подходят несколько иначе. Рассмотрим критерии, предложенные журналом «Far Eastern Economic Review» для определения 200 самых влиятельных компаний. Они включают в себя следующие параметры:

- Качество товаров и услуг;
- Способность менеджмента учитывать долгосрочные перспективы;
- Использование новых технологий;
- Финансовая стабильность;
- Пример для подражания со стороны других компаний.

Сравнение критериев двух рейтингов наглядно показывает разницу в системе ценностей и предпочтений на Западе и на Востоке. В западном деловом мире решающая роль в оценке репутации отводится качеству менеджмента, в то время как азиатские бизнесмены больше ценят качество товаров и услуг, важно для них и использование компанией новых технологий. В то же время западные рейтинги отводят новым технологиям нижние строчки, для них куда важнее социальная ответственность бизнеса, которая в показателях азиатских рейтингов вовсе отсутствует, ее заменяет другой критерий – является ли компания примером для подражания.

Согласно данным исследования рейтингового агентства Fitch, сейчас около 80% мировых потоков заемных капиталов контролируются рейтингами. И это не предел. "Бум рейтингования" - это неизбежное следствие глобализации финансовых рынков, формирования крупного единого экономического и валютного пространства, развития информационных и коммуникационных технологий.

Помимо репутационных рейтингов важным инструментом управления репутацией стали кредитные рейтинги, о которых уже говорилось в связи с основными целевыми аудиториями репутации. Их появление было связано с тем, что у мирового бизнес-сообщества появилась потребность в стандартизации многообразных долговых финансовых инструментов, а также в создании адекватной системы оценки рисков при управлении инвестициями. Рассмотрим более детально суть таких рейтингов (табл.1).

До недавнего времени рейтинги в России не считались серьезным критерием оценки успешности компаний и рассматривались преимущественно как эффективная PR-технология. Они практически не использовались при принятии инвестиционных решений, для анализа контрагента при заключении сделок, для оценки кредитных рисков при

финансировании и т.п.. Однако приход в нашу страну таких глобальных агентств как Standart&Poors, Moody's, Fitch свидетельствует, что заинтересованные западные инвесторы теперь могут получить непредвзятую оценку как заемщиков, так и эмитентов.

Таблица 1. Кредитные рейтинги

<i>Определение</i>	Мера кредитоспособности частного лица, предприятия, региона или страны
<i>Как измеряется</i>	Прошлая и текущая финансовая история участников рынка, размер их финансовых обязательств (долгов)
<i>Назначение</i>	Дать инвесторам представление о вероятности своевременной выплаты взятых финансовых обязательств

Не случайно в последнее время все больший вес для российских компаний стали приобретать такие понятия, как "качество корпоративного управления", "информационная прозрачность", "репутация компании". Эмитенты долговых ценных бумаг и другие активные заемщики стали всерьез задумываться о формировании позитивной кредитной истории с целью улучшения условий финансирования в будущем.

Первым российским рейтингом деловой репутации можно считать проект «Рейтинг деловой репутации российских компаний», проводившийся в 1997-2003г.г. журналом «Эксперт» совместно с Центром региональных прикладных исследований. При этом метод составления рейтинга репутаций российских компании не мог быть скопирован с уже существующих западных аналогов. По международным стандартам в нашей стране практически не существует надежных, авторитетных компаний, поскольку в мировом деловом сообществе в рейтинги включаются только публичные организации, которых в России крайне мало.

В течении шесть лет, пока проводились исследования, состав участников российского рейтинга обновился едва ли не полностью, что свидетельствовало о нестабильной и бурно развивающейся отечественной экономике. К тому же год от года подвергались корректировке критерии оценки репутации, что тоже говорило о том, что рейтинговая культура в нашей стране находится в стадии становления. По результатам экспертных опросов и с учетом зарубежных разработок авторами проекта был предложен следующий перечень слагаемых деловой репутации, адаптированных к российской действительности:

1. Качество товаров и услуг;
2. Квалификация руководства;
3. Успех на российском рынке;
4. Лидерство в своей отрасли;
5. Успех на внешнем рынке;
6. Инвестиции в развитие.

На первом этапе исследования составлялся список наиболее авторитетных компании, из которого были выбраны 106 самых известных. На втором этапе эксперты по пятибалльной шкале выставляли этим компаниям оценки – отдельно по каждому из шести слагаемых репутации. Сводный рейтинг репутации рассчитывался как средневзвешенный этих слагаемых.

В число экспертов вошли 554 человека, среди них топ-менеджеры и собственники компаний, а также представители власти, имеющие опыт работы в бизнесе. Исследование охватывало административные центры наиболее крупных регионов России, отраслевая структура выборки формировалась с учетом пропорционального представительства вклада отраслей в ВВП (без сельского хозяйства).

Как показали результаты исследования, более 80 процентов респондентов в общую оценку репутации внесли лишь первые три критерия оценки: качество товаров и услуг, квалификацию руководства и успех на российском рынке. Это свидетельствует о том, что репутация российской компании формируется в основном на основании текущего результата деятельности, в то время как факторы долгосрочного развития (инвестиции в собственное развитие, лидерство в бизнесе, выход на внешние рынки) менее значимы. Российские предприниматели пока уделяют особое внимание сиюминутному успеху на рынке, выраженному в росте продаж товаров и услуг, уповая при этом на квалифицированных управляющих, что свидетельствует о не преодоленном кризисе в экономике, когда главная ставка делается на грамотного руководителя, способного не допустить нового обвала.

СРАВНЕНИЕ ПРОГРАММ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ И США

Сараханова Н.С., Андреа Маззарино

Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие – концепция, новаторство, деловая практика современного бизнеса. Социальная ответственность компаний и корпораций интегрировала с концепцией устойчивого развития бизнеса и обрела международное признание.

Формат и исполнение программ социальной ответственности реализуется таким образом, каким ожидает и принимает их общество, государство и бизнес. Деятельность компаний отражает тенденцию формирования международных стандартов в данной области и ожиданий со стороны международного сообщества относительно реализации программ КСО, а также усиливающее влияние стандартов ведения бизнеса ведущих стран на другие регионы.

В исследовании «Сравнение программ корпоративной социальной ответственности в России и США», предварительные результаты которого представлены в настоящей статье, проведен анализ и сравнение бизнеса в России и США.

В рамках исследования было выдвинуто две гипотезы:

Гипотеза 1. Менеджеры в России и США отличаются их отношениями к государству и социуму: Российские компании и бизнесмены более ориентированы на ожидания государства, им важны имиджевые проекты, которые позволят улучшить восприятие компании, «оправдать» существование бизнеса. Американские компании более ориентированы на цели бизнеса и собственные предпочтения, менее ориентированы на корпоративную филантропию.

Исследование первой гипотезы проведено на базе академической литературы, публикаций в прессе, интервью с экспертами рынка. Публикации и академическая литература были сочтены актуальными и относящимися к исследуемой теме в период опубликования с 1995 г. по 2012 г. в российских и американских журналах.

Гипотеза 2. В чем сходство и отличия программ социальной ответственности бизнеса в России и США? Существуют ли типовые американские и российские предпочтения или принципы в организации программ КСО? Ориентированы ли крупные компании в России и США на какие-то конкретные крупные или локальные проблемы?

Изначальным предположением является, что крупный бизнес в силу своих возможностей в целом имеет и реализует программы КСО. Возможным полем для формирования отличий являются разные ожидания общества и государства в обеих культурах и разное представление бизнеса о своей роли в обществе.

Для исследования второй гипотезы были приняты к сравнению и анализу 16 компаний: 8 российских и 8 американских. Объектом анализа и сравнения являлись программы корпоративной социальной ответственности. Требования к выбору компаний были сформулированы следующим образом:

1. Страновой рынок является ключевым для компании. Данное требование было связано с предположением, что компания, формируя программы социальной ответственности, ориентируется в том числе и на рынок сбыта, тем самым формируя свой имидж в глазах общественности и потребителей наиболее позитивным образом.

2. Собственниками компании обязательно являются граждане России или США соответственно. Это требование было сочтено важным, так как на выбор программ социальной ответственности оказывает влияние со стороны собственников компании, последние, с одной стороны, являются носителями культуры, т.е. отражают исследуемый нами культурологический аспект, а с другой стороны, проживая в стране пребывания бизнеса, ориентируются на потребности данного региона в формировании социальных инициатив.

3. Анализируются компании из отраслей-аналогов в разных странах, в целях исследования были выбраны следующие отрасли: телекоммуникации, нефтедобыча и переработка, ритейл, интернет-поисковики, банк, транспорт, пищевая промышленность.

4. Все компании относятся к категории крупных компаний. Данное требование было сформировано ввиду наблюдения, что средний и малый бизнес не всегда освещает свои инициативы в области социальной ответственности и с другой стороны, обладает малыми ресурсами, следовательно, ограничен в выборе программ социальной ответственности.

Первая гипотеза после детального рассмотрения была разделена на четыре исследовательских вопроса:

1. На кого ориентированы имиджевые цели КСО: ориентированы они на сотрудников компании или на потребителей и иные заинтересованные лица.

2. Из двух групп, общество и государство, какой вектор более предпочтителен для бизнеса?

3. Насколько проекты КСО отражают культурные и социальные особенности страны?

4. Каким образом можно трактовать сходства и отличия системы КСО в каждой стране?

Далее последовательно изложим решения данных вопросов:

На кого ориентированы имиджевые цели КСО: ориентированы они на сотрудников компании или на потребителей и иные заинтересованные лица.

Существует несколько позиций относительно необходимости КСО для бизнеса, наиболее полярные озвучивают два мнения: первое – взаимозависимость корпоративного успеха и общественного благополучия, второе – КСО – это возможность улучшения имиджа компании.

Российские школы в большинстве своем поддерживают первую позицию, что общество и бизнес взаимосвязаны и зависимы и, следовательно, бизнес «обязан» участвовать в программах поддержки обучения, здоровья, спорта. Например, Головнев (5) перечисляет ряд благотворительных проектов и проектов поддержки сотрудников: ЮКОС, поддерживающий футбол, Норильский Никель, предоставляющий корпоративный пенсионный фонд, и подчеркивает, что программы являются капиталоемкими и значимыми для региона. Однако он предполагает, что описываемый мотив улучшения имиджа сомнителен, так как программы не промоутируются должным образом, а ключевая цель – это снижение налоговых отчислений. Беляева (3) определяет социальную ответственность как «обязательство компании следовать долгосрочной социально значимым целям», выгодные как компании, так и обществу. Аналогичное мнение у Батаевой (1), понимающей ответственность как «взаимодействие общества, бизнеса и государства в решение проблем социально-экономического развития». Можно резюмировать, что все подходы сходятся к мнению, что КСО и социальная безопасность являются взаимосвязанными процессами.

Исследования американских ученых описывают подход более ориентированный на цели бизнеса и избежание ответственности за случайные несчастные случаи и снижение финансовых и социальных обязательств по отношению к окружающему обществу. Бош (Bosh) демонстрирует КСО как посредством имиджа отличить себя в глазах покупателя от конкурентов и избежать ответственности. Шейер (Shever, 2010) описывает этнографию КСО компании Shell, где присутствуют разный уровень доходов в зависимости от региона присутствия и разные программы поддержки регионов. Более многофакторный подход демон-

стрирует Райжак (Rajak) (9) в этнографическом исследовании Anglo American Corporation в Северной Африке. Он полагает, что «данная философия открывает доступ к новым социальным и идеологическим ресурсам для достижения своих экономических целей (2011)». Райжак (Rajak) полагает, что КСО это связанная система программ и инициатив, поддерживаемых ООН и транснациональными компаниями. В рамках данной философии бизнес представляется частью новой системы социальной поддержки, замещающей правительства. Однако важной частью логики Райжака (Rajak) является то, что транснациональные корпорации являются ответственными и за формирование, и усугубление глобальных проблем: бедность, неравенство, безработица. Мюхль (Mühle) (8) продолжает идею увеличения роли бизнеса в решении социальных вопросов и снижение роли государства.

Следующим пунктом анализа литературы является вопрос: «Из двух групп, общество и государство, какой вектор более предпочтителен для бизнеса?»

Данный вопрос может быть сформулирован: насколько государственные структуры и общественные организации могут оказать влияние на решения бизнеса в отношении социально ориентированных программ.

На взгляд авторов бизнес ориентируется на силы, обладающие наибольшей валентностью, т.е. которые могут оказать наиболее сильное влияние. Различные отрасли экономики отличаются в зависимости от рынка, гражданских инициатив и регуляторов, государственных структур.

В рамках настоящей статьи сравниваются подходы в России и США, каждая из стран обладает своей историей развития социальной ответственности и инициатив в данной сфере.

Устойчивым является наблюдение, что в США существует значительное количество благотворительных фондов и иных структур, которые профессионально управляют социальными запросами граждан и связывают их с возможностями и желанием корпораций этому помогать.

В России по сравнению со многими другими странами население менее озабочено как социально-экономическими проблемами в целом, так и проблемами социальной ответственности компаний в частности. Согласно опросу, проведенному в 2004 году Ассоциацией российских менеджеров большинство (58% опрошенных) полагает, что деятельность компаний не должна ограничиваться «получением прибыли,

уплатой налогов и обеспечением населения рабочими местами» (4). В целом в обществе существует мнение, неоднократно высказываемое в прессе и из уст руководства государства «бизнес должен делиться».

В то же время происходит и естественное регулирование в социальной сфере. Рассмотрим это явление на примере медицинского страхования: в России сотрудник в обязательном порядке получает карту обязательного медицинского страхования, что означает, что он может воспользоваться услугами бесплатного медицинского обслуживания в государственных учреждениях; однако сегодня весьма распространены карты добровольного медицинского страхования, которые реализуют интерес компаний и сотрудников к более высокому и расширенному уровню оказания медицинских услуг и обслуживания. Для организаций – это означает приобретение конкурентного преимущества в борьбе за квалифицированного и мотивированного сотрудника, для работника – это улучшение условий жизни, для государства – повышение уровня медицинского обслуживания населения.

Основное обсуждение вопроса социальной ответственности в России связывают с реакцией на переход от социалистической экономики к рыночной (6).

При этом выделяется три этапа эволюции социальной позиции компании: Первый этап связан с формированием филантропического движения независимых купцов и предпринимателей в 19 веке, второй этап – период советского гарантирования социальной защиты граждан, предприятия держали на балансе медицинскую, образовательную, культурную, туристическую, жилищно-коммунальную сферы. Наступление третьего этапа происходит в середине 90-х, когда предприятия стали отказываться нести столь высокую, низкоэффективную и неликвидную нагрузку и стали ее передавать на балансы городов или приватизировать. Однако по мере стабилизации экономической и политической ситуации в обществе возросло давление и ожидания от бизнеса по формированию социальных программ. Особенно ярко это отразилось на градообразующих предприятиях, так как при стабильной социальной обстановке в регионе снижается уровень преступности, насыщенная культурная и социальная жизнь повышает интерес к проживанию в данном регионе ценных кадров, удерживает молодые кадры от миграции, стабильная экологическая ситуация не отпугивает жителей от проживания в регионе, например, проект «Новое Пикалево», организованное Базэл Цемент (6).

Обзор поставленного вопроса позволяет сделать вывод, что в России и США существуют отличия в источниках инициатив по КСО.

В России компании более явно ориентируются на ожидания и инициативы государства, чем на инициативы общества. Причинами является низкая активность и отсутствие интереса к социальной деятельности компаний со стороны граждан и в то же время более четко сформулированные ожидания государства, например, подготовка к Олимпийским играм. В то же время отмечаются тенденции развития гражданских общественных организаций, инициатирующих решение образовательных, экологических и других вопросов социальной сферы.

Рассматриваемые отличия говорят, в том числе о том, что в России развивается преимущественно континентальная модель КСО с сильным государственным регулированием в данной сфере, а в США реализуется американская модель, где КСО поддерживается налоговыми льготами (2).

Следующий вопрос: Насколько проекты КСО отражают культурные и социальные особенности страны?

При анализе данного вопроса мы в большей степени учитываем деятельность компаний регионального значения, т.е. не берем во внимание инициативы крупнейших компаний мира, а анализируем роль компаний и их деятельность в пределах региона.

Хотя важно отметить, что в обоих случаях ценностные приоритеты (здоровье, экология, социальная поддержка) оказывают влияние на выбор социальных инвестиций.

В академической литературе описывают региональные модели КСО: американская, англо-саксонская, исламская, континентальная (европейская), российская (континентальная модель с высоким государственным регулированием). В рамках нашего исследования мы пришли к выводу, что появление моделей связано с культурными, социальными, религиозными, институциональными, экологическими, экономическими факторами и политическими особенностями региона.

В то же время спектр социальных инвестиций сводится к следующему списку:

Экология, человеческие ресурсы организации и региона (здоровоохранение, обучение и развитие, пропаганда здорового образа жизни), помощь нуждающимся. Важными факторами, отличающими компании и регионы, являются:

- соотношение альтруизма и прагматизма в разработке программ КСО

- вовлеченность в программы КСО малого, среднего бизнеса и индивидуальных предпринимателей
- Степень прямого и косвенного влияния местных, региональных и федеральных властей на инициацию программ КСО.

Последний вопрос, позволяющий нам осветить первую гипотезу: каким образом мы можем трактовать сходства и отличия программ КСО.

В академической литературе были отмечены два объяснения отличий в программах КСО в США и России.

Первая группа аргументаций: высокая ориентация бизнеса на государственный запрос в области КСО отражает более низкий уровень развития экономики (СІТЕ). Частные компании существуют в России не более двух десятилетий. Начиная с 2000 года, изменения в налоговой и политической системах поставили бизнес в большую зависимость от государства. Вследствие этого корпорации «заинтересованы» в финансировании спорта, образования, здоровья и других программ в интересах местных администраций. Возможно, значительная социальная ответственность российских компаний отражает расширенное восприятие обязательств перед сотрудниками.

В США, где всегда присутствовала капиталистическая система и компании обладали большей независимостью от государства и регулирования местных и федеральных администраций. Компании в США более ориентированы на реализацию программ КСО в производственном процессе и по отношению к сотрудникам, чем по отношению к обществу. Особенности развития обеих стран не позволяют ранжировать их экономики по степени развитости и таким образом, описать различия в реализации КСО. Иными словами анализ и сравнение политической и экономической систем обеих стран дает больше возможностей для толкования тенденций КСО.

Для исследования второй гипотезы «Насколько совпадают программы социальной ответственности бизнеса в России и США» указанный ранее в статье список ограничений и задач позволил нам выбрать российские и американские компании, перечисленные в нижеприведенной таблице.

Сравнительный анализ этих компаний, детально не приводящийся в данной статье, позволил сформулировать особенности каждой страны. Проводимый анализ – сравнение проводилось на основе семантического анализа. Авторы выбрали критерии сравнения программ по следующим аспектам: объект ответственности, степень вовлеченности сотруд-

ников компании, капиталоемкость проекта, ориентир ответственности: бизнес (потребитель, сотрудник, собственник), государство, общество. Результаты анализа изложены в таблице 2.

Таблица № 1. Список компаний – участниц исследования по сравнению программ социальной ответственности (10)

Отрасль	Российские компании	Американские компании
Телекоммуникации	Мегафон	Verizon
Нефтедобыча и переработка	Газпром-нефть	ExxonMobil
Ритэйл	X5 групп	Costco
Интернет	Yandex	Google
Металлургическая	Северсталь	United States Steel Corporation
Транспортная	Трансаэро	American Airlines
Банковская	Сбербанк	Bank of America
Пищевая промышленность	ОАО «Астон»	Safeway, Inc.

Таблица 2. Сравнение программ социальной ответственности, представленных в исследуемых компаниях

Российские компании	Американские программы
<ul style="list-style-type: none"> • Поддержка окружающей среды – как поддержка региона и устойчивого развития региона. • Поддержка государственных инициатив в области спорта, например, строительство спортивных объектов. • Связь потребностей региона и деятельности предприятия. • Программы поддержки ветеранов войны и наиболее социально незащищенных групп, например, больных онкологическими заболеваниями. • Поддержка религиозных учреждений. 	<ul style="list-style-type: none"> • Программы обучения по противодействию коррупции, защите данных потребителей, анти-бойкотная система. • Пропаганда волонтерского движения. • Программы по сбережению энергии. • Поддержка студенческих образовательных программ в области экономики. • Поддержка инициатив деловых женщин • Поддержка больных детей. • Пропаганда программ КСО на территории других стран

<ul style="list-style-type: none"> • Ориентир на помощь слаботзащищенным группам населения • Ориентир на капиталоемкие проекты • Ориентир на государство 	<ul style="list-style-type: none"> • Ориентир на изменение стиля жизни • Ориентир на поддержку индивидуальных достижений • Ориентир на бизнес
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Выводы

Гипотеза №1 подтвердилась в части высокой ориентированности российских компаний на реализацию крупных, административно-ориентированных проектов, в то время как американские компании больше ориентированы на проекты, связанные с собственным бизнесом или непосредственно с сотрудниками и потребителями. Дополнением к гипотезе является заключение, что американские компании концентрируют усилия на поддержке индивидуумов в реализации социальной ответственности, например поддержка волонтерских проектов, в то время как российские компании больше ориентируются на реализацию корпоративной ответственности в разрезе всего общества и от имени компании и предоставляют заметно большее количество программ наименее защищенных группам населения.

Гипотеза №2 подтвердилась в той части, что крупнейшие компании в восьми отраслях в России и США имеют и реализуют на профессиональной основе проекты КСО. Все проекты, так или иначе, были связаны с вопросами региона присутствия, качеством продукции и запросами общества. Отличия стран сформулированы в последней строке таблицы 2. Описать эти различия возможно следующим образом: американские компании в большей степени ориентированы на формирование ценностей, правил поведения и возможностей, а российские компании на разрешение и реализацию социальных проектов, на полное их поддержание

В рамках исследования не было поставлена задача толкования различий в области КСО, так как избранная база исследования не позволяет сформулировать соответствующие выводы. Однако, наиболее вероятно это связано с культурологическими факторами, а также особенностями социального и экономического развития.

Использованная литература

1. Батаева, Б. С. Стратегические приоритеты социально-экономического развития России и концепция корпоративной социаль-

ной ответственности. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук, 2010.

2. Башарина Е.Н. Влияние государственного регулирования на развитие института КСО

3. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания/ под. Ред. С.Е. Литовченко, М.И. Корсакова. – М. Ассоциация менеджеров, 2003

4. Беляева, И.Ю. и М.А. Ескиндарова. Корпоративная социальная ответственность: управленческий Аспект/под. Ред. И.Ю. Беляева, М.А. Ескиндарова. 4-28. Москва, Брянское областное полиграфическое объединение, 2008.

5. Головнев, В. “The Committee ‘Business for Social Responsibility.’” Деловая Россия, 2004.

6. Перегудов С.П. Бизнес и бюрократия в России. Динамика взаимодействия. 2006

7. Социальная ответственность работодателя и работа с персоналом в концепции развития моногородов, Татьяна Прихожина, директор по HR, холдинг БзэлЦемент, X Ежегодная Конференция HR-Форум За кадром, 2012.

8. Mühle, Ursula. The Politics of Corporate Social Responsibility: The Rise of a Global Business Norm. Campus Verlag, 2011.

9. Rajak, Dinah. In Good Company: An Anatomy of Corporate Social Responsibility. Stanford: Stanford University Press, 2011.

10. Корпоративные сайты компаний, участвующих в исследовании:

10.1. Социальная ответственность ОАО «Мегафон»
<http://corp.megafon.ru/investors/>

10.2. Социальная ответственность Газпром-нефть
<http://ir.gazprom-neft.ru/>

10.3. Социальная ответственность X5 Ритэйл Групп
<http://www.x5.ru/ru/about/responsibility/>

10.4. Социальная ответственность ОАО «Северсталь»
<http://severstal.ru/rus/csr/index.phtml>

10.5. Социальная ответственность ТрансАэро
<http://www.transaero.ru/ru/company/social>

10.6. Социальная ответственность Сбербанк России
<http://www.sbrf.ru/moscow/ru/about/philanthropy/>

10.7. Социальная ответственность Астон <http://www.aston.ru>

10.8. Социальная ответственность Яндекс

- 10.9. Corporate responsibility Verizon
<http://responsibility.verizon.com//>
- 10.10. Community and development Exxon&Mobile
<http://www.exxonmobil.com/Corporate/community.aspx>
- 10.11. Social Responsibility & Sustainability Costco
<http://www.makegood.com/blog/2010/06/09/costco-social-responsibility-sustainability-exclusive-interview-with-richard-galanti-cfo/>
- 10.12. Corporate social responsibility
http://www.google.com/intl/zh-CN/corporate/responsibility_en.html
- 10.13. CSR United States Steel Corporation
<http://www.uss.com/corp/environment/overview.asp>
- 10.14. American Airlines <http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=117098&p=irol-irhome>
- 10.15. Bank of America
<http://investor.bankofamerica.com/phoenix.zhtml?c=71595&p=irol-irhome>
- 10.16. Corporate Social responsibility, Safeway, Inc.
<http://www.safeway.com/IFL/Grocery/Lifestyle?contentURL=http%3A%2F%2Fphx%2Ecorporate%2Dir%2Eenet%2Fphoenix%2Ezhtml%3Fc%3D64607%26p%3Dirol%2Dcontact#iframetop>

МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ ХРИСТИАНСКОЙ ЭТИКИ ТРУДА³⁹

Семенов А.Л.

Изучение вопросов христианской этики менеджмента нельзя рассматривать без этики труда в целом, что, в свою очередь, предполагает проведение анализа в более широком аспекте – христианское отношение к миру и месту труда в этом мире. Христианство признает реальный окружающий человека мир благом, поскольку он создан сознательно Богом. Некоторые религии и философские учения (манихейство, буддизм, солипсизм и др.) видят окружающий мир как зло или нереальный туман (майя), а земную жизнь рассматривают как страдание. Признание материального мира в христианстве благом открывает простор земному активизму и совершенствованию личности в творческом и созидательном труде. С другой стороны, в христианской исторической традиции в ряде случаев сказывалось влияние греческой философии, что проявлялось в склонности видеть в хозяйстве, труде мирскую «суету», мешающую совершенствованию души.

По отношению к миру точки зрения христианских конфессий различаются. Для православия свойственно сосредоточение внимания на абсолютном и конечном, созерцательности и возвышению над грешной землей. Для католицизма также присуще созерцание жизни, но в более значительной степени внимание к чисто земным проблемам. «Католицизм взирает на небо, хорошо чувствуя почву под ногам»⁴⁰.

Православие видит свой этический идеал в монашестве. В результате все «мирские» труды становятся в положение сравнительной оценки — их духовная ценность рассматривается по сравнению с монашеским призванием. В принципе все равно, какой мирской деятельностью занят человек, если он не монах. Православие не знает и разной морали, мирской и монашеской, различие существует лишь в степени, в количестве, а не в качестве. В русском монашестве особую роль занимало трудничество - как в виде тяжелых телесных работ, так и в форме ин-

³⁹ В порядке постановки, на основе цитируемых источников.

⁴⁰ Коваль Т. Православная, католическая, протестантская этики труда. Их отличие друг от друга.

Институт экономики переходного периода, Москва 2006

теллектуальной деятельности и социального служения миру. Физический труд должен всегда сопровождаться молитвой. Интересен факт того, что в православных монастырях, в отличие от католических, труд является обязанностью для всех без исключения. Также, русское монашество было "мягче и умеренней" католического. Крайности аскезы, сверхчеловеческие подвиги умерщвления плоти, столпничество, полное голодание его не привлекали. Оно ориентировалась на золотую середину во всем, на так называемый средний путь. Еще одна характерная черта русского монашества - необходимость быть "искусным во всяком деле человеческом", а не оставаться узким специалистом в каком-то одном виде труда. Обратной стороной высоких качеств простого народа, привитых монашеским идеалом (стремление к полному совершенству и чуткость к недостаткам действительности) были небрежность, неточность, неряшливость, исполнение работы "кое-как" и желание поскорее ее "сбросить", мечтательность и тому подобное. свойственны отсутствие инициативы и апатия к начатому делу.

В католических монастырях в большинстве случаев сохраняется деление братии на полноправных монахов и конверсов, занимавшихся тяжелой и не престижной работой. Они, хотя и относились к монашескому созерцанию и молитве как «высшему» труду, не стремились, подражать монахам, осознавая, что монашеский подвиг – удел немногих избранных. В этом отношении показательны и недолгая католическая месса, и краткая домашняя молитва, которые так отличаются от православных многочасовых служб и молитвенных монашеских «правил». В католицизме честный труд мирян становился как бы основной молитвой.

Протестантизм отвергает монашество, нет деления на монахов и мирян. Монах или мирянин – все в одинаковом положении. Поэтому монашество не нужно. Никакие аскетические подвиги, никакие добрые дела, заслуги перед Церковью или обряды не имеют значения. Соответственно, не было и противопоставления труда монашеского мирскому. Обычный труд ставился вровень с молитвенным. Более того, труд в рамках той или иной профессии оказался основным средством распознавания угодности человека Богу. Всякая удача в своем деле, преуспевание указывают на то, что человек угоден Богу. Чем более угодна Ваша деятельность Богу, тем больше она вознаграждается уже в этой земной жизни. Состоятельность в определенной мере оказывалась показателем добродетельности. Неудачи же, напротив, есть плохой признак.

Восприятие мира	Православие	Католицизм	Протестантизм
Отношение к миру, повседневной жизни	Христос-Бог, возвышение над земным, созерцательность	Христос-Человек, практичность, реальная земная жизнь	Абсолютный практицизм
Разделяемые ценности	Коллективизм, община, соборность	Сочетание коллективного и индивидуального	Индивидуализм
Социальная иерархия	Все равны, но д.б. монахи в сердце	Бог в центре, далее правители, сословия, некоторые не включены	Все д.б. честными и скромными, рост личности
Отношение к богатству	Неодобрение нет культа богатства, богатство дается Богом во временное пользование	Допустимо, умеренность Обладая излишним, обладаешь чужим	Добродетель, предопределено Богом
Отношение к собственности	Идолопоклонничество	Заслуженное/незаслуженное, Помощь бедным	Дано богом
Накопительство	Отрицательно	Допустимо	Обязательное средство для деятельности
Ростовщичество	Нежелательно	Один из семи смертных грехов	Один из видов деятельности
Монашество	Стремление, идеал для каждого	Удел избранных	Нет такого сословия, все должны вести в миру как монахи

Следующей отличительной чертой протестантизма является введенная в обычную, повседневную жизнь аскеза. Протестант является собой, если проводить аналогию с православием и католичеством, воплощение идеала религиозности или "монаха в миру". Постоянное, ежедневное воздержание от излишеств, бережливость, терпеливость, трудолюбие - вот основные характеристики протестанта. Все это способствует накоплению материальных средств или богатства, отношение

к которому заключается не в том, чтобы обеспечить себе бездеятельное существование, предание утехам, а дальнейшее развитие трудовой деятельности, усовершенствование делового предприятия, получение образования.

Основные принципы православной трудовой этики способствуют формированию в российской дореволюционной культуре следующих основных черт:

1) Обязательность труда для каждого, вне зависимости от его социального и имущественного положения.

2) Признание благим того труда, который совершается во имя любви к Богу и ближнему, а не во имя удовлетворения эгоистического интереса.

3) Свобода в выборе профессии и право заниматься различными видами трудовой деятельности. Это способствовало всестороннему развитию профессиональных навыков человека, универсальности его знаний. Отсутствует деления труда на престижный и непрестижный.

4) В православном понимании богатство дается Богом во временное пользование и накладывает на его обладателя дополнительные обязательства в части дел благотворительности и милосердия. В русском православном обществе не было культа богатых людей.

В православии оценивается полезность труда и земных занятий в целом. Основным критерием становится «душеполезность». Так, если труд способствует совершенствованию души – он полезен, если нет, то вреден. Поэтому всякий труд, совершаемый ради богатства, стяжания, сребролюбия, славы, власти и т.д., означает отход от требований аскезы и порицается. Православный должен совершать подвиги и добрые дела "Христа ради". " Труд представляет ценность постольку, поскольку он помогает достичь внутреннего совершенства.

Профессионализм в православном сознании не представлялся добродетелью и не входил в число религиозных "заслуг", в отличие от католического, и тем более, религиозного протестантского сознания. Мастер на все руки почитался лучше хорошего работника в каком-либо одном деле. Узкая профессионализация пугала больше, чем дилетантство, связанное со стремлением к универсальности. Вместе с тем простой труд, грубая физическая работа в отечественной традиции православия часто оказывалась предпочтительнее интеллектуального труда. Это было во многом связано с тем, что вера ставилась выше разума. Для созерцания, как и всех внутренних духовных переживаний, важно сердце, а не разум и образование. Неграмотный подвижник веры может

быть мудрее иного интеллектуала. К умственному труду, чреватому «своемыслием», относились с определенным подозрением. В результате предпочтительнее с моральной точки зрения оказывался простой физический труд. Особое почитание простого физического труда было связано во многом с идеалом «социального опрощения», который проповедовало русское монашество. Самоуничужение, любовь к «худым ризам» (то есть дырявой, ветхой одежде), абсолютной бедности, неприглядности, несчастному, смиренному и убогому виду и образу жизни в целом виделись лучшим способом уподобиться Христу в Его земном образе страдающего, униженного, подвергнувшегося поруганиям и позорной казни на кресте человека. Социальное опрощение опровергало мирское представление о социальной иерархии, престижности и почете. Оно формировало убеждение в том, что существует иная, духовная иерархия, которая бесконечно важнее земной. Безусловно, это была чрезвычайно полезная этическая прививка против преувеличения роли социальных различий. Высшую ступень в данной иерархии занимают наиболее совершенные духовно. Поэтому очень часто святые подвижники представляли как бедняки, кроткие и смиренные труженики, занятые тяжелым и "низким" трудом. Социальное опрощение, столь естественное для православной традиции, совершенно чуждо католицизму, а тем более протестантизму.

К особенностям православной трудовой этики, можно отнести приоритет коллективистских ценностей, ведущий к «общинному типу экономики». Община складывается в силу необходимости выживания в суровых климатических условиях на бескрайних пространствах. В последствии община защищала от угрозы завоевания соседними племенами, обеспечивала безопасность в экономической, правовой и морально-этической сферах. Преобладание коллективизма над индивидуализмом иллюстрирует то, что в России люди трудились в артелях, кооперативах, на этих основах формировалось и Российское предпринимательство развивалось также на основе общинных принципов. И если западная технология пошла по пути "тейлоризма", "конвейеризации", то российские предприниматели совершенствовали артельную форму организации труда, стимулирующую интерес к труду и способствующую развитию смекалки, знаний, умений и взаимопомощи. Православная церковь окончательно укрепляет статус общины, ценности коллективизма в русской христианской общине воплощаются в соборности. Принцип соборности оказал большое влияние на формирование представления о потреблении и распределении производственных благ, которое можно

обозначить следующим образом: "от каждого по его возможностям, каждому по его необходимости и по возможности общины". Именно соборность становится духовной основой национального единства и создания великой российской державы, своего рода, большой общины. Что касается ценностей рационализма и практицизма российской хозяйственной культуры, то они начинают проявлять себя не только на уровне индивидуального хозяйства, но и на уровне этой большой общины в готовности русского предпринимательства служить общественному благу, своему Отечеству.

В католицизме и особенно протестантизме добросовестный, честный труд, усердие, профессионализм имели самостоятельную ценность. Католическая мысль рассматривала их как добродетели, необходимые для обретения спасения. Протестантизм, видел в высоком профессионализме залог успешного труда. Если человек относится к труду как к религиозному призванию, то его трудовые успехи являются знаком свыше, указывая на то, что он угоден Богу. Следовательно, это верный признак того, что человек спасен и обретет жизнь вечную. Неудачи же, напротив, есть плохой признак. Если человек занимается работой, которая не касается его призвания, то он больше бездельничает, чем выполняет свою миссию. Протестантизм на раннем этапе своего развития запрещал заниматься чем-либо, кроме своей профессии, и требовал специализироваться только на ней одной, полагая, что все остальные дополнительные виды деятельности — пустая трата времени, негодная Богу. Этим протестантизм поощряет специализацию труда, совершенствование профессионализма. Не все люди могут быть спасены, жить в благоденствии в мире ином, а только часть, избранная Богом для спасения. Но знать человеку о том, избран он или нет, ему не дано. Поэтому единственный способ, косвенно ведущий к спасению - это постоянная трудовая деятельность и ее конечный результат. Признаком истинной веры протестантизм считает не столько внешнее выполнение человеком религиозных предписаний, сколько честное выполнение своих обязанностей. Если успех в труде не приходит и человек терпит крах, то он все равно должен трудиться на благо Бога в рамках своей профессии, находится на определенной ступени социальной лестницы, уготованной ему свыше.

В католичестве церковная жизнь вдохновляет человека на мирскую трудовую деятельность и на благочестивую земную жизнь человека, на совершение им разного рода «добрых дел» и «заслуг». Добросовестный, честный труд, усердие, профессионализм – всегда это виделось

наряду с остальным доброделанием главным средством достижения спасения для простых верующих католиков. На протяжении многих веков католическое богословие разрабатывало сложнейшие иерархические системы земных занятий. Каждый человек, сословие, профессия, корпорация, занимают определенное место в социальном пространстве. Высшую ступень в иерархии занятий занимали монахи и церковнослужители как наиболее приближенные к Богу. Их труд был наиболее почитаем. Затем шли земные правители. «Благородным» не пристало заниматься грубой мужицкой работой. За ними люди различных сословий, профессий и корпораций. Вне христианского общества стояли жонглеры, танцоры, актеры и акробаты. Каждому сословию, «ордену» или профессии соответствовали те или иные пороки и добродетели. Особенно много грехов и мало добродетелей приписывали торговцам. Человек должен был хранить верность своему сословию, корпорации и профессии. Это означало, в частности, соблюдение корпоративной и профессиональной этики, обязанностей, налагаемых принадлежностью к определенному сословию и профессиональной корпорации. Если человек занимается обманом, мошенничеством, недоброкачественно работает, небрежно молится, жестко обращается с подчиненными, то совершает грех, из-за которого этот человек обречен на вечные муки или пребывание в чистилище.

Христианское отношение к богатству и частной собственности было задано еще Климентом Александрийским⁴¹:

1. Богатство допустимо. Собственность сама по себе не является препятствием для спасения, а потому отказ от собственности для христианина не обязателен.
2. Богатство не должно владеть человеком. Христианин остается к нему равнодушными и использует его на добрые дела.
3. Бедность не есть панацея от осуждения,
4. Только Бог – в полном смысле слова собственник всего сущего, человек же есть лишь «управитель неправедный».

В православии владение частной собственностью осуждается как идолослужение. Собственность, богатство сами по себе нравственно нейтральны, однако русское православное монашество видело в добровольной бедности одну из высших форм аскезы, а богатство рассматри-

⁴¹ Головащенко С.И. Трудовая этика в оценке основных христианских вероисповеданий: прошлое и настоящее. © Головащенко С.И., 2010

вало сомнительным в этическом плане. Отсюда, богатство - это порок, а бедность предполагает добродетель. Имущество и все материальные блага становятся правомерными, когда они становятся общим достоянием и по-братски распределяются между всеми. Прикрепление их к одному человеку, "эгоистическое" владение ими трактуется как проявление демонизма. Накопление, как увеличение материального богатства, не обязательно оценивается положительно, в православном бережливость и расчетливость сами по себе не являются добродетелями. Принятая в 2000 г. социальная доктрина Русской православной церкви признает частную собственность и осуждает «отторжение и передел собственности с попранием прав ее законных владельцев».

В католицизме формулу Блаженного Августина "обладающий излишним владеет чужим" можно определить как основополагающую по отношению к богатству и бедности. Католическая церковь, никогда не предписывала нищенского состояния всем людям. Это удел немногих, а основная часть приверженцев не должна быть бедной. Главное - это относиться к бедняку как к страдающему брату во Христе, который, более того, стоит ближе к Христу, чем богатый и благополучный. С этой точки зрения не всякое богатство является безусловной добродетелью и благом, а бедность и убогость способно оказываться уроком. Католицизм причисляет к разряду самых тяжелых грехов ростовщичество - производство денег из денег. Речь идет о том, что ростовщик дает в ссуду деньги и получает их через определенный срок с процентами, т.е. продает время, которое является Божьим творением, которым владеть может только Бог. Поэтому никто не может торговать временем, отданным на всеобщее достояние. В то же время, беспроцентные ссуды считались делом богоугодным и всячески поощрялись .

Богатство в протестантизме предписано только как средство выполнения профессионального долга. «Протестантская этика» согласно Макс Веберу:

- благополучие и богатство рассматриваются как положительные христианские ценности;
- стремление к увеличению богатства с помощью легитимных капиталистических механизмов рассматривается как добродетель;
- предприниматели - весьма уважаемые христиане, ибо их деятельность приводит к увеличению благосостояния всего общества.

Экономическая эффективность — побочный продукт, а не конечная цель протестантской этики. Протестанты оказывались успешными предпринимателями постольку, поскольку стремились к спасению души через успех на мирском поприще.

В католицизме особое внимание уделяется понятиям "справедливой", "законной" и "несправедливой", "незаконной" цене. Суть справедливости состоит в том, что стоимость товара должна соответствовать природной стоимости изделия, стоимости затраченного на его изготовление труда и прибыль. Исходным принципом в этих рассуждениях был поиск соответствия и соразмерности. Каждый труд должен был быть оценен по достоинству, в строгом соответствии с затраченными усилиями, условиями и разнообразными обстоятельствами труда.

Восприятие труда	Православие	Католицизм	Протестантизм
Место труда в жизни	Ядро духовного преобразования, обязательность для каждого	Обязанность	Труд и его результаты — путь к спасению
Специализация	Универсальность, «мастер на все руки», свобода выбора профессии	Допустимо совершенство только в своей профессии	Запрет на другие профессии, занятие чужой профессией - безделье
Различия в труде	Простой предпочтительнее сложного	Иерархия приоритетов: интеллектуальный выше простого	Поощрение стремления от простого к сложному
Отношение к прогрессу	Равнодушие, не связано со спасением	Желателен	Послано Богом
Успех	Равнодушие	Желателен	Послан Богом
Эффективность	Незаинтересованность, апатия		Обязательное условие
Оплата	Скромная, часто безвозмездная во имя Бога, а не эгоистического интереса	Справедливая	Строгая адекватность, не занижена

Впрочем, нельзя не отметить, что католическое монашество в отдельных случаях дает примеры безвозмездного труда и проявляет тенденцию к занижению платы за труд.

Рациональная, с учетом всех обстоятельств, оценка сделанной работы и оплаты труда занимала и протестантских богословов. Многие из них шли в русле ветхозаветной традиции, в лоне которой сложилось убеждение, что плата за труд ни в коем случае не должна быть заниженной. «Врач, который ничего не берет, ничего не стоит» — говорилось в Вавилонском Талмуде. Протестантская мысль восприняла это убеждение как само собой разумеющееся.

По-своему решается проблема оплаты труда в православии. Существует стеснение прошения адекватной платы за свой труд, боязнь переоценки его, что показало бы гордыню и жадность православного. Широта души не позволяла мелочно выискивать свою выгоду. Поэтому проще и спокойнее для совести занизить плату, отдать часть своего труда даром, как бы в подарок, что совершенно чуждо западному менталитету, воспитанному на поисках строгой адекватности между затраченным трудом и его вознаграждением. Интересен тот факт, что в русской православной традиции поощряется безвозмездность труда, то есть неоплата различных социально-значимых видов работ или намеренное занижение их стоимости. Русская монашеская святость вообще дает много примеров безвозмездного труда и сознательного занижения платы за труд. Некоторые формы труда, как, например, врачевание, вообще не должны были оплачиваться страждущими.

Литература

1. Булгаков С.Н. "Православие" Киев 1991 г.
2. Биянова Н. Православие и дух капитализма. Москва 1999 г.
3. Головащенко С.И. Трудовая этика в оценке основных христианских вероисповеданий: прошлое и настоящее. © Головащенко С.И., 2010
4. Зень С. Н. Православная этика труда. 2004г. <http://www.polemics.ru>
5. Коваль Т. Б Православная, католическая, протестантская этики труда. Их отличие друг от друга. Институт экономики переходного периода, Москва 2006
6. Малинина Н.Л., Дударенок С.М. "Религия и нравственность в секулярном мире. Материалы научной конференции" Санкт-Петербург 2001 г.
7. Сидякина О. "Русский путь" 2004 г. <http://www.polemics.ru>

ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (КСО): ОПЫТ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ПРОФСОЮЗОВ

Хмелькова Н.В.

Ярко выраженная социальная направленность считается отличительной чертой современного бизнеса [1.С.10], что находит выражение как в росте объемов социальных инвестиций компаний, так и постоянном расширении спектра инициатив, направленных на защиту интересов их работников. В данной статье будут рассмотрены альянсы профсоюзных организаций и бизнес - структур – инновация в сфере социально-трудовых отношений, стимулирующая членство в профсоюзе и способствующая тем самым росту социальной защищенности работающего населения.

Социально - трудовые отношения в системе корпоративной этики и КСО. «Не имеет значение, насколько хорошо в организации проводятся маркетинговые исследования, и обладает ли она блестящей управленческой командой. Качество отношений людей – вот, что имеет огромное влияние на качество принимаемых решений и их выполнение» – утверждает Дж. Муни из компании A&W Food Services [2.С.1].

Успех бизнеса на современном рынке все в меньшей степени зависит от имеющихся в его распоряжении физических активов. В условиях глобализации экономики, развития информационных технологий и сетей происходит расширение числа нематериальных источников создания ценности, в частности, за счет такого нового ресурса организации как социальный капитал. Как указывает Т.Ю. Сидорина, несмотря на сложность содержательной трактовки данного понятия и обширный перечень его определений, в настоящее время широко признается необходимость социального капитала для развития отдельных групп, организаций и стран, обусловленная влиянием способа, с помощью которого экономические агенты организуют свои взаимодействия, на процессы экономического роста [3.С.321].

В этом контексте происходит трансформация взгляда на понятие «эффективность» деятельности компании. Наряду с привычным термином «экономическая эффективность» все чаще говорят о «социальной эффективности» бизнеса. В свою очередь, если экономическая эффективность трактуется как реализация персоналом целей организации за счет рационального использования ограниченных ресурсов, то социальная эффективность проявляется в степени достижения индивидуаль-

ных целей работников и характеризует удовлетворение ожиданий, желаний, потребностей и интересов сотрудников (оплата и содержание труда, возможность личностной самореализации, удовлетворенность общением в коллективе)[4].

Очевидно, в этой связи, что важнейшим компонентом социально ориентированного поведения бизнеса становится этика социально-трудовых отношений. Этические нормы превращаются в инструмент, позволяющий сплотить трудовой коллектив, дать ему осознание общности интересов и, тем самым, обеспечить новые источники получения прибыли. Вместе с тем, как отмечают А.Я. Кибанов и его коллеги, несмотря на то, что трудовые взаимоотношения предполагают тесную взаимосвязь людей в процессе производственной деятельности, в трудовом законодательстве этическая функция выражена заметно слабее, чем, например, в гражданском законодательстве. В Трудовом кодексе РФ нет норм, которые несли бы прямую этическую нагрузку, хотя это и необходимо в целях гуманизации отношений работника и работодателя [5]. В этой связи, этические аспекты социально-трудовых отношений нельзя рассматривать вне вопроса о социальной ответственности бизнеса. Последняя часто понимается как обязательство компании, выходящее за рамки установленных законом требований соблюдать законодательство, предполагающее, что она добровольно принимает на себя дополнительные меры, способствующие повышению качества жизни работников и их семей, а также местного сообщества и общества в целом.

В современном постиндустриальном обществе корпоративная социальная ответственность является широко используемым понятием, содержание которого, вместе с тем, остается размытым, неоднозначным и многоуровневым. Существует множество определений КСО, обсуждение которых не входит в предмет данной статьи. Отметим лишь, что многие ее трактовки предполагают включение в систему корпоративной ответственности социально - трудовых отношений. Например, Н.А. Кричевский и С.Ф. Гончаров рассматривают корпоративную социальную ответственность как систему добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленную на совершенствование социально - трудовых отношений, поддержание социальной стабильности в трудовом коллективе и окружающем сообществе, развитие социальной и природоохранной деятельности на национальном и международном уровнях[6.С.11].

Согласно одному из определений, социально-трудовые отношения – это комплекс взаимоотношений между наемными работниками и работодателями, нацеленных на обеспечение высокого уровня и качества жизни человека, коллектива и общества в целом [7.С.511]. Исходя из этого, можно утверждать, что социально-трудовые отношения не сводятся к КСО, охватывая, помимо прочего, вопросы трудового законодательства, регулирования рынков труда и пр. КСО также не исчерпывается лишь социально - трудовыми отношениями, включая в себя также экологические, духовные и нравственные аспекты функционирования бизнеса. Вместе с тем, очевидно, что рассмотренные нами понятия объединены общей предметной областью, включающей в себя решение комплекса вопросов, связанных с обеспечением роста социальной защищенности, уровня и качества жизни работающего населения. Иными словами, в современном мире, для которого характерно стремление бизнеса к более активному участию в решении социальных проблем и достижении общественных интересов, корпоративная этика, КСО и социально-трудовые отношения образуют единую систему социально-экономических отношений (рис.1).

Рис. 1. Социально – трудовые отношения в системе корпоративной этики и КСО: единство предметной области



Анализ направлений социальных расходов бизнеса показывает, что, если для зарубежных компаний приоритетом при формировании направлений действий в рамках КСО являются статьи, связанные с развитием образования, местных сообществ, культуры и охраной экологии, для отечественных компаний главным приоритетом выступает внут-

ренная социальная политика. По данным авторов «Национального доклада о социальных инвестициях», если в 2003 году на развитие персонала российские компании направляли 44% от общего объема корпоративных социальных инвестиций, то в 2007 году эта цифра достигла уже 48,7% [8.С.8]. В этих условиях ведущая роль в реализации принципов корпоративной социальной ответственности в части, касающейся формирования эффективной системы социально-трудовых отношений, принадлежит профсоюзам. Как показало исследование, подавляющее большинство российских компаний (58%), вошедших в выборку, на вопрос о документе, в котором закреплена их стратегия в области корпоративной социальной ответственности, обозначили коллективный договор, в значительной мере опередивший по значимости кодекс корпоративного поведения и другие аналогичные документы.

Мировой кризис, спровоцировавший финансовые ограничения, в существенной степени скорректировал не только экономическую, но и социальную модель поведения бизнеса, затронув, в том числе, сферу инвестиций в человека. В условиях экономической нестабильности произошло «свертывание» традиционных форм социального инвестирования. В частности, это отразилось на величине социального пакета, размер и наполнение которого традиционно закрепляется в коллективном договоре при участии профсоюза. Социальный пакет, под которым принято понимать систему льгот и преференций, получаемых работником от компании, является важнейшим фактором, отражающим оценку работодателем его трудовых усилий, а также степень заботы об его благополучии. В свою очередь, соотношение заработной платы и социального пакета рассматривается как важный индикатор корпоративных социальных инвестиций в персонал.

Типичную картину отражает, например, ситуация, сложившаяся на одном из обследованных нами градообразующих металлургических предприятий Свердловской области с численностью работников более 5700 человек (табл. 1). Как видно, если до кризиса рост социального пакета опережал увеличение заработной платы на предприятии, то в 2011 году социальные выплаты были существенно ниже уровня 2005-2006 года, составив лишь 3,97% от среднемесячной заработной платы.

Негативная динамика данного показателя, влияя как на лояльность работников к компании, так и их трудовую мотивацию, в существенной степени определяет социальное настроение в обществе. По данным социологических опросов, значительная масса жителей страны не считает себя защищенной в сфере трудовых прав, в том числе, демонстрируя

негативно-пассивное отношение к членству в профсоюзе. Вместе с тем именно профсоюзы призваны способствовать решению проблемы социальной защищенности трудящихся.

Таблица 1. Соотношение социального пакета и заработной платы

Год	Среднемесячная начисленная заработная плата, руб./мес.	Социальные выплаты на 1 работника, в руб./мес.	Соотношение социального пакета и заработной платы, %
2005	12842	1141,6	8,88
2006	14485	1500	10,33
2011	26625,5	1059	3,97

Их основная цель заключается в улучшении условий жизни и труда своих членов, защите их индивидуальных и коллективных социально-трудовых, профессиональных, экономических и иных прав. Закономерно, что сложившаяся ситуация стимулирует профсоюзные организации к поиску принципиально новых форм работы, позволяющих более эффективно формировать мотивацию к профсоюзному членству, повышать уровень удовлетворенности работников от участия в профсоюзном движении. О необходимости качественной модернизации деятельности профсоюза говорят в настоящее время его руководители, указывая, что российские профсоюзы должны более активно работать на повышение жизненного уровня своих членов. Еще недавно вопросы модернизации вызывали горячую дискуссию в профсоюзной среде. Сегодня важность модернизации признана решениями съезда ФНПР, и многие профсоюзные организации активно внедряют инновации в свою повседневную деятельность. Использование современных технологий в профсоюзной работе рассматривается не только как естественный процесс для самосохранения профсоюзной системы, но и необходимое условие реализации профсоюзными организациями своих задач по защите интересов трудящихся [9.С.1].

Одной из инноваций в сфере социально-трудовых отношений становятся альянсы, заключаемые руководством первичных профсоюзных организаций с бизнес-структурами, в рамках которых разрабатываются эксклюзивные продукты «только для членов профсоюза», а также выпускаются профсоюзные дисконтные карты, дающие членам профсоюза скидки при покупке продукции у партнеров проекта из числа коммерческих структур.

Новые формы профсоюзной работы. Традиционно профсоюзы выполняют «обслуживающую» (распределение благ) и «протестную» (защита трудовых прав, борьба за улучшение условий труда) функции. Вместе с тем, как показывают исследования, в настоящее время две эти модели уже не могут адекватно описать сложившийся механизм функционирования первичных профсоюзных организаций. Его изучение позволило сделать вывод о множественных моделях профсоюзной работы, в рамках которых протестные и распределительные функции сочетаются в зависимости от экономического положения предприятия, степени социальной ответственности администрации, активности профсоюзных лидеров, особенностей трудового коллектива. Одним из успешных путей решения проблемы «протест-распределение» в настоящее время считается постепенное формирование сервисной модели, в рамках которой профсоюз видит себя в роли организации, оказывающей различные услуги по представлению интересов работника, защите его прав и интересов. В этом случае, успех профсоюза определяется качеством предоставляемых услуг, степенью их соответствия ожиданиям работников, которые могут рассматриваться как потребители профсоюзных услуг [10.С.59]. В свою очередь, мотивация профсоюзного членства в рамках сервисной модели строится на индивидуальном потребительском, а не коллективном индустриальном интересе.

Как отмечают Дж. Гриффин и С. Свенсен, профсоюзы всегда выступали поставщиками дополнительных преференций и услуг для своих членов, выходящих за пределы традиционного набора благ, определяемых коллективным договором. Вместе с тем длительное время в период экономического подъема и роста численности членов профсоюза это направление профсоюзной работы не рассматривалось в качестве приоритетного, не проводились исследования, касающиеся влияния подобного рода стимулов на мотивацию профсоюзного членства [11.Р.145]. Однако в последние десятилетия основной проблемой, находящейся в фокусе внимания западных и отечественных исследователей профсоюзов, является резкое сокращение числа его членов, что приводит к снижению степени охвата работников профсоюзным движением, уменьшению его «плотности» («union density») [10.С.14]. Если первую половину 20 века принято считать временем подъема профсоюзного движения, во второй его половине оно вошло в полосу кризиса, находящего выражение в сокращении в большинстве развитых стран доли работников, входящих в профсоюзы. В США коэффициент юнионизации снизился с 34% в 1954 до 13% в 2002, в Японии – с 35% в 1970 до 22% в

2000. Лишь в небольшом числе стран, к примеру, в Швеции, профсоюзы объединяют более половины наемных работников. Мировой показатель охвата трудящихся профсоюзным движением, в 1970 составлявший 29% для частного сектора, к началу 21 века упал ниже 13% (примерно 160 млн. членов профсоюзов на 13 млрд. наемных работников). В момент распада Советского Союза в профсоюзе состояло около 60 млн. человек. На сегодняшний день в составе Федерации независимых профсоюзов России находится порядка 22 млн. человек.

Все это обуславливает актуализацию вопросов, связанных с сохранением и приумножением профсоюзного членства, которые выдвигаются в разряд приоритетных. Особое значение при этом приобретают те услуги и преференции, которые носят эксклюзивный характер и доступны лишь тем работникам предприятия, которые выбрали для себя членство в профсоюзе. Здесь следуют отметить, что коллективно-договорные отношения в различных странах имеют свои особенности. Лишь в ряде стран, таких как Норвегия, Финляндия, Швеция, Бельгия, Дания, Швейцария, Япония, все коллективные договоры, а в Италии — большинство коллективных договоров по закону распространяются лишь на членов профсоюзных организаций, заключивших эти договоры. При этом в Испании, Франции, России коллективные договоры распространяются на всех работников предприятия независимо от их членства в профсоюзе. В Нидерландах законодательство допускает присоединение к действующему договору любого профсоюза или предпринимателя (предпринимательской организации). Это позволяет охватить действующими коллективными договорами 75 % работающих по найму, в то время, как только 25% работающих граждан в Нидерландах являются членами профсоюзов[12]. Подобная практика приводит к возникновению ситуации, известной в экономической теории как «эффект безбилетника», представляющей собой экономический феномен, проявляющийся в том, что потребитель общественного блага старается уклониться от его оплаты. Как показывают исследования, подавляющее большинство отечественных профсоюзных лидеров выражают недовольство положением законодательства, согласно которому действие коллективного договора распространяется на всех работников предприятия независимо от членства в профсоюзе. Данное положение является серьезным препятствием для формирования мотивации профсоюзного членства, источником несправедливого отношения к активистам профсоюзного движения. В этой связи, во всех первичных организациях профсоюзные лидеры стремятся расширить арсенал средств, с помо-

шью которых они могут наделить членов профсоюза особыми преимуществами, реализовав в их отношении принцип исключительности и избирательности при распределении социальных благ. Очевидно также, что лишь индивидуальный и селективный подход может обеспечить эффективность работы профсоюза в рамках сервисной модели, способствовать выстраиванию мотивации членства в профсоюзе по принципу бизнес-услуги [10.С.76].

Ориентация на сервисную модель обуславливает заинтересованность профсоюзов в изучении рынка профсоюзных услуг, спроса на профсоюзные услуги, потребностей работников в профсоюзах. Наглядное представление об этом дают, например, результаты масштабного исследования, проведенного в 1994 году в Австралии. В нем приняли участие 1050 рабочих и служащих государственного сектора и 596 работников частного сектора экономики, мужчины (58%) и женщины (42%) в возрасте от 30 до 50 лет (63%). В ходе опроса, в частности, выяснялось отношение респондентов к возможности получения льготной цены на 17 различных категорий товаров и услуг при условии их членства в профсоюзной организации. Результаты ответов представлены в таблице 3. Категории товаров и услуг ранжированы нами от более популярных к менее популярным в зависимости от процента респондентов, давших частично положительный и полностью положительный ответ на вопрос, а своем желании получать скидки. Как видно из таблицы, в целом услуги профсоюзов имеют высокую популярность среди целевой аудитории. По большинству из них число желающих получить скидку превышает 55-60%, а по некоторым категориям, таким как приобретение бытовых приборов и мебели, пенсионное страхование и юридическое консультирование – 70% от выборки.

Здесь следует отметить, что для России в настоящее время более актуальным является включение в профсоюзные программы предоставление скидок категории продуктов питания. В ходе проведенного в 2010 году исследования Левада - центра, 80% россиян заявили, что более половины своего дохода они тратят на продукты питания. При этом в городах с населением менее 100 тысяч человек 26% респондентов указали, что на продукты питания они затрачивают более двух третей дохода, а 15% - практически весь свой доход.

Реализация сервисной модели обслуживания предполагает вовлечение профсоюзных организаций в коммерческие альянсы с бизнес-структурами. Последние выступают партнерами проекта и продают свои товары со скидкой по дисконтной карте, на которую нанесен лого-

тип коммерческой структуры и профсоюзной организации. На рис. 2 в качестве примера показана дисконтная карта профсоюзного комитета градообразующего предприятия Филиал «УАЗ» ОАО «СУАЛ» (ОК «РУСАЛ»), расположенного в г. Каменск-Уральский Свердловской области. Партнером проекта выступает сеть супермаркетов «Кировский». Сеть является одним из крупнейших продовольственных ритейлеров Уральского региона и объединяет 122 Филиала в Екатеринбурге и Свердловской области. В г. Каменск-Уральском работает 8 магазинов сети

Таблица 2. Заинтересованность в «профсоюзной скидке» (категории товаров и услуг)

Категория товара, на которой предоставляется скидка для члена профсоюза	Потенциальное желание использовать скидки (в % от выборки)				
	Определенно нет	Скорее всего нет	Возможно	Скорее всего да	Определенно да
Бытовые приборы/мебель	4,2	17,4	10,6	42,5	35,3
Планирование выхода на пенсию/пенсионное страхование	2,9	10,3	9,8	36,0	41,0
Юридические консультации	3,7	12,9	10,1	40,2	33,1
Туристические путевки	4,6	12,8	10,0	40,5	32,1
Авиабилеты	5,1	15,3	10,4	39,3	29,9
Одежда	4,4	18,3	11,0	37,7	28,5
Стоматология	5,0	19,4	10,0	34,1	31,5
Покупка автомобиля	5,2	18,1	11,7	35,9	29,1
Билеты в кино/на концерты	5,3	18,1	10,3	38,7	27,6
Автострахование	5,2	18,2	12,2	36,1	28,3
Страхование имущества	5,1	19,4	12,4	36,0	27,1
Покупка	5,8	21,4	10,9	36,4	25,5

аудиокассет/CD					
Питание в ресторане	5,9	21,5	12,1	35,8	24,7
Финансовое консультирование	4,2	21,4	15,1	38,2	21,1
Компьютеры	5,1	22,5	14,1	36,9	21,3
Страхование здоровья	6,5	25,6	12,2	30,3	25,4
Прокат автомобиля	8,0	29,2	15,0	30,2	17,6

Источник: [12.Р.148]

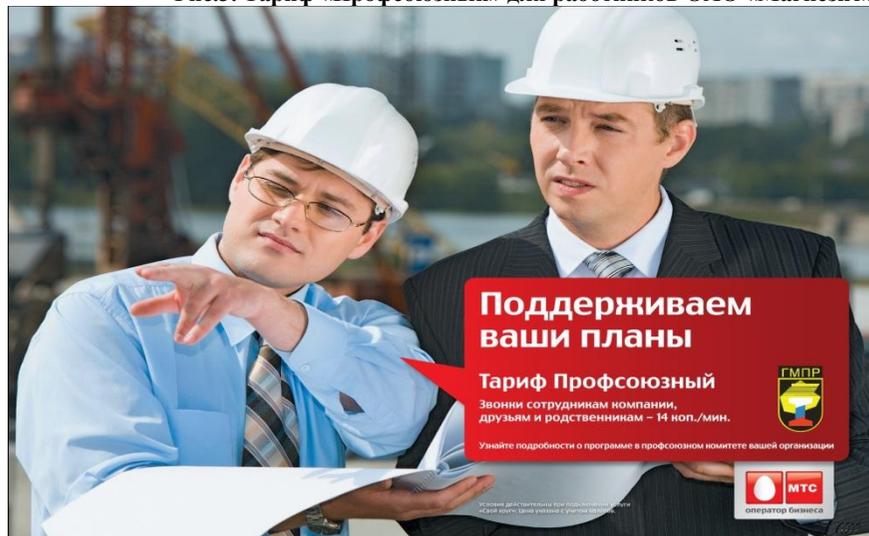
Рис 2. Профсоюзные дисконтные карты Филиала «УАЗ» ОАО «СУАЛ»



Альтернативной моделью выступает разработка целевых предложений и эксклюзивных продуктов, ориентированных на аудиторию членов профсоюза. В рамках стратегии корпоративной социальной ответственности подобные проекты реализует, к примеру, группа МТС на

крупных промышленных предприятиях России и ближнего зарубежья. В числе таких проектов льготный тариф «Профсоюзный», разработанный в 2010 году к празднованию Дня металлурга для членов профсоюза градообразующего предприятия ОАО «Магнит», расположенного в г. Сатка Челябинской области (рис.3).

Рис.3. Тариф «Профсоюзный» для работников ОАО «Магнит»



На основе изложенного выше можно утверждать, что по мере своего распространения альянсы бизнеса и профсоюзов станут для руководителей профсоюзных организаций аргументом как в процессе привлечения новых членов профсоюза, так и сохранения существующих. В свою очередь, традиционный набор форм и видов социальной поддержки пополнится новым направлением, что будет способствовать улучшению положения работающего населения, а также социально-экономического климата в регионах и стране в целом. Вместе с тем, перспективы развития практики ко-брендинга бизнеса и профсоюзов в значительной степени будут определяться тем, в какой мере предоставляемые материальные выгоды станут мотивами для работающего населения к вступлению в профсоюз.

Профсоюзный ко-брендинг как инструмент мотивации членства в профсоюзе. В таблице 3 показаны три группы мотивов членства работников в профсоюзе, выявленные в ходе упомянутого выше опроса, проведенного в Австралии: инструментальные мотивы – получение до-

полнительных услуг от участия в профсоюзе; нормативные мотивы - защита профсоюзом прав работника; и идеологические мотивы – все должны быть членами профсоюза. Исследование показало, что инструментальный мотив является ведущим для 52% респондентов, нормативный – для 28%, и идеологический – лишь для 20% респондентов.

Таблица 3. Мотивы профсоюзного членства

Инструментальные мотивы	Нормативные мотивы	Идеологические мотивы
Профсоюзы предоставляют услуги и привилегии	Профсоюзы предоставляют мой интерес Профсоюзы защищают мои права Профсоюзы обеспечивают повышение заработной платы и улучшение условий труда Профсоюз помогает в решении моих проблем с работодателем Мой работодатель ожидает, что я вступлю в профсоюз Профсоюз дает мне право голоса	Я полагаю, что мне необходимо быть в профсоюзе Все сотрудники должны быть членами профсоюза

Источник: [13.Р.7]

При этом информация по европейским странам носит противоречивый характер. Дж. Веддингтон и Р. Хоффман приводят данные, согласно которым в Ирландии, Дании, Нидерландах и Великобритании были введены материальные стимулы в виде пакетов финансовых услуг, ипотечных схем и схем кредитования, которые, однако, лишь 2-3% респондентов обозначили как первую или вторую причину членства в профсоюзе. Лучшие результаты были получены по услугам, которые непосредственно связаны с работой, в частности, юридическим консультациям, которые были высоко оценены работниками в Великобри-

тании и Голландии. В Нидерландах, в частности, это позволило снизить спад профсоюзного членства в 1990-е года[14].

Исследования, проведенные в нашей стране в начале 2000-х годов, показали, что инструментальный мотив не является ведущим для большинства россиян при вступлении в профсоюз, хотя и важен для 15% опрошенных респондентов (табл.4).

Таблица 4. Почему Вы остаетесь в профсоюзе? (в % от выборки, 2003 год)

Мотивы	Типы участия				Все типы	Не члены
	РТ	ОТ	ТТ	ИТ		
Профсоюз защищает меня от произвола начальства	60				47	
Профсоюз помогает сохранить уровень моей зарплаты	48					
Профсоюз защищает меня от увольнения	32					
Из чувства причастности к организации		100			45	
Из-за льгот			74		16	
Из-за материальной помощи			34			
По привычке				100	16	
Численность «чистых» групп, человек	163	459	136	115	873	127
Удельный вес групп, %	19	53	15	13	100	

Источник: [15.С.194]

В ходе исследования также было выделено несколько типов поведения, характерного для различных мотивов профсоюзного участия:

1. Рациональный тип (РТ) – ориентированный на защиту социально-трудовых прав работника, понимающий роль и место профсоюзов в системе трудовых отношений.

2. Организационный тип (ОТ) – движимый чувством причастности к организации.

3. Традиционный тип (ТТ) – ориентированный на получение льгот, материальной помощи и иных выгод от членства в профсоюзе.

4. Инерционный тип (ИТ) – представленный теми, кто остается в профсоюзе «по привычке».

Заключение

Безусловно, вопрос о коммерческой мотивации членства в профсоюзе на сегодняшний момент времени не является однозначным и будет обостряться с развитием практики профсоюзного ко-брендинга. Многие лидеры первичных организаций, в том числе и на тех предприятиях, где реализуются проекты коммерческого партнерства с бизнесом, негативно относятся к явлению потребительского отношения к профсоюзу. Вместе с тем, очевидно, что подобная форма сотрудничества способствует повышению качества жизни членов профсоюза, что позволяет рассматривать ее как инструмент инновационной социальной работы профсоюзных организаций, перспективное направление модернизации их деятельности.

Источники

1. Харитоновна Е.Н. Социальная ответственность промышленных предприятий Большого Урала // *Металлург*. 2012. № 3. С.10-12.

2. Svendsen A. C., Boutilier R. G., Abbott R. M., Wheeler D. Measuring The Business Value Of Stakeholder Relationships. PART ONE. URL: <http://www.stakeholders360.cl/recursos/measuring-business-value-stakeholder-relationships>. P. 1-34.

3. Сидорина Т.Ю. Социальный капитал организации и социальная политика российского предприятия // *Журнал исследований социальной политики*. 2007. Том.5. № 3. С.319-334.

4. Попов Ю. Корпоративная этика содействует повышению социальных качеств предприятия // *Проблемы теории и практики управления*. 2003. № 4. С. 107-111.

5. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В. *Этика деловых отношений*. М: Инфра-М, 2002.

6. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. *Корпоративная социальная ответственность*. М.: Дашков и Ко, 2006.

7. Золотарев В.Г. *Экономика: Энциклопедический словарь*. Мн.: Интерпрессервис; Книжный дом, 2003.

8. Благов Ю.Е., Иванова Е.А *Корпоративная социальная ответственность в России: уроки национального доклада о социальных инвестициях* // *Российский журнал менеджмента*. 2009. Т.7.№ 1. С. 3-24.

9. Ветлужских А.Л. Приветственное слово Председателя Федерации профсоюзов Свердловской области / *Сборник материалов по ито-*

гам международной научно-практической конференции «Инновации в профсоюзах - 2011». Екатеринбург, 2011.

10. Олимпиева И.Б. Российские профсоюзы в системе регулирования социально-трудовых отношений: особенности, проблемы и перспективы исследования. М.: 2010.

11. Griffin G., Svensen S. Trade Union Non-Industrial Services Membership Attitudes. / In T. Bramble, B. Harley, R. Hall & G. Whitehouse (Eds.) Current Research in Industrial Relations: Proceedings of the 11th AIRAANZ Conference. Brisbane. 30 January — 1 February. 1997. P. 145-152.

12. Петрова Е.И. Правовое регулирование коллективно-договорных отношений в странах Европейского Союза // Общество. Власть. Профсоюзы. Сборник статей по итогам краевой научно-практической конференции. Красноярск, 2001.

13. Griffin G., Svensen S. Trade Union: Reasons For Membership Satisfaction. Melbourne: National Key Centre in Industrial Relation, 1999.

14. Waddington J., Hoffmann R. Trade Unions in Europe: Facing Challenges and Searching For Solutions. ETUI, Brussels, 2000.

15. Патрушев С.В. Мотивация и особенности профсоюзного членства. URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Patrushev_motivazia.pdf. С. 193-203.

RUSSIA’S PARALYZING CYCLE OF DISTRUST: CAN THE BANKING INDUSTRY BE AN AGENT OF CHANGE?

Patricia E. Dowden

Mystery of trust

In 2000, Hernando de Soto, a Peruvian economist, wrote a landmark book titled “Mystery of Capital: Why Capitalism Triumphs in the West and Fails Everywhere Else”. The mystery was private property. Russia has reformed its economy – has created private property – but has not yet reformed the other institutions required to support a market economy. This paper will discuss the critical role of trust in creating these new institutions, the role of civility in creating an environment in which trust can emerge, and the role that Russia’s banking sector might play in modeling new behaviors.

This paper has been informed in important ways by the clear evidence of the destructive impact of growing incivility and loss of trust in recent years in the United States. A national conversation is emerging about the importance of this topic.

Russia today

Russia leads the world on a wide spectrum of issues:

Natural resources: it has one of the richest natural resource endowments in the world.

Human capital: Russia’s educational system has produced nearly 100% literacy, and more than half of the Russian adult population has a university education, twice as high as the OECD average, according to a 2005 UNESCO report.

Culture: Russia has a long tradition of excellence in every aspect of the arts.

Financial strength: The economy had averaged 7% growth since the 1998 Russian financial crisis, resulting in a doubling of real disposable incomes and the emergence of a middle class.⁴²

Yet in spite of these impressive strengths, the Russian people have little faith in their country.

⁴² “Russia Economy Profile 2012”, *Index Mundi*,
http://www.indexmundi.com/russia/economy_profile.html

“As one would expect, rising income levels go with rising levels of happiness and life satisfaction. The peoples of rich societies are happier than those of poor societies. The overall correlation is very strong. ...[but] the lowest levels of subjective well-being in the world were not found in the very poorest societies, such as India or Nigeria, but in the ex-Communist societies..... This is especially true of the countries of the former Soviet Union..... Subjective well-being was already extremely low in Russia in 1990, but life satisfaction and happiness have fallen even lower since the collapse of the Communist system and the Soviet Union, to such a degree that Russia, Belarus, and Ukraine show the lowest levels of subjective well-being ever recorded.....Since moving toward democracy in 1991, they have not become healthier, happier, more trusting, more tolerant or more post-materialist. On the whole, they have moved in exactly the opposite direction.”⁴³

Svetlana Kononova, reporting on a Levada Center survey, points out that in 1991 only 41 percent of respondents were skeptical and suspicious. Now, 70 percent say they do not trust anybody, 72 percent do not want to help anybody, and 75 percent do not want to cooperate with other people in solving problems.⁴⁴

About 20 percent of Russians are thinking about leaving the country and trying their luck abroad, according to various Russian polling agencies. Among 18- to 35-year-olds, close to 40 percent of respondents say they'd like to leave. Experts believe that 100,000 to 150,000 people now leave the country annually and warn that the exodus reached dangerous dimensions in the last three years. Dmitry Oreshkin, a political analyst with the Institute of Geography says "The intellectual potential of the nation is being washed away, as the most mobile, intelligent and active are leaving." ⁴⁵ “Just as he

⁴³ Ronald Inglehart, Director of World Values Survey and currently a Scientific Advisor and Expert Council Member for the Higher School of Economics' Laboratory for Comparative Social Research, “Globalization and Post Modern Values”, *The Washington Quarterly*, Winter 2000, http://www.worldvaluessurvey.org/wvs/articles/folder_published/publication_530/files/5_globaliza.pdf

⁴⁴ Svetlana Kononova, “Trust Nobody: Most Russians Don't Trust Anybody Else, but Believe They Have the Right to Deceive Others”, *Russia Profile.org*, Dec 28, 2010)

⁴⁵ Sergei L. Loiko, “New wave of Russian emigration”, *Los Angeles Times*, November 23, 2011

[Medvedev] began his ambitious program of economic "modernization," the white-collar professionals so crucial to it were prepared to jump ship – a staggering 57 percent of them, according to a Levada Center survey.”⁴⁶

Russian citizens consistently give lowest scores of trust for Russian business, government, NGOs, and media, compared to 12 Western and BRIC countries’ ratings of their own institutions.⁴⁷

Role of trust

Trust plays an indispensable role in virtually every important aspect of a nation’s effectiveness, including cooperation, rule of law, economic development, worker performance, reputation. ***Reciprocal trust is the essential fuel of all effective human interaction.*** And Russians don’t trust each other. The self-destructive implications of this are described below.

Cooperation. John Nash (subject of the 2001 Academy Award winning film “A Beautiful Mind”) won a Nobel Prize in 1994 for the “Nash Equilibrium”, or “Non-Cooperative Game Theory”, which can be summarized as follows:

- “Everyone wins if everyone *chooses to cooperate*.....
- “[E]fficient cooperation ... can come about only if people trust that most other people will also choose to cooperate.....
- “Lacking that trust, the social trap will slam inexorably shut. That is, we end up in a state of affairs that is worse for everyone, even though, everyone realizes that they would profit by choosing to cooperate.”⁴⁸

Rule of law. Rule of law is a critical concern of Russians and their international business partners. A recent poll by Echo Moscow reports that when asked what is most important, the top three issues are related to rule of law: Judicial reform (80.4%), Reform of law enforcement (57%); Constitutional reform (54.4%). But many serious students of what makes societies

⁴⁶ Max Seddon, “Young Russians move abroad for "breath of fresh air", *Russia Beyond the Headlines*, April 8, 2011

http://rbth.ru/articles/2011/04/08/young_russians_move_abroad_for_breath_of_fresh_air_12678.html

⁴⁷ Edelman Trust Barometer, *2011 Annual Global Opinion Leader Study*, <http://www.edelman.digital.com/2011/01/25/>, January 25, 2011

⁴⁸ “A Brief Introduction to non-cooperative game theory”, <http://www.ewp.rpi.edu/hartford/~stoddj/BE/IntroGameT.htm>, accessed February 2012

work suggest that *rule of law is no substitute for trust*; in fact, it works only when supported by trust

“Confucius once remarked that rulers need three resources: weapons, food and trust. The ruler who cannot have all three should give up weapons first, then food, but should hold on to trust at all costs: ‘Without trust, we cannot stand’.”⁴⁹ “Every kind of peaceful cooperation among men is primarily based on mutual trust and only secondarily on institutions such as courts of justice and police.”⁵⁰

“[D]emocracy is not something that can be easily attained by simply adopting the right laws. It is most likely to flourish under specific social and cultural conditions.”⁵¹

“[I]n enterprises where persons do not trust one another, cooperation is best achieved with the existence of formal rules and regulations that have to be agreed to, negotiated and enforced. In such an environment there is a high transaction cost for doing business.⁵² “[T]here is usually an inverse relationship between rules, regulations and hierarchy in an enterprise and trust: The more people depend on rules to regulate their interactions, the less they trust each other and vice versa.”⁵³

“We need to re-think the assumption that government regulation should be the sole or primary restriction on an otherwise free market. . . . Legal in-

⁴⁹ Confucius, as quoted by Geoffrey Hosking, review of “*Why We Need a History of Trust*”, *Reviews in History*, <http://www.history.ac.uk/reviews/review/287a>, July 2002.

⁵⁰ Albert Einstein, “Arms Can Bring No Security”, *Bulletin of the Atomic Scientists*, March 1950, p. 71

⁵¹ Ronald Inglehart, Director of World Values Survey and currently a Scientific Advisor and Expert Council Member for the Higher School of Economics’ Laboratory for Comparative Social Research, “Globalization and Postmodern Values”, *The Washington Quarterly* 23.1 (2000) 215-228

www.muse.jhu.edu/journals/washington_quarterly/v023/23.1inglehart.html

⁵² Module 3: Trust, Social Capital Formation, Enterprise Competitiveness and Productivity, *International Labor Organization*,

http://www.ilocarib.org.tt/Promalco_tool/productivity-tools/manual07/m7_7.htm

⁵³ Francis Fukuyama, as quoted by Jeremy Hope, Tony Hope, *Competing in the third wave: the ten key management issues of the information age*, Harvard Business Press, Sept 1, 1997, p. 154

stitutions have often proved incapable of regulating emerging and novel systemic risk. Usually, it is people *inside* an industry—not outside regulators-- who best appreciate the real significance, the risks and possibilities, of emerging technologies and new business models”⁵⁴

Economic Development. Many development theorists consider “generalized trust” – including trust in the institutions of society -- to be one of the most critical factors in economic development, a more significant predictor than human capital. Both bridging-type networks – that is, institutional infrastructure – and generalized trust – that is, trust in the system, rather than in the individual – lower transaction costs, decrease enforcement costs, increase the potential number of entities with whom any given individual can enter into relationships, and stimulate innovation. In systems that lack these types of social capital, persons are less likely to find the optimal relationships, relationships that facilitate the most effective and productive use of resources; and in the aggregate the system will be poorer. Philip Hanson (2002) finds that low levels of positive social capital affected Russian economic growth during and after transition at least as much as the quality of industrial infrastructure.⁵⁵

“High trust societies...have the social capital to create large, complex, private enterprises.In contrast, in low trust, familistic societies where the radius of trust is small and the social capital low ...business transactions have been limited to family owned enterprises..... Where large-scale enterprises exist they are state owned.”⁵⁶

Reputation. Edelman, the world’s largest private global public relations firm reports this: “What matters for corporate reputation: Quality (69%), transparency (65%), trust (65%), employee welfare (63%). “At least 64 percent of opinion leaders in every country surveyed said they had refused to buy the products or services of a company they did not trust.” Most also criticized them to others (bad word of mouth), refused to do business

⁵⁴ Thomas Donaldson and Paul J. H. Schoemaker, The Wharton School of the University of Pennsylvania, “Pelican’s Gambit: Counter-intuitive Advice for Industry leaders”, Working Paper, January 6, 2011

⁵⁵ Philip M. Nichols, The Wharton School of the University of Pennsylvania, “Social Politeness as a Precursor to Generalized Trust”, *Russian Academy of Sciences Modernization Conference*, Moscow, Russia, November 2010.

⁵⁶ Francis Fukuyama, “Social Capital and the Global Economy”, *Foreign Affairs*, September/October 1995, p.89-203

with them, and refused to invest in them. About half refused to be employed by them.⁵⁷ According to a Golin/Harris poll in 2003: 39 percent of individuals say they would start or increase their business with a company specifically because of the trust or trustworthiness of that company. 53 percent say they would stop, reduce, or switch their business to a competitor because they have concerns about a company's trust or trustworthiness. 83 percent say they are more likely to give a company they trust the benefit of the doubt and listen to their side of the story before asking a judgment about corporate behavior..... Employees stay longer with high-trust companies. Customers remain customers of high-trust companies. Suppliers and distributors stay partnered longer with high-trust companies. Investors hold their investment longer with high-trust companies.⁵⁸

Organizational Performance. Fortune Magazine reported that in one study, high-trust organizations outperformed low-trust organizations in total return to shareholders by 286 percent (Watson Wyatt 2002 study); and in another, Fortune magazine's "100 Best Companies to Work for in America" (in which trust constitutes 60 percent of the criteria) earned over four times the returns of the broader market over the prior seven years (based on a 2005 study by Russell Investment Group). Fortune concludes, "Employees treasure the freedom to do their job as they think best, and great employers trust them." The Gallup organization put a conservative price tag of \$250 to \$300 billion a year on the cost of disengagement in America alone. Their research estimates that only 28 percent of U.S. employees are engaged, and in many other countries, the figure is even lower.....Gallup's research shows that 96 percent of engaged employees—but only 46 percent of actively disengaged employees—trust management.⁵⁹

Can civility open the door to trust?

What is civility? It is, at a minimum, refraining from any unpleasant tone or rudeness; or, even better, behaving respectfully, with courtesy. Civility is not necessarily being "nice" or "friendly", and certainly not "trusting"; It is a very simple, low risk behavior, described by the Golden Rule, to which

⁵⁷ 2006 Annual Edelman Trust Barometer,

<http://www.edelman.com/image/insights/content/FullSupplement.pdf>

⁵⁸ Covey, Stephen M.R.; Merrill, Rebecca R. The SPEED of Trust. Simon & Schuster, Inc. Kindle Edition. 2006. p. 266.

⁵⁹ Ibid., p. 253

every major world value system subscribes. It acts as a sort of “social sanitizer”, analogous to frequent hand washing’s effectiveness in combatting the spread of infection: both can reduce serious threats to a healthy society; both rely on personal responsibility; and both can create maximum impact with minimum effort for both the individual and, when widely practiced, for society as a whole.

This paper will present the hypothesis that, while trust is a complex emotion requiring time and experience to develop, civility – even at its most simple, superficial level – can remove an important obstacle to trust.

It should be noted that the relationship between civility and trust has not received much research to date, but it has been long acknowledged and demonstrated by research that behavior shapes attitudes as well reflecting them. As Aristotle said, "The virtues we acquire by first having actually practised them...we become just by doing just acts, temperate by doing temperate acts, brave by doing brave acts."⁶⁰

Research is underway at the Wharton School of the University of Pennsylvania to test the civility hypothesis more directly, and preliminary findings are dramatic. An analysis of the results of teams participating in negotiating classes, whose contact was limited to two emails between anonymous negotiating partners, reveals that those teams whose interaction involved any incivility, however trivial, achieved significantly lower results than those with neutral or positive communication. Another Wharton study testing the impact of incivility on trust suggests that willingness to take a risk with a negotiating partner is about 60% higher if previous interaction is not uncivil.⁶¹

In addition, research also demonstrates that incivility’s impact is not limited to those directly involved. “[O]ur three studies provide evidence that just witnessing rudeness tends to reduce observers’ performance, creativity, and citizenship behaviors and increase their aggressive thoughts. We believe that these results are important because they illustrate that the rudeness effect is pervasive and has a spillover effect....Study 3 results shed some light on

⁶⁰ Aristotle, *Nicomachean Ethics*, H. Rackham, Ed., <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3Atext%3A1999.01.0054%3Abekker%20page%3D1103b>, February 28, 2012

⁶¹ Livia Levine & Tae Wan Kim, “LGST Doctoral Student Presentation: Why the #&#%#@#% Don’t They Trust?”, *Wharton School of the University of Pennsylvania*, December 6th 2011

this finding by showing that witnesses of rude behavior generally became less prosocial and chose to share less of their resources with others.....These resultssuggest the possibility that observing rudeness could be the starting point to a spiral of aggression.”⁶²

This perspective on the interactive relationship between behavior and attitude is sometimes labeled the “Benjamin Franklin Effect”, based on his observation that “He that has once done you a kindness will be more ready to do you another than he whom you yourself have obliged.” In other words, “You grow to like people for whom you do nice things and hate people you harm.”⁶³. The psychological basis for this is described by the phenomenon of “cognitive dissonance” – which occurs when there is a gap between behavior and beliefs. In other words, people are uncomfortable when their actions don’t reflect their feelings, so will try to align them.

Commercial banking as change agent?

The commercial banking industry, more than almost any other business, relies on trust. Trust is so critical to this business that governments typically insure deposits and impose significant regulatory controls to enhance safety. These banks manage the global payment system, which is the heart of the global economy, pumping capital – the lifeblood of a modern market economy – throughout the world. (NOTE: While larger commercial banks sometimes have investment banking functions, investment banking is a different business. This involves taking risks with investor money – which, unlike depositors’ money, is not insured by the government -- in order to earn returns.)

The 2008 global financial crisis demonstrated clearly what happens when trust fails. While the gun was loaded – the list of problems leading up to the crisis are well documented: bad real estate loans, flawed investment instruments, inadequate regulation, etc. – the trigger was a loss of trust within the commercial banking system, causing banks to suspend payments. In other words, the heart stopped pumping, and overnight the system collapsed, causing losses in the financial system of \$4 trillion. The mechanics of how this happened, and how the system works, is beyond the scope of this paper,

⁶² Christine I. Porath University of Southern California, Amir Erez University of Florida, “Does Rudeness Really Matter? The Effects Of Rudeness On Task Performance And Helpfulness” *Academy of Management Journal* 2007, Vol. 50, No. 5, 1181–1197

⁶³ David McRaney, “You Are Not So Smart”, *Gotham*, October 2011

but suffice to say that the global payment system depends on a complex web of relationships between banks, and this web depends on their trust in each other. A break in one link in this web (or, to continue the heart analogy, the rupture of one artery in the circulatory system), as happened in 2008, can create a domino effect that can take down the entire system, causing severe long term consequences. Here is the result, according to one study.⁶⁴

- The financial industry has fallen from one of the most trusted industries in the world to the least trusted.
- Trust in business has suffered most in developed economies. Significantly, these economies were the key players in the banking debacle.
- The U.S., with Wall Street as the epicenter of the crisis, is the only country to continue to see an across-the-board fall since 2008 in levels of trust in business, government, media, and NGOs.

Returning to the civility/trust relationship discussed above, it may not be a coincidence that the crisis in trust was preceded by a dramatic deterioration in civility in the U.S. during the decade preceding the 2008 crisis : “One-fourth of employees polled in the US in 1998 said they were treated rudely once or more a week, by 2005 that number had risen to nearly half.”⁶⁵

So, it may be concluded that the commercial banking system plays a key role in a society’s ability to trust. The question is, given its ability to destroy trust, does it also have the ability to create trust, not only in its own operations, but in the society more generally? We will describe now how that could indeed occur, and why this could be especially important for Russia.

There is much evidence that the work environment has influence on society generally.

- Incivility has been demonstrated to be a function of the social environment in the workplace.⁶⁶

⁶⁴ Edelman Trust Barometer, *2011 Annual Global Opinion Leader Study*, <http://www.edelman.digital.com/2011/01/25/>, January 25, 2011

⁶⁵ Amir Erez, University Of Florida “When Your Boss is Rude, Can You Think? - Effects of Authority Figures Rudeness on Individuals’ Cognition”, *Moore School of Business, University of South Carolina, Columbia, SC*, November 10, 2011

⁶⁶ Michael P. Leiter, Vice President (Academic) Acadia University (Canada), “The Impact of Civility Interventions on Employee Social Behavior, Distress,

- Likewise, an example of positive behavior in the workplace can also create positive community norms and behavior.⁶⁷

Commercial banks have a particularly powerful opportunity to shape community norms for these reasons:

- Nearly everyone needs to deal with a commercial bank at some point.
- The nature of the relationship between bank and its customer is often a more personal one than the average commercial transaction. If the customer is turning over his money to the bank, he wants to feel that the institution can be trusted. And on the bank's side, "know your customer" has become a mantra, at least in the American banking system, because banks are legally required to protect the system against fraudulent transactions. Bankers are taught the "Five C's of Credit" – Character, Competence, Capital, Conditions, Collateral – of which "Character" is the most critical. For a responsible banker, being "comfortable" with a customer is the #1 criteria for making a loan. The necessity for this personal connection provides a good opportunity for a banker to serve as a role model for civil behavior.

In addition, there are also important motives for Russia's commercial banks to play this leadership role:

1. Russia has recently stated its ambition to become an international financial center. Yet so far Russia's citizenry remains skeptical about participating in the banking system. According to Sberbank Chairman German Gref, the cash portion of the money supply is 11.9% of GNP, as compared to 6.6% in the U.S., 5.3% in Mexico, and 4% in Brazil.⁶⁸ Cash as a percent of total money supply is 25% in Russia, compared to

and Attitudes", *Journal of Applied Psychology*, 2011, Vol. 96, No. 6, pp. 1258–1274.

⁶⁷ "[W]idespread adoption of an organizational practice communicates to members of a social system the operable norms of appropriate behavior in ways that an examination of formal law or expressed moral sentiment cannot." (John S. Earle, Upjohn Institute for Employment Research and Central European University; Andrew Spicer, University of South Carolina; Klara Sabirianova Peter, Georgia State University: "The Normalization Of Deviant Organizational Practices: Wage Arrears In Russia, 1991–98", *Academy of Management Journal*, 2010, Vol. 53, No. 2, pp. 218–237

⁶⁸ German Gref, in a letter to Prime Minister Vladimir Putin, *Gazeta.ru*, Summer 2011

15% in developing countries and 7-10% in developed countries, according to Finance Minister Anatoly Siluanov, speaking at the Gaidarovsky Forum.⁶⁹ A recent survey reports that only 15% of Russians have a bank account.⁷⁰

There are three important implications to this cash-heavy economy: First, it supports a large shadow economy, which amounts to about 16% of GDP and accounts for significant amounts of fraud.⁷¹ Second, there is enormous opportunity cost for the Russian economy: a ruble deposited in a bank can create as much as 25 rubles in economic activity due to the multiplier effect of the deposit/lending cycle. Third, this underserved market has already attracted the attention of international banks, whose more customer friendly service could provide stiff competition. According to the Washington Post, “Banks are counting on changing that psychology. International banks are beefing up their Russian operations for 2010 and beyond.”⁷²

Not surprisingly, any change in the Russian commercial banking system’s culture would need to start with a change in management behavior.

Research shows that managers participate in the construction of commonly accepted standards, and that to the extent these practices become habitual, other managers are likely to adopt them.⁷³ Employees generally treat customers the way they are treated by management.⁷⁴

Several aspects of Russian business culture will need to be addressed if trust is to be cultivated in the workplace.

⁶⁹ Georgy Bovt, “Direct Elections Directed by Moscow”, *Moscow Times*, 23 January 2012

⁷⁰ Ben Aris, “Russia's Middle Class Walloped by Crisis”, *Moscow Times* 28, October 2011

⁷¹ “Deputy PM Warns shady money taints Russia”, *Russia Today*, <http://rt.com/business/news/russia-money-laundering-zubkov-481/>, February 16, 2012

⁷² Ben Aris, “Money Under the Mattress”, *Washington Post*, December 8, 2009

⁷³ John S. Earle, Upjohn Institute for Employment Research and Central European University; Andrew Spicer, University of South Carolina; Klara Sabirianova Peter, Georgia State University: “The Normalization Of Deviant Organizational Practices: Wage Arrears In Russia, 1991–98”, *Academy of Management Journal* 2010, Vol. 53, No. 2, pp. 218–237

⁷⁴ Covey, Stephen M.R.; Merrill, Rebecca R. *The SPEED of Trust*. Simon & Schuster, Inc..Kindle Edition. 2006. p. 253

- Russia has a strong tradition of authoritarian management style, and, in fact, this is generally expected by employees. Surprisingly, this tradition may not have been much modified by a market economy: According to Vadim Radaev's 2008 research, "Managers of the new non-state firms established in the course of economic reform have not become more democratic and open. On the contrary, they tend to express themselves even more bureaucratic than general directors of the privatized Soviet enterprises."⁷⁵
- Jerrold Schecter describes a "Bolshevik Code", developed originally for geopolitical negotiations, which he defines as the basis of Russian negotiating practices that influence Russian business behavior today. This style is described as hypercompetitive, even rude and abusive.⁷⁶
- Another legacy of the Soviet era may be Stalin's advocacy of unpredictability as a basic tenet of effective geopolitical negotiations.⁷⁷

These approaches to some extent are all founded in distrust – perhaps understandable, even effective in a Cold War political scenario, but clearly counterproductive in a market economy context, where reliability, "win-win" solutions, compromise, employee empowerment have been demonstrated to provide the optimum outcomes, as described earlier.

How to change such long-established practices? In addition to management training, such as that included in the Sberbank executive education program, offered for 500 high potential managers (90% in Russian regions) in partnership with INSEAD and The New Economic School.⁷⁸, some organizational and procedural changes might be useful in creating new behavioral patterns. Two examples are described below. Both are designed to improve mutual understanding of client needs on the one hand, and bank capacity on the other, in order to move decision-making closer to the client so that client

⁷⁵ Vadim Radaev, "How Managers Establish Their Authority at the Russian Industrial Enterprise: A Typology and Empirical Evidence" // *The Journal of Comparative Economic Studies* 2008 . Vol. 5, August 2008

⁷⁶ Jerrold L. Schecter, *Russian Negotiating Behavior*, Washington, DC: United States Institute of Peace Press, 1998, p.27

⁷⁷ Richard G. Shell, *Bargaining for Advantage: Negotiation Strategies for Reasonable People*, New York: Viking, 1999, p.31

⁷⁸ "Стартовала программа «Сбербанк 500 – программа для лидеров», http://www.sbrf.ru/moscow/ru/press_center/news/index.php?id114=11012217, Moscow, August 1, 2011

needs can be addressed quickly and effectively; to enable better teamwork among bank employees; and to encourage and enable bank employees to take more responsibility. Detailed description of these is beyond the scope of this paper; more information is available by contacting the author.

- A client relationship management model describes an organizational structure that facilitates cooperation among bank employees for delivering the most appropriate bank services to clients. One employee is a specialist in the customer's business, and he/she manages the relationship team. Other team members could include specialists in credit, payment products, investment products, etc.
- A credit decision-making model assigns lending authority based on the banking officer's experience and demonstrated expertise, and any two officers whose combined authority covers the requested loan amount can approve it. This approach 1) ensures the appropriate level of expertise is involved in the credit decision, 2) provides checks and balances to ensure decision is made only on the appropriate facts and avoids conflicts of interest, 3) limits opportunity for corruption by requiring a minimum of two approval signatures, and 4) improves customer service through rapid turnaround of the lending decision.

Conclusion

Consider an experiment done with two frogs: one is thrown into boiling water and immediately jumps out; the other is put in water whose temperature is very gradually increased to boiling. The second frog will not save itself.

Russian "soul" is legendary: no people have more capacity for warmth, loyalty, kindness. Civility is not new behavior to be learned. Yet nearly every discussion about extending even superficial civility to those one does not know well elicits reactions of near-horror: it is described variously as "dangerous" / "insincere" / so deep in the cultural DNA that it is "unlikely to change for generations" / "would take a revolution".

Why does an entire nation cling to such self-destructive behavior?

In times of crisis, Russians have a long history of standing together to protect their nation. Such examples of self-organization are legendary: the 1612 "Time of Troubles" overthrow of the "false Dmitriy", the famous battle of Stalingrad, the Siege of Leningrad come to mind. This time, however, is different. The threat is hard to see because it comes from within and is not especially dramatic – the nation is bleeding to death from a thousand tiny *self-inflicted* cuts. Like earlier crises, this one requires initiative from every citizen, not orders from leaders. Will Russians understand the growing danger soon enough to save their country?

HOW CAPITALISM, UNIVERSITY AND MATHEMATICS AS INSTITUTIONS SHAPED MAINSTREAM ECONOMICS

Vladimir Yefimov

От научного редактора сборника статей конференции ИУМ-2012

В статье выпускника ЭФ МГУ, ныне проживающего во Франции, рассматривается ситуация с экономическим образованием в мире и в России, высказывается критика в связи с увлечением идеями Economics и неоклассическими теориями, игнорированием конкретно-исторической практики (stories) и, прежде всего, этических вопросов, предлагаются основы реформы экономического и бизнес-образования на базе дискурсивного подхода. Приведём слова из письма В.Ефимова к научному редактору сборника докладов конференции ИУМ-2012: «Вред преподавания студентам-экономистам неоклассической теории, которая стала центром экономического образования в России, не сводится только к её познавательности бесплодности. Видение социальной жизни через неоклассическую призму, где каждый ищет, в конечном счете, только свою материальную выгоду, неизбежно ведет к отбрасыванию таких понятий как долг и ответственность, что на практике ведет к различным формам аморального поведения и коррупции, проявляемых на разных уровнях социальной иерархии, начиная от самой низшей и кончая самой высшей. Координация в обществе обеспечивается не только и не столько столкновением интересов, сколько формальными и неформальными правилами, тесно связанными с моралью. Молодые люди, будущие бизнесмены, чиновники и политики, которым прививается через курсы этой экономической теории идеология стяжательства, будут воспроизводить и усиливать практики недобросовестного поведения и системной коррупции, от которых так страдает сегодняшняя Россия...Я считаю, что одной из важнейших среднесрочных и долгосрочных анти-коррупционных мер должна стать реформа экономического образования. В своей недавно вышедшей книге «Цена цивилизации» печально известный в России Джеффри Сакс утверждает, что необходимо изменить всю нашу экономическую культуру. Он считает, что «в основе экономического кризиса Америки лежит **моральный кризис: спад гражданских добродетелей среди политических и экономических элит** (выделено В.Ефимовым) Америки». На этот раз Сакс безусловно прав и многочисленные опубликованные свидетельства, выплеснувшиеся на поверхность во время кризиса, подтверждают это.

Многие неформальные нормы и убеждения экономических акторов непосредственно связаны с моралью, которая является очень важной частью механизма социального регулирования человеческого поведения. В своей недавней книге «Крутое пике» Джозеф Стиглиц пишет про экономистов: «Вместо представителей научной дисциплины они становятся самыми активными участниками группы поддержки капиталистического свободного рынка». Стиглиц считает, что «если Соединённые Штаты собираются добиться успеха в реформировании своей экономики, то, им, возможно, придётся начать с реформирования экономической науки». Так же нужно сделать и в России».

In this paper I will consider certain episodes of the institutional history of economics in order to show how the institution of economics was influenced by other institutions. I define the notion of institution in the following way: an institution is a set of formal and informal rules, and also beliefs, that stand behind these rules, that orient the behaviour of members of a certain community. Individuals can be at the same time members of several different communities. Formal rules for a community are often the result of compromise with other communities. Informal rules of behaviour of a community are more linked than formal ones with beliefs shared by members of this community. The most important among these beliefs are those that were linked with the birth of the institution or played an important role in its evolution. I call these beliefs the founding beliefs of the institution. I define the notion of the institutional knowledge of members of a community acting in the framework of an institution as the sum total of the knowledge of its members concerning formal and informal rules and beliefs making up this institution.

The rules of the institution of economics relate to university professors and students of economics. These rules provide a framework for developing curricula and syllabi, as well as for the organization of examinations. They define the procedures and directions of economic research, and the criteria for publication of articles in academic economic journals. These rules include formal and informal rules of functioning of professional organizations of economists, such as the American Economic Association. Beliefs that underlie the rules of functioning of the community of academic economists are expressed in different answers to such questions as: What does it mean to undertake economic research? What is the purpose of economic research? What should economists study? How should they carry out the study? In what form should the results of the study be presented? What does it mean to

teach economics? What kind of economics should we teach? The answers to these questions, along with formal and informal rules of behaviour based on the answers, together constitute the institutional knowledge of professional economists. Candidates for admission to the profession acquire most of this knowledge during the preparation and defense of PhD dissertations that many do in the framework of post-graduate studies. If someone becomes a member of the profession and does not have this knowledge, or refuses to follow its instructions, then sooner or later she/he will be rejected by the profession.

Capitalism is a complex institutional system⁷⁹ with a community of owners and managers of capital as a determinant of this system. A *laissez-faire* concept is an important belief of most of the members of this community closely linked with their interests, and can be considered as the *founding belief of the system*. According to historical legend, the phrase *laissez-faire* stems from a meeting in about 1680 between the French finance minister Jean-Baptiste Colbert and a group of French businessmen led by a certain M. Le Gendre. When the minister asked how the French state could be of service to the merchants and help promote their commerce, Le Gendre replied simply "*Laissez-nous faire*" ("Leave us be", lit. "Let us do")⁸⁰. To be an "economist" in Great Britain of the 19th century meant the feature of a certain "social and political culture – hence the foundation and naming of *The Economist* in 1843 as a journal to support the cause of Free Trade" (Tribe, 2002, p. 4). Many private clubs, such as "the Political Economy Club of London, founded in 1821, provided an organisational centre for the discussion and propagation of 'sound' doctrines, particularly free trade." (Coats, 1993, p.402). Adam Smith in his *Wealth of Nations* used many times the phrase "free trade" but never "laissez faire". Nevertheless the case for free trade and *laissez-faire* hang together (Lal, 2002). Free trade, free enterprise, the free movement of people and goods – in short, *laissez-faire* and untrammelled operation of market – was an important part of Smith's message (Blaug, 1986, p.235).

Institutions of economics appeared in Europe and the United States in the second half of the 19th century. They were born inside the national insti-

⁷⁹ An institutional system is an aggregate of interrelated institutions. The author used this notion for an investigation of Russian agriculture (Yefimov, 2009, 2010a).

⁸⁰ <http://en.wikipedia.org/wiki/Laissez-faire>

tutions of the universities. The first universities were created in the 13th century. This is distinct from the “birth” of the institution of science in the 17th century, which took place *outside* the university. This “birth” can be linked with the foundation in 1660 of the Royal Society of London for the Improvement of Natural Knowledge. For several centuries, universities did not carry out any research but were purely educational establishments subordinated to the Church and state, *with the task of educating clergymen and civil servants* (Charle and Verger, 2007). Up to the 18th century, universities provided education based on ancient Greeks and Romans, as well as on the Bible and theological texts and “natural sciences were incorporated quite late in British university education, sometimes not until the 1880s” (Fourcade, 2009, p. 149). The *founding belief of the institution of universities* was the idea that “all accessible knowledge is based on certain texts inherited from Antiquity and that any progress in knowledge could derive only from a more detailed exegesis of these texts” (Charle and Verger, 2007, p. 10). At Glasgow University, Adam Smith taught “Moral Philosophy, a discipline a great deal more broadly conceived in that day than ours. Moral Philosophy covered Natural Theology, Ethics, Jurisprudence, and Political Economy” (Heilbroner, 1999). Smith has not left a textbook of this course but we can judge Moral Philosophy courses of that time in Britain by looking at the manual *Principles of Moral and Political Philosophy* of William Paley (1743 – 1805). Paley lectured at Cambridge University on courses on the New Testament and moral philosophy, which subsequently formed the basis of his manual. Now he is best known as a theologian, the author of the book *Natural Theology*. Keynes suggested that Paley was ‘the first of the Cambridge economists’⁸¹. Paley’s manual *Principles of Moral and Political Philosophy* contains reasoning oriented to justify different types of formal and informal rules in force in Britain. Some parts of the book are devoted to the economic domain, for example property and different kinds of contracts concerning sale, lending of inconsumable property and money, contracts of labour service or labour partnership and so on., others to civil rights, duties, and the civil government. Altogether the book can be considered as a collection of justifications of the existing social order. Many of these justifications are purely theological. The manual has a special part entitled “Duties Towards

⁸¹ “For Paley, so little appreciated now, was for a generation or more an intellectual influence on Cambridge only second to Newton. Perhaps, in a sense, *he* was the first of the Cambridge economists” (Keynes, 1951, p. 91).

God” and a chapter “Of the Duty of Civil Obedience, As Stated In the Christian Scriptures”. Paley admits that the whole system of reasoning in the book justifying different kinds of rules supposes the affirmative answer to the question: “Will there be after this life any distribution of rewards and punishments at all?” Adam Smith followed the intellectual habit of his time of putting God in the centre of their deductive system. Thinkers of that time consider God as the source of existing regularities in the world. For Newton, the source of nature’s regularities was the *Creator*. For Adam Smith, the source of socio-economic regularities was the same; his “*invisible hand*” was the Divine Hand. Antony Waterman, Professor of Economics at the University of Manitoba, on the basis of analysis of the text of *Wealth of Nations*, came to the conclusion that the words ‘nature’ and ‘natural laws’ play in this text the same role as the words ‘God’ and ‘Divine Laws’ played in traditional theological texts (Waterman, 2004). This substitution allowed Smith to present the social world as analogous to the natural world with its “natural laws”. *Wealth of Nations* was the *first book* on *economics* to catch the public’s attention and it started the tradition of mainstream economics in justifying the *laissez-faire* belief, the founding belief of the capitalist institutional system.

In the United States the situation was similar. Harvard University founded as Harvard College in 1639 was at the beginning a Congregationalist educational establishment which trained Puritan ministers. “The purpose of higher education in pre-Civil War America was to teach piety and discipline. The vast majority of the faculty were involved in preaching and missionary work <...> The first American economics textbooks were written by clergymen, and a religious understanding of economic activity was pervasive. Capitalism and the laws of political economy were thought to be in harmony with the laws of god and consistent with the higher purpose of moral elevation” (Fourcade, 2009, p. 64). In Britain in the middle of the 19th century John Stuart Mill, being agnostic, transferred the legitimacy of political economy from religion to science. He characterised political economy as essentially an abstract science and its method as an a priori method. According to him “it reasons and must necessarily reason from assumptions, not from facts” (Mill, 1994, p. 56). For him, the model for an abstract science is geometry: “Geometry presupposes an arbitrary definition of a line, ‘that which has length but not breadth’. Just in the same manner does Political Economy presuppose an arbitrary definition of man” (Ibid.). On the basis of this methodology, mainstream economics takes its start with the marginalist revolution, which was the basis for the institutionalisation of economics in

Great Britain at the end of the 19th century. Marshall, the central figure in this institutionalisation, developed his vision of economics as a “science” very similar in its approach to moral and political philosophy. This type of economics was welcomed by American businessmen who at that time increasingly replaced clergymen on college and university boards of trustees (Coats, 1993 p. 440): “University leaders (presidents and boards alike) often favoured [economics and other social sciences] as ‘secular substitutes for religion’ and saw in them a continuation of the old courses in moral philosophy” (Fourcade, 2009, p. 66). In this way capitalism, together with the institution of university began to shape the institution of economics which led the profession of economists to present-day mainstream economics.

The link between scientific research and universities was first created in Germany at the beginning of the 19th century with the reforms of Wilhelm Humboldt, started in 1810 in the newly created University of Berlin. This university became the first so-called research university, i.e. research and educational establishment at the same time. University professors were allowed, and even obliged, to do their research inside the universities. The concept of Humboldt considered science not as something accomplished that teachers should transfer to students, but as “a problem which has not yet been solved” and the search for its solution should be unceasing. According to him “the university teacher is therefore no longer a teacher and the student no longer someone merely engaged in the learning process but a person who undertakes his own research, while the professor directs his research and supports him in it” (Humboldt, XIII, p. 261). German academic economists of the second half of the 19th century followed a natural sciences research tradition with their experimental method. They were affiliated with neither Smithian nor Marxian economics, which were based on Mill’s methodology with its a priori method. Both the scope and method of German economics were different from the economics of Smith and Marx. In the scope of their analysis there were not only quantitative variables such as production, consumption, labour, values, prices and capital, but above all qualitative entities: institutions; i.e. their rules and their beliefs. Gustav Schmoller, the leader of German economists at that time wrote: “The present-day economics (Volkswirtschaftslehre) has come to a historical and ethical conception of the state and society, quite different from that which had been formulated by the rationalism and the materialism. It is no longer a mere theory of market and exchange, a kind of political economy of business, which threatened to become a class weapon of the wealthy. It became once again a great political and moral science, which studies production of goods but also their distribu-

tion, the phenomena of exchange, but also economic institutions. It puts again the man in the centre of science, rather than goods and capital” (Schmoller, 1998, pp. 202 - 203). German economists of the second half of the 19th century have found a functional analogue to experimental research in natural sciences, what is called now qualitative research (Denzin and Lincoln, 2005).

Schmoller and his colleagues based their research on the assumption that “major sources of social regularity were common morals, ethics, and institutions” (Grimmer-Solem, 2003, p. 160). Thus, to understand socio-economic phenomena it was necessary “to study all those institutions that had emerged over time to constrain and mould individual behaviour into purposive action and social interaction” (Ibid.). This kind of study could be nothing more than an analysis of talk and texts of actors. The time had come for the discursive turn in economics. Schmoller believed that economic and social science had the same epistemology as natural science, with such the distinction that it should be hermeneutic. The discursive/hermeneutic stance of German economists of the 19th century had come into being under the influence of Wilhelm Dilthey, whose *Introduction to the Human Sciences* was highly rated by Schmoller [Schmoller, 1998, pp. 175 - 183]. German economists did their research collectively: They were organised in a Union for Social Policy (*Verein für Sozialpolitik*), a research body with the objective of providing scientifically derived information for politicians, the public, legislators and government officials, who would then use this ‘scientific’ information as a basis for policy decisions, and thereby not blinded by the fog of ‘partisan economics’ (Grimmer-Solem, 2003, p.179). Founders of this Union shared their general frustration with the mode of reasoning of classical economics “that seemed wholly at odds with the positivist and materialist scientific climate of the time when the natural sciences were celebrating success upon success by working empirically” (Ibid., p.123). Thanks to this Union in the community of German economists, good professional practice became identified with empirical research. The Union guided and organised economic research by its agenda-setting standing committees of annual conferences. These conferences were not just meetings of members of the profession sharing with each other results of their research. These conferences were places of debate of *commissioned studies*. “In advance of conferences, the Union’s standing committee held meetings to nominate and vote on the subjects to be discussed at the conferences. Sets of questions were then raised and parameters set for research and fieldwork (or in the case of surveys, detailed questionnaires were drafted and sent out) by a commissioned expert, and increas-

ingly, groups of experts. The results of these investigations and surveys would then be compiled into summary studies which were circulated before conferences <...> Following the conferences, commissioned studies were published in the Union's monograph series" (Ibid., p. 69 -70). The German institution of economics, with this Union as its integral part, was created under the leadership of Schmoller collaborating very closely with the government of Bismarck.

In the United States, an institution of economics in the form of Wisconsin Institutionalism was in many respects similar to the German one. The role of Schmoller was played by John R. Commons who saw the sources of socio-economic regularities in law and ethics (Commons, 1934b). He collaborated very closely with the administration of the governor/senator of the state of Wisconsin, Robert La Follette. In Wisconsin, the German model has even been improved: in addition to historical and monographic research, researchers began to use a technique which was later called Action Research. It was done under the auspices of the Wisconsin Industrial Commission, which served as a laboratory for the Commons' group where they did their investigations. Richard Ely, initially teacher and later boss of Commons, is known now almost exclusively as the founder of the American Economic Association. It is not widely known that Ely and his colleagues, who obtained PhD degrees in economics in Germany, wanted to create an American version of the Schmollerian Union, but they had failed to do so because of the strong resistance they met. Ely transmitted to Commons the Schmollerian method of research which included, as a central element, direct contacts with actors and the Humboldtian method of university teaching; that is the involvement of students in the research process. Ely has witnessed: "He [professor Commons] kept in touch, on one hand, with labour and, on the other, with the management of industry. He mingled with all classes of people. He introduced to his classes people <...>, who were regarded as very dangerous radicals. To him, these people were simply human representatives, whom his students should know face to face. On the other hand, he was just as eager to have his classes know capitalists and leaders of industry. He could admire a labour leader; he could understand the slugger; and he had a great admiration for the big industrial leaders. In order to understand their point of view, he became a member of the Wisconsin Industrial Commission, while on a leave of absence from his university duties" (Ely, 1938, pp. 187 – 188). As Philip Mirowski wrote: "Many of the economic functions of the US government that we take for granted today were the handiwork of Commons and his students in the first half of the twentieth century" (Mirowski, 1987, p. 1027).

John Commons called interviewing “the prime method of investigation” (Commons, 1934a, p.106). He made case studies of the past and present. In Wisconsin University Commons offered a course based mainly on the study of reported legal cases, involving a correlation of law, economics and psychology. He wrote: “Academic teaching is merely brains without experience. The ‘practical’ extreme is experience without brains. One is half-baked philosophy – the other is rule-of-thumb” (Commons, 1934c, p.160). The same research position also occupied Walton H. Hamilton from Michigan University, author of the term “institutional economics”, who devoted a special book, *The Case of Bituminous Coal*, to the study of the coal industry.

At the end of the 19th century many young American economists received their PhD degrees in German research universities. It was a time when a hostile coexistence between theology-like and research-oriented currents of economic thinking, with its origins in Germany, was yet possible in American universities. The institutionalisation of American economics had just started and punitive sanctions from outside of the profession were necessary to orient it in favour of the owners and managers of capital. As A.W. Coats indicates, “it is easy to understand why the shift of emphasis from teaching of established truths to the advancement of knowledge and the investigation of current problems was liable to generate frictions between the social scientists and certain segments of their audience” (Coats, 1993 p. 439). He explained these frictions in the following way: “The late nineteenth century was a time of disturbing economic, social, and political tensions, and the fact that the business community was generally getting a bad press when the economists were undertaking more thorough studies of their activities increased the likelihood that even the most objective and impartial enquiries would furnish ammunition for the innumerable critics of contemporary capitalism <...> Laissez-faire and conservative social Darwinism were still the ruling beliefs among members of the social and business elites, whereas many of the younger social scientists were reformers who regarded uninhibited individualism and unfettered competition as the cause of many, if not most, current economic and social evils” (Ibid., pp. 439 – 440). The historian Mary O. Furner witnessed: “By the mid-1870s laissez-faire economists had consolidated their control of the discipline in the colleges. Economics had become a science of wealth and a useful justification for entrepreneurs who were reaping the fruits of an expanding economy. Prominence as an economist depended on faithfulness to the laissez-faire system, not on training or demonstrating scientific ability <...> laissez-faire was more than a mere test of economic orthodoxy. It was used to decide whether a man was

an economist at all” (Furner, 1975, p. 39 - 40). Academic freedom was trampled: “During the wave of academic freedom cases that spanned from the 1890s to the 1910s, many economists came under sharp public attack for promoting views that offended powerful constituencies in matters as varied as the labour movement, free silver coinage, public utility franchises, or fiscal policy” (Fourcade, 2009, p. 79). The profession of academic economists “became increasingly accountable to external control (such as boards of trustees and university administrators, or state legislatures in the case of public universities) <...> The turn-of-the-century political attacks against progressive social scientists set the limits of acceptable behaviour and drove them to confine their scholarship to ‘safe’ intellectual ground” (Ibid.). Neoclassical economics and especially in its mathematical form in this period “was ideal for serving such ground. That is the reason why it became an “attractive research strategy by American economists, especially by the younger generations who had to create a position for themselves” (Ibid., pp. 79 – 80). In this way capitalism, together with the universities, continued to shape the institution of economics which led the profession of economists to the present-day mainstream economics.

Economists such as Richard Ely and John Commons did not share the laissez-faire belief, they opposed to it Christian ones. One of the factors influencing the institutional evolution of the discipline of economics in the United States was the demise of the Social Gospel movement and the use of the image of science to legitimate conservative opinions (Bateman, 1998). The discourse of Social Gospel movement concerning religion, social justice and welfare was substituted by the discourse of conservative economists about science, efficiency, and free enterprise. The role of advocates of Social Gospel movement in economics was important: “Not all American economists in 1920 would have happily identified with the whole range of Ely’s and Commons’s work <...> but in the glow of the Social Gospel’s golden years, historical and institutional approaches were accepted and respected” (Ibid. p. 41). acceptance and respect disappeared, or at least decreased, with the switch from the image of science as an experimental activity to a purely theoretical one, in which just the fact of using mathematics already signifies its scientific character: “Whereas institutional economics seemed perfectly ‘scientific’ in 1922, by 1947, it was no longer unquestionably regarded as such” (Ibid., p. 48). Academic freedom in the case of the discipline of economics is very relative: “During the twentieth century, there have been primarily four patrons of economics: higher education, the government, the business community, and charitable foundations” (Goodwin, 1998, p. 54).

Practically all of them contributed, including by selective financing, to the gradual diminution of the weight of any current of economic thought different from neoclassical and considered as troublemaking (Ibid., pp. 78 – 79). All this led to the situation characterised recently by Joseph Stiglitz: “Economics has moved – more than economists would like to think – from being a scientific discipline into becoming free market capitalism’s biggest cheerleader. If the United States is going to succeed in reforming its economy, it may have to begin by reforming economics” (Stiglitz, 2010, p. 238).

The British universities channelled the institutionalisation of economics towards its mathematization because “mathematics [considered as a heritage of Antiquity] throughout the nineteenth century reigned at Cambridge as a fundamental component of the prestigious tripos examination system” (Fourcade, 2009, p. 149). In this intellectual atmosphere, it is the connection of a discipline with the mathematical method, and not with the experimental one, which was the decisive sign of the truly “scientific” character of the discipline. In order ‘to merit’ this indication, British economists were oriented to “the progressive elimination of most inductive and historical elements from the core of political economy, and concomitant ascendancy of the deductive method” (Ibid.). This direction of the institutionalisation of economics was very closely connected with the *first founding belief of the community of mathematicians* expressed by Galileo: “Philosophy is written in that great book which ever is before our eyes -- I mean the universe -- but we cannot understand it if we do not first learn the language and grasp the symbols in which it is written. The book is written in mathematical language, and the symbols are triangles, circles and other geometrical figures, without whose help it is impossible to comprehend a single word of it; without which one wanders in vain through a dark labyrinth.” [quoted in (Burt, 1954, p. 75)] As was brilliantly shown by *Philip Mirowski*, historian and philosopher of economic thought at the University of Notre Dame, neoclassical economics has its mathematical origins in thermodynamics: “The supposed mystery of the ‘simultaneous discovery’ of neoclassical economics in the 1870s and 1880s is dispelled when it is realized that energy physics has filtered down to some textbooks by the 1860s, and is rapidly becoming the primary metaphor for the discussion of the physical world” (Mirowski, 1989, p. 217). The formulation of neoclassical theory in the 1870s was just a “metaphorical appropriation of the analytical structure of mid-nineteenth century physics. Neoclassical economics is thus seen not as a “discovery,” but as an arbitrary imposition onto social reality of a paradigm taken from an alien field of knowledge” (Carlson, 1997, p. 741). Paul Samuelson continued this meta-

phorical practice. His working method was the same: to reproduce the application of mathematical methods in physics to economics. Samuelson was not a physicist but he “had an acquaintanceship with scores of leading world mathematicians and physicists” and received “essential hints” for his work from a thermodynamicist (Samuelson and Barnett, 2007, p. 155). This working method is a caricature of the Newtonian method: “Samuelson’s signature method of economic theory, illustrated in his *Foundations* (1947), seems to follow two rules which can also be said to characterize much of Neoclassical economics since then: With every economic problem, (1) reduce the number of variables and keep only a minimum set of simple economic relations; and (2) if possible, rewrite it as a constrained optimization problem” (Ibid., p. 144); “By modelling economic agents in this way, he hoped to be able to predict their behaviour in much the same way that physicists predicted the behaviour of physical objects” (Szenberg, Gottesman and Rarattan, 2005, p. 21).

What attracted those who mastered and loved mathematics in economics? I suppose it was, and continues to be, the ease with which they can be evaluated higher in the profession of economics than in the profession of mathematics. Because of the tradition, coming from the University of Cambridge, to consider the application of mathematics as a summit of “scientificity”, it was very attractive to enter the scientific community via economics with more chance of succeeding and with far less effort than it would have been required in mathematics or physics. Once Samuelson said: “I became an economist quite by chance, primarily because the analysis was so interesting and easy” (Szenberg, Gottesman and Rarattan, 2005, p. 33). It was as easy “as fishing in a virgin Canadian lake. You threw in your hook and out came theorem after theorem” (Samuelson and Barnett, 2007, p. 154). In my opinion, it was the comparative easiness of Samuelson’s version of working on papers for professional journals and teaching their type of economics which was one of the important causes of the final victory of their line of economic thought over interpretive/historical institutionalism in economics. The interpretive/historical institutionalist version of teaching economics, by the involvement of students in research concerning burning socio-economic-political problems, requires from professors much more effort than just repeating, with no very great changes, quite simple mathematical constructions and supervising solutions by students of numerical examples illustrating these constructions. Those university graduates with a good mathematical background who are looking for a job valorising their mathematical skills could be very much attracted by the profession of academic economists in its neo-

classical version. As a result of the fact that representatives of the profession who tried to carry out research concerning burning socio-economic-political problems were persecuted by powerful forces from outside of the profession, the profession became unattractive for those who aspired to carry out socially useful research and teaching oriented to the understanding of economic reality. As a consequence, “craftsmen”⁸² became a majority in the profession of academic economists and could then control its neoclassical purity without frequent punitive sanctions (coming, for example, from members of university boards of regents) towards dissidents. According to Berger and Luckmann in this case the institutionalisation is successful (*Berger and Luckmann, 1991*).

After World War II a very close interaction between the community of economists and that of mathematicians (Weintraub, 2002) resulted in the adoption by economists of two other founding beliefs shared by mathematicians. Their *second founding belief* is the aesthetic character of mathematics⁸³. Paul Krugman expressed it in the following way: “As I see it, the economics profession went astray because economists, as a group, mistook beauty, clad in impressive-looking mathematics, for truth”⁸⁴. The *third founding belief* of the majority of the mathematicians coming from David Hilbert, and reinforced by Nicolas Bourbaki⁸⁵, is the opinion that mathemat-

⁸² I call an economist “craftsman” if she/he shares the following belief: “The profession of academic economist is just a profession as any others. In a profession, to do your work properly means to respond to expectations of your employers, clients and colleagues. The academic economist produces theoretical constructions, beauty of which brings him satisfaction only in case of a good rewarding of his productive activities”.

⁸³ “Mathematics, rightly viewed, possesses not only truth, but supreme beauty — a beauty cold and austere, like that of sculpture, without appeal to any part of our weaker nature, without the gorgeous trappings of painting or music, yet sublimely pure, and capable of a stern perfection such as only the greatest art can show. The true spirit of delight, the exaltation, the sense of being more than Man, which is the touchstone of the highest excellence, is to be found in mathematics as surely as poetry.” (Russell, 2011, p. 60)

⁸⁴ *The New York Times*, 2 September 2009.

⁸⁵ Nicolas Bourbaki is the collective pseudonym under which a group of (mainly French) 20th-century mathematicians wrote a series of books presenting an exposition of modern advanced mathematics, beginning in 1935.

http://en.wikipedia.org/wiki/Nicolas_Bourbaki

ical constructions must not necessarily have connections with reality (Leonard, 1997). One of the greatest mathematicians of the 20th century Vladimir Arnold⁸⁶ opposed Bourbakism and “was an outspoken critic of the trend of high levels of abstraction in mathematics during the middle of the last century. He had very strong opinions on how this approach—which was most popularly implemented by the Bourbaki school in France—initially had a negative impact on French, and then later other countries', mathematical education”⁸⁷. He spoke about the danger of fetishising theorems in modern mathematical textbooks: “I even got the impression that scholastic mathematicians (who have little knowledge of physics) believe in the principal difference of the axiomatic mathematics from modelling which is common in natural science and which always requires the subsequent control of deductions by an experiment” (Arnold, 1998, p. 229). One of the Arnold’s papers entitled “Mathematical Epidemics of the 20th century” begins with the sentence: “modern formalized education in mathematics is dangerous for all mankind”⁸⁸. Bourbakism has strongly influenced mainstream economics (Weintraub and Mirowski, 1994) which, as the crisis which started in 2007 demonstrated, is certainly also dangerous for all mankind.

Usual accusations against the German historical school and American institutionalism at the turn of 19th and 20th centuries lie in the absence of theories. Now economics is understood as the theory, or at best as theories. To get a professional training in economics means primarily to learn economic theories. To practice research means either to construct/improve theories or to apply them⁸⁹. It does not correspond at all to the understanding of research

⁸⁶ http://fr.wikipedia.org/wiki/Vladimir_Arnold

⁸⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Vladimir_Arnold

⁸⁸ http://www.mccme.ru/edu/index.php?ikey=viarn_mat_epidem

⁸⁹ An alternative paradigm for economic research and teaching is proposed in (Yefimov, 2010b; 2011a; 2011b). It is based on Rom Harré’s design for social sciences (Van Langenhove, 2010). We can speak about social regularities only in relation to a particular community. Social regularities concerning any human community come from the fact that members of this community act according to certain common rules accepted in this community and supported by common beliefs shared by these members. It means that knowledge about social (economic) regularities cannot be universal but only local in space and time. Using statistical data economists rely on the quantitative (statistical) monitoring. It should be supplemented by the qualitative (institutional) monitoring. Any economic research bringing an understanding of economic phenomena should inevitably be

activities in natural sciences⁹⁰. Apparently neither Bruno Latour nor Karin Knorr-Cetina, who investigated research practices in natural sciences, would agree with Milton Friedman's famous statement: "A theory is the way we perceive 'facts', and we cannot perceive 'facts' without a theory" (Friedman, 1953, p. 34). Some sincere mainstream economists do not agree with Friedman either: "By regularities I mean phenomena that appear repeatedly in similar environments at different points in time and at different locations. I have the impression that as economic theorists, we hope that regularities will miraculously emerge from the formulas we write leisurely at our desks. Applied economists often feel the need for a model before they mine data for a pattern or regularity. Do we really need economic theory to find these regularities? Would it not be better to go in the opposite direction by observing the real world, whether through empirical or experimental data, to find unexpected regularities? Personally I doubt that we need pre conceived theories to find regularities." (Rubinstein, 2006, p. 873) The construction and use of a priori abstract theories is the main cause of the failure of economics to bring to people knowledge/understanding of the socio-politico-economic world in which we live. Above cited Ariel Rubinstein confesses: "I believe that as an economic theorist, I have very little to say about the real world and that there are very few models in economic theory that can be used to provide serious advice" (Ibid., p. 881). Can you imagine that, for example, Werner Heisenberg could say something similar? However the author of this declaration is not a marginalised member of the community of academic economists, but its very honourable member: the text is part of his Presidential Address to the Econometric Society made in 2004. In his paper-confession, he continues: "As economic theorists, we organize our thoughts using what we call models. The word "model" sounds more scientific than "fable" or "fairy tale" although I do not see much difference between them" (Ibid.); "What are we trying to accomplish as economic theorists? We essentially play with toys called models. We have the luxury of remaining children over the course of our entire professional lives and we are even well paid for it. We get to call ourselves economists and the public naively thinks that we are improving the

based on this monitoring [see examples of this kind of research in (Bewley, 1999) and (Yefimov, 2003)]. Economics students should study results and techniques of this type of monitoring and research.

⁹⁰ See (Latour and Woolgar, 1979); (Knorr-Cetina, 1991; 1999); (Latour, 1988; 2000).

economy's performance, increasing the rate of growth, or preventing economic catastrophes. Of course, we can justify this image by repeating some of the same fancy sounding slogans we use in our grant proposals, but do we ourselves believe in those slogans?"(Ibid., p. 865). We can ask ourselves what is the reason for this confession? I suppose to find the answer in the following statements of the author: "I cannot ignore the fact that our work as teachers and researchers influences students' minds and does so in a way with which I am not comfortable."(Ibid., p. 881); "I am a teacher of microeconomics. I am a part of the "machine" that I suspect is influencing students to think in a way that I do not particularly like."(Ibid., p. 877). The answer is very simple: Ariel Rubinstein is not very happy with the laissez-faire belief which is the founding belief of microeconomics. Most of his colleagues do not have this problem. The "fairy tale" nature of mainstream economics, based on mathematical models or not, is evident. Nevertheless many economists prefer not to see it.

References

1. Arnold, V. I. (1998) "On the teaching of mathematics". *Math. Surveys* 53, no. 1, pp. 229—236.
2. Bateman B.W. (1998) "Clearing the Ground: The Demise of the Social Gospel Movement and the Rise of Neoclassicism in American Economics". In (Morgan and Rutherford, 1998). pp. 29 –52.
3. Berger P. and T. Luckmann (1991). *The Social Construction of Reality*, London: Penguin Books.
4. Bewley T.F. (1999) *Why Wages Don't Fall during a Recession*. Cambridge, Massachusetts and London, England: Harvard University Press.
5. Blaug M. (1986) *Great Economists before Keynes*. London: Whitesheaf Books Ltd. 1986.
6. Burt E.A. (1954) *The Metaphysical Foundations of Modern Science*. NY : Dover Publications.
7. Carlson M.J. (1997) "Mirowski's Thesis and the "Integrability Problem" in Neoclassical Economics", *Journal of Economic Issues*, Vol. XXXI, N° 3, September, pp. 741 – 760.
8. Charle Ch. et J. Verger. (2007) *Histoire des universités*. Paris: PUF. 2007.
9. Coats A.W. (1993) *The Sociology and Professionalization of Economics*. British and American economic essays. Volume II. London and New York: Routledge.
10. Commons J.R. (1934a) *Institutional Economics. Its Place in Political Economy*, reprinted New Brunswick: Transaction Publishers, 1990.

11. Commons J.R. (1934b) “The problem of correlating law, economics and ethics”, in *Recueil d'études sur les sources du droit en l'honneur de François Gény*, Tome III, Paris : Recueil Sirey, pp. 124-144.
12. Commons J.R. (1934c) *Myself. The Autobiography of John R. Commons*, reprinted Madison: The University of Wisconsin Press.
13. Denzin N.F. and Y.S. Lincoln (eds.), (2005) *Handbook of Qualitative Research*, Thousand Oaks: Sage Publications.
14. Ely R.T. (1938) *Ground under our Feet*. New York: Macmillan.
15. Fourcade M. (2009) *Economists and Societies. Discipline and Profession in the United States, Britain, and France, 1890s to 1990s*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
16. Friedman M. (1953) “Methodology of Positive Economics”, in Milton Friedman, *Essays in Positive Economics*, Chicago: The University of Chicago Press, pp. 3 - 43.
17. Furner M.O. (1975) *Advocacy & Objectivity: A Crisis in the Professionalization of American Social Science 1865-1905*. Lexington, Kentucky: University Press of Kentucky.
18. Goodwin C.D. (1998) “The Patrons of Economics in a Time of Transformation” in (Morgan and Rutherford, 1998). pp. 53 – 81.
19. Grimmer-Solem E. (2003) *The Rise of Historical Economics and Social Reform in Germany 1864 – 1894*. Oxford : Clarendon Press.
20. Heilbroner R. (1999) *The Worldly Philisophers*. New York: Tuchstone.
21. Humboldt, W. (1903 – 36) *Gesammelte Schriften: Ausgabe Der Preussischen Akademie Der Wissenschaften*. Bd. I—XVII, Berlin.
22. Keynes J.M. (1951) *Essays in Biography*. NY: W.W. Norton & Company Inc.
23. Knorr-Cetina K. (1981) *The Manufacture of Knowledge. An Essay on the Constructivist and Contextual Nature of Science*. Oxford, New York: Pergamon Press.
24. Knorr-Cetina K. (1999) *Epistemic Cultures. How the Sciences Make Knowledge*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
25. Lal D. (2002) *Free Trade and Laissez-Faire*. Working Paper Number 823. Department of Economics, University of California, Los Angeles.
26. Latour B. and S. Woolgar (1979) *Laboratory Life. The Social Construction of Scientific Facts*. Losangeles, London: Sage.
27. Latour, B. (1988) *The Pasteurization of France*. Cambridge Mass.: Harvard University Press.

28. Latour B. "When things strike back: a possible contribution of 'science studies' to the social sciences". *British Journal of Sociology*. Vol. 51, N° 1. pp. 107-123. 2000.
29. Leonard R. (1997) "Value, sign, and social structure: the 'game' metaphor and modern social science". *The European Journal of the History of Economic Thought*, Volume 4, Issue 2, pp. 299-326.
30. Mill J.S. (1994) « On the definition and method of political economy » (1836). in D.M. Hausman (Ed.) (1994) *The Philosophy of Economics*. Cambridge University Press.
31. Mirowski Ph. (1987) "The Philosophical Bases of Institutional Economics", *Journal of Economic Issues*, Vol. XXI, N° 3, September, pp. 1001 – 1038.
32. Mirowski Ph. (1989) *More Heat than Light. Economics as Social Physics: Physics as Nature's Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
33. Morgan M.S. and M. Rutherford (Eds.). (1998). *From Interwar Pluralism to Postwar Neoclassicism*. Durham and London: Duke University Press. 1998.
34. Rubinstein A. (2006) "Dilemmas of an Economic Theorist". *Econometrica*, Vol. 74, No. 4 (July), pp. 865–883.
35. Russell B. (2011). *Mysticism and Logic: And Other Essays*. London: Longman.
36. Samuelson P.A. and W.A. Barnett (2007) *Inside the Economist's Mind. Conversations with Eminent Economists*. Oxford: Blackwell.
37. Schmoller G. (1998) *Historisch-ethnische Nationalökonomie als Kulturwissenschaft*. Marburg: Metropolis-Verlag.
38. Stiglitz J. (2010) *Free Fall*. NY: W.W. Norton & Company.
39. Szenberg M. , Gottesman A. and L. Rarattan (2005) *Paul Samuelson. On being an Economist*. New York: Jorge Pinto Books, Inc.
40. Tribe K. (2002) *Historical Schools of Economics: German and English*. Keele Economics Research Paper No 2, Keele University.
41. Van Langenhove L. (Ed.). (2010) *People and Society. Rom Harré and designing the social sciences*. London and New York: Routledge.
42. Waterman A. M. C. (2004) *Political Economy and Christian Theology since the Enlightenment. Essays in Intellectual History*. New York: Palgrave Macmillan.
43. Weintraub E. R. and P. Mirowski (1994) " The Pure and the Applied: Bourbakism Comes to Mathematical Economics", *Science in Context*, Vol. 7, N° 2, pp. 245–72.

44. Weintraub E. R. (2002) *How Economics Became a Mathematical Science*. Durham; London: Duke University Press.
45. Yefimov V. (2003) *Economie institutionnelle des transformations agraires en Russie*. Paris: l'Harmattan.
46. Yefimov V. (2007) "Subject Matter and Method of Interpretive Institutional Economics", *Voprosi ekonomiki*, No 8, pp 49–67.
47. <http://ecsocman.hse.ru/data/987/634/1219/Yefimov-8-07.pdf>
48. Yefimov V. (2009) "Evolutionary analysis of the Russian Agrarian Institutional System", *Universe of Russia*, No 1, pp. 74 – 116.
49. http://ecsocman.hse.ru/data/132/363/1223/74-116_Efimov.pdf
50. Yefimov V. (2010a) "Russian agrarian institutional system (historic-constructivist analysis)", *Journal of Economic Regulation*, No 3, pp. 8 – 91. <http://humper.ru/journals/jer1.3.pdf>
51. Yefimov V. (2010b) « Vers une autre science économique (et donc une autre institution de cette science) », *Revue du MAUSS permanente*, May 10, (on line). www.journaldumauss.net/spip.php?article686
52. Yefimov V. (2011a) "Towards Discursive Economics: Methodology and history of economics reconsidered. Part 1. Another methodology of economic science", *Economic Sociology*, No 3, pp. 15 – 53. http://ecsoc.hse.ru/data/2011/05/31/1234590204/ecsoc_t12_n3.pdf#page=15
53. Yefimov V. (2011b) "Towards Discursive Economics: Methodology and history of economics reconsidered. Part 2. Another history of economics and contemporaneity", *Journal of Economic Regulation*, No 3, pp. 5 – 79. <http://institutional.narod.ru/papers/yefimov.pdf>

CURRENTS OF CURRENCY: CASH, CULTURE, AND THE MODERN CORPORATION

Ryan Burg

One of the central problems of business ethics, and of management in general, is a problem of control. Given a set of social or organizational objectives, how might we create a system of incentives, motivations, norms, and identities that promote the helpful productive activities of participants? The market is a general solution to this problem insofar as it coordinates individual activities through prices. Though markets are an imperfect solution, their chief advantage is a relatively flexible coordinating structure that quickly adjusts to changing perceptions of what is valuable.

Economic sociology has taken these changing perceptions as a central subject in trying to understand the social processes of valuation. Research on economies of worth document the many ways that markets are embedded within social structures, status hierarchies, and distinctive cultural systems of value. Which of these frameworks will be deployed within a given situation depends upon the habits and traditions of value deployed by a given group of people with respect to a given object of value.

In this presentation I will argue that the dominance and persistence of cash within an economy is a basic manifestation of a commodity value orientation. When cash is king, fragile values are threatened by a disregard for the origins of valued objects. But other economies are developing a different approach by moving towards transactional regimes in which paper currency transactions are rare. Technologies to transact through phones or cards are at first an innovation of convenience, but they come with a new accountability structure for economic life.

The final portion of my presentation will describe how accountability in a cash economy differs from accountability in a post-cash economy. Russia's banks utilize relatively sophisticated telebanking systems that make online payments possible, but only the largest firms utilize these services. Many others try to deal exclusively in cash. The governance limitations of a cash economy may justify a move away from cash, but the question of how to change a cash culture into a traceable transaction culture hinges on two major challenges: first, the challenge of building the institutionalized trust necessary to get individuals to move their valued assets out of the informal economy and second, the challenge of working beyond the resistance of the informal sector whose business models are not viable in the informal economy. I will discuss these challenges and the opportunities for managerial innovation towards a more responsible business environment, focusing on the challenges ahead for businesses in Russia and in the United States where financial services firms face similar issues.

Научное издание

XIII Международная конференция

ИСТОРИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ МЫСЛИ И БИЗНЕСА

ЭТИКА БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА:
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ

Москва, МГУ имени М.В.Ломоносова,
экономический факультет
27-29 июня 2012 г.

Материалы конференции

Редактор – М.В. Васильев
Верстка – М.В. Васильев
Обложка, фото на обложке – М.В. Васильев

Печать цифровая
Подписано в печать 14.06.2011
Формат 60 x 88/16. П.л. 13,63. Тираж 100 экз.
Заказ 68

Отпечатано в типографии Академии повышения квалификации
и профессиональной переподготовки работников образования.
125212, Москва, Головинское шоссе, д. 8, корп. 2

**Свирепость российских законов смягчается
всеобщим их неисполнением
Карамзин Н.М.**



Уже стало традицией российским и зарубежным специалистам в области управления собираться в стенах Московского Университета на международных конференциях по Истории управленческой мысли и бизнеса для обсуждения актуальных проблем управления.

За эти годы были проведены конференции по следующим проблемам: «Развитие концепций управления» (1996 г.), «Реструктуризация предприятий в переходной экономике: теория и практика» (1998 г.), «Государство и предпринимательство» (2000 г.), «Развитие кадров управления» (2001 г.), «Проблемы измерений в управлении организацией» (2002 г., 2003 г.), «Научные концепции и реальный менеджмент» (2004 г., 2005 г.), «Российская модель управления» (2008 г.), «Национальные модели управления» (2009 г.), «Бизнес-модели: вчера, сегодня, завтра» (2010 г.), «Социальная ответственность бизнеса и этика менеджмента» (2011 г.)

Последняя конференция вызвала большой интерес и собрала около 100 российских ученых, преподавателей, аспирантов и студентов, а также профессоров и исследователей из Украины, Беларуси, Казахстана, Wharton School University of Pennsylvania (USA), York University (Canada), университетов Португалии и Южной Кореи, Международного «Центра деловой этики и корпоративного управления». Участники конференции единодушно поддержали идею продолжить обсуждение проблем этики бизнеса и менеджмента на очередной конференции.

В конференции выразили желание участвовать преподаватели, научные сотрудники, менеджеры, специалисты, аспиранты, магистры и студенты из Москвы, С.Петербурга, других регионов и вузов России, а также специалисты из Украины и США.

**Председатель Оргкомитета,
Заслуженный профессор
МГУ имени М.В.Ломоносова**

Маршев В.И.