

На правах рукописи

Ивашенко Глеб Геннадьевич

Развитие взглядов на этику бизнеса в пореформенной России XX века

специальность 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством:
менеджмент

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Москва – 2014

Работа выполнена на кафедре управления организацией экономического факультета Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова

Научный руководитель:

Маршев Вадим Иванович

доктор экономических наук, профессор кафедры управления организацией экономического факультета Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова

Официальные оппоненты:

Коротков Эдуард Михайлович

доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и инновационных технологий управления Института инновационного управления экономики ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления» (ГУУ)

Савелёнок Евгений Алексеевич

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента инноваций Института менеджмента инноваций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

Ведущая организация:

ФГБОУ ВПО «Российский государственный гуманитарный университет» (РГГУ)

Защита диссертации состоится « 6 » ноября 2014 г. в 15.30 на заседании диссертационного совета Д501.002.02 при МГУ имени М.В. Ломоносова по адресу: 119991, ГСП-1, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 46, ауд. 4.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке МГУ имени М.В. Ломоносова.

Объявление о защите и автореферат диссертации размещены « 4 » сентября 2014 г. на официальном сайте Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки РФ по адресу: vak.ed.gov.ru и экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова по адресу: econ.msu.ru.

Автореферат разослан « » октября 2014 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
к.э.н., доцент

В.Г. Попова

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Современный деловой мир с каждым годом становится все более глобализированным и сложным. Все больше взаимосвязей возникает между участниками экономических отношений, все сложнее становятся системы контроля этих отношений. В этих условиях перед теоретиками и практиками менеджмента с новой силой встают такие вопросы, как доверие между деловыми партнерами, прозрачность отношений между работниками и работодателями, ответственность бизнеса перед персоналом, потребителями и обществом в целом, честность конкуренции, прозрачность бизнеса, забота промышленных предприятий об окружающей среде, борьба с коррупцией, преимущество интересов акционеров перед личными и интересами топ-менеджеров. Эти и другие вопросы, лежащие в рамках этики бизнеса, все чаще поднимаются как в академической среде, так и в среде бизнесменов и менеджеров, сталкивающихся с этическими проблемами в повседневной практике.

Ввиду указанной важности этики бизнеса как составляющей части процесса управления предприятием, вопросы, лежащие в предметной области этики бизнеса как научно-практической дисциплины активно разрабатывались и исследовались с самых давних времен и по сегодняшний день. Сегодня в многочисленных зарубежных и отечественных научных публикациях, статьях в деловых изданиях и в бизнес-литературе изложены разносторонние взгляды на современные проблемы менеджмента в сфере этики бизнеса, на преимущества этического поведения в деловой жизни, на методы повышения этичности поведения менеджеров и линейного персонала и т.д.

Однако в России детальное изучение проблем этики бизнеса в рамках теории управления ведется относительно недавно. Активная дискуссия о проблемах российской этики бизнеса развернулась в работах отечественных ученых лишь в 90-е годы (иными словами, пореформенный период) XX века, когда, в силу кардинальных преобразований в политической, экономической, социальной, идеологической и многих других областях наша страна перешла на новую для себя рыночную систему хозяйствования, в которой бизнес, ранее

уголовно преследуемый, стал занимать ключевую роль в обеспечении экономической устойчивости и роста. Активное развитие бизнеса и, следовательно, менеджмента и этики бизнеса как его части, создало основания для появления в области отечественной гуманитарной науки этики бизнеса как дисциплины, которая также испытывала бурный рост. Такое развитие этики бизнеса как дисциплины в 90-е годы XX века, во-первых, влияло на дальнейшее формирование бизнеса и управленческой культуры, поскольку привлекало общественное внимание к его этической составляющей и способствовало появлению рекомендаций в области совершенствования этой составляющей, а во-вторых, позволило создать научный фундамент для отечественных исследователей этики бизнеса как составляющей части менеджмента в более поздние периоды. Исследование развития российской этики бизнеса как научной дисциплины в 90-е годы XX века позволит не только систематизировать накопленные в рассматриваемый исторический период знания, но и выявить те факторы ее развития, которые, в конечном итоге, обуславливают сегодняшнее развитие этики бизнеса и как дисциплины, и как составляющей теории управления и бизнес-практики. Таким образом, тема развития взглядов отечественных исследователей пореформенного периода XX века на этику бизнеса представляет значительный интерес в условиях сегодняшней актуализации этической проблематики, как в теоретическом, так и в практическом поле менеджмента.

Степень разработанности проблемы. Специальные исследования, посвященные развитию отечественной этики бизнеса как системы взглядов в пореформенный период XX века, практически отсутствуют. Тем не менее, существует широкий спектр научной литературы, описывающей различные аспекты темы настоящей работы.

Общим вопросам проведения историко-научных исследований, а также специфике выявления этапов процесса возникновения, развития, борьбы и смены научных школ, теорий и концепций в истории науки посвящали свои работы такие авторы, как Б.Т. Алексеев, А.В. Гулыга, Т.Дональдсон, Б.М. Кедров, Н.И. Кузнецова, Т. Кун, И. Лакатос, С.А. Лебедев, О.В. Макашова, Л.А.

Маркова, В.И. Маршев, С.Р. Микулинский, Э.В. Островский, М.А. Розов, В.И. Стрельченко А.П. Федяев и другие.

Вопросам историко-управленческих исследований посвящали свои работы такие авторы, как Д.Н. Бобрышев, Е.А. Волкова, Л.В. Дегтярева, Н.В. Дремков, О.А. Журова, Р.Ш. Закиров, В.Н. Ковнир, И.Н. Макашов, В.И. Маршев, А.А. Рудский, Т.П. Хохлова.

Вопросами проведения историко-научных исследований в области этики бизнеса занимались В.К. Борисов, О.С. Виханский, Т.Дональдсон, М.Л. Лучко, В.И. Маршев, Ю.Ю. Петрунин, А.Л. Семенов, Д.Фритцше.

Однако, ряд вопросов, аспектов, проблем остался не исследован. В частности, можно говорить о практическом отсутствии работ, посвященных историко-научному аспекту отечественной этики бизнеса. Требуется подробной разработки вопрос эволюции взглядов отечественных исследователей этики бизнеса в такой важнейший для развития данной дисциплины период, как 90-е годы XX века (иными словами, *пореформенный период XX века*), когда, в результате кардинальных перемен в социально-экономическом укладе нашей страны и перехода ее от плановой к рыночной экономике, предпринимательская деятельность стала играть ключевую роль в новой системе хозяйствования.

С учетом вышесказанного определены цель и задачи диссертационного исследования.

Целью настоящей диссертации является исследование развития взглядов на проблему этики бизнеса в пореформенной России XX века, а также выявление факторов, детерминировавших это развитие.

Для достижения поставленной цели были поставлены и решены следующие **задачи**:

1. Сформулировать методологические основания историко-научного исследования эволюции взглядов на этику бизнеса пореформенный период России XX века как научно-практической дисциплины
2. Проанализировать и систематизировать источники, содержащие взгляды российских исследователей этики бизнеса как научно-практической дисциплины 90-х годов XX века.

3. Сформулировать парадигмальные характеристики этики бизнеса как научно-практической дисциплины, формировавшейся в пореформенный период XX века.

4. Выявить и оценить факторы развития отечественной этики бизнеса как системы взглядов в рассматриваемый исторический период.

Предметом исследования является процесс возникновения, развития, борьбы и смены научных школ, теорий и концепций этики бизнеса.

Объектом исследования являются различного рода письменные источники пореформенного периода XX века, содержащие взгляды, управленческие концепции, теории российских ученых и отечественные научные школы этики бизнеса.

Теоретическая и методологическая база исследования. Теоретическую базу исследования составляют труды отечественных и зарубежных авторов, посвященные этике бизнеса как реальному явлению и дисциплине, описывающей это явление, а также труды, посвященные истории этики бизнеса.

Методологическая база исследования основывается на общетеоретическом подходе к всестороннему анализу объекта и предмета исследования. Для достижения целей исследования использовались такие методы, как факторный анализ, причинно-следственный метод, методы дедукции, синтеза, теоретических обобщений, сравнения и построения классификации.

Научная новизна исследования

1. На основе анализа научных работ отечественных исследователей по проблемам этики бизнеса пореформенного периода XX века, выделены основные направления разработки проблематики этики бизнеса отечественными авторами в рассматриваемый период. Взгляды исследователей в данной предметной области систематизированы по таким направлениям, как этика бизнеса в России в различные исторические периоды, современная (относительно авторов исследуемых работ, т.е. в пореформенный период XX века) ситуация в отечественной этике бизнеса, определение этики бизнеса, этика бизнеса как дисциплина, этика бизнеса и профессиональная этика, этика бизнеса

и общественная этика, основные ценности и нормы этики бизнеса, социальная ответственность бизнеса.

2. Впервые выявлены парадигмальные характеристики российской этики бизнеса как научно-практической дисциплины, формировавшейся в пореформенный период XX века.

3. Впервые выявлены, систематизированы и оценены факторы развития отечественной этики бизнеса как научно-практической дисциплины в пореформенный период XX века: *объективные факторы* (идеологический фактор, фактор парадигмальной аномалии, коммуникативный фактор, фактор обратной связи) и *субъективные факторы* (фактор актуализированной личной вовлеченности, фактор исторической личной вовлеченности), а также выделены главные атрибуты этих факторов.

Обоснованность и достоверность результатов исследования базируется на всестороннем изучении теоретической базы исследования. Анализ теоретической базы шел согласно дедуктивной логике, от общего к частному, что отразилось на логике работы: от рассмотрения этики в самом общем смысле, как раздела философии, совершается переход к рассмотрению профессиональной этики и далее – к этике бизнеса как реально существующему явлению, дисциплине и к истории развития этой дисциплины в России в 90-е годы XX века.

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Теоретическая значимость исследования состоит в развитии нового метода историко-научного исследования в области этики бизнеса как части теории менеджмента, а именно в доказательстве необходимости применения при анализе проблемы российской этики бизнеса пореформенного периода XX века *системы* теоретико-методологических оснований. В эту систему входит выработка онтологических, гносеологических, методологических и аксиологических оснований, применяемых при формировании научных теорий; проведение анализа исследуемого предмета в синхронической и диахронической плоскостях; применение кумулятивного (эволюционного) и парадигмального (революционного) аналитических подходов в изучении научных теорий; синтез

обеих концепций о движущих факторах развития научной теории - интернализма и экстернализма.

Кроме того, выявлены факторы развития отечественной этики бизнеса пореформенного периода XX века, их атрибуты и дана оценка их влияния на эволюцию взглядов отечественных исследователей этики бизнеса в рассматриваемый период.

Результаты работы могут быть использованы для проведения будущих исследований в области истории отечественной и мировой этики бизнеса как дисциплины, истории управленческой мысли, социальной ответственности бизнеса.

Практическая значимость заключается в возможности использования выявленных факторов развития этики бизнеса для сравнительного анализа в исследованиях, посвященных развитию гуманитарных дисциплин как в России, так и за рубежом в рассматриваемый и близкий к рассматриваемому исторические периоды. Вместе с тем, проведенный анализ и систематизация взглядов отечественных ученых могут быть использованы в формировании учебных курсов по истории управленческой мысли, этике бизнеса, социальной ответственности бизнеса для бакалавров и магистров, проходящих обучение по направлениям «менеджмент», «экономика», «политология», «социология» и др.

Соответствие диссертации Паспорту научной специальности. Содержание диссертационного исследования соответствует пункту 10.24. «История управленческой мысли. Зарождение и развитие взглядов на управление в рамках отдельных научных школ. Взаимосвязь между развитием теоретического осмысления управления и процессами, протекающими в экономических системах» Паспорта специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством: менеджмент.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертации обсуждались и докладывались автором на Международной научно-

практической конференции «РОССИЯ и СНГ: новые возможности стратегического партнерства»¹

Структура работы отражает цель, задачи и логику исследования и состоит из введения, трёх глав, заключения и библиографии.

Введение.

Глава 1. Этика бизнеса: теоретико-методологический анализ.

1.1. Понятия этики, бизнеса, этики бизнеса и профессиональной этики как категориальной основы анализа.

1.2. Проблема неэтичного поведения в бизнесе.

1.3. Методологические основы историко-научного исследования этики бизнеса.

Глава 2. Исследования предметного поля этики бизнеса в работах российских ученых в 90-е годы XX века.

2.1. Исследования этики бизнеса в российской практике в различные исторические периоды в работах российских ученых в 90-е годы XX века.

2.2. Исследования современной ситуации в этике российского бизнеса 90-х годов XX века.

2.3. Исследования дисциплинарного формирования этики бизнеса и ее роли в профессиональной и общественной этике в работах российских ученых в 90-е годы XX века.

2.4. Исследования ценностей и принципов бизнеса как основы формирования его этики в работах российских ученых в 90-е годы XX века.

2.5. Исследования проблемы социальной ответственности бизнеса в работах российских ученых в 90-е годы XX века.

Глава 3. Сравнительный анализ факторов развития взглядов на этику бизнеса в России 90-х годов XX века.

3.1. Развитие взглядов на этику бизнеса в России в 90-е годы XX века: синхронический и диахронический аспекты.

¹ Россия и СНГ: новые возможности стратегического партнерства // Материалы международной научно-практической конференции. Сборник научных статей РАНХиГС и ФБС СНГ / под общ. ред. А.Я.Быстрыкова, М.Г.Полозкова, О.В.Рыбаковой

3.2. Развитие взглядов на этику бизнеса в России в 90-е годы XX века: концептуальный анализ.

3.3. Оценка факторного влияния на развитие взглядов на этику бизнеса в России в 90-е годы XX века.

Заключение.

Библиография.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

1. Анализ и систематизация научных работ отечественных исследователей по проблемам этики бизнеса 90-х годов XX века.

В результате анализа массива работ российских исследователей этики бизнеса, вышедших в 90-е годы XX века, для систематизации содержащихся в указанных работах взглядов были выделены те направления изучаемых исследований, разработки которых авторами были наиболее результативными и значимыми для преодоления появившегося в рассматриваемой нами научной дисциплине парадигмальной аномалии. Выбранные направления также позволяют провести сравнительный анализ точек зрения разных авторов в том или ином аспекте. Выбранными направлениями являются:

1) *Этика бизнеса в России в различные исторически периоды* - для российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века история этики бизнеса как реальной управленческой практики в России в предшествовавшие периоды представляет возможность использовать опыт предыдущих поколений, пусть и относительно отдаленных от исследователей по времени, для того, чтобы выявить особенности российской этики бизнеса, ее отличительные черты, свойственные только нашей страны.

2) *Современная (относительно авторов исследуемых работ, т.е. в период 90-х годов XX века) ситуация в отечественной этике бизнеса* - этика бизнеса в России в первые годы рыночной экономики формировалась в очень сложных и противоречивых социально-экономических условиях. Реальная же управленческая практика участников бизнеса в те времена очень часто была сильно отдалена от общепринятых нравственных ориентиров, что во многом объясняет обеспокоенность российских ученых, старавшихся привлечь внимание научного сообщества и широкой общественности к неудовлетворительному состоянию отечественной этики бизнеса.

3) *Определение этики бизнеса* - открывшееся в начале рассматриваемого нами периода предметное поле этики бизнеса было довольно малоисследованным и несистематизированным. В этих условиях работа

отечественных авторов над формулировкой определения термина «этика бизнеса» являлась важной точкой опоры для дальнейшей исследовательской работы.

4) *Этика бизнеса как дисциплина* – актуальность изучения границ предметного поля этики бизнеса как научной дисциплины, в том числе в рамках теории управления, четкое отделение ее предмета от предметов других гуманитарных наук была обоснована, в первую очередь, необходимостью методологического формирования новой для России научной дисциплины, в частности, необходимостью ясного понимания тех направлений, по которым должно идти развитие данной дисциплины в будущем.

5) *Этика бизнеса и профессиональная и общественная этика* – определение места этики бизнеса в составе более всеобъемлющих этических явлений в общественной жизни – профессиональной и общественной этики, дает российским исследователям этики бизнеса в 90-е годы XX века более широкую исследовательскую перспективу на свой предмет и позволяет разрабатывать новые концепции этики бизнеса уже с учетом тех специфических черт, которые открываются при рассмотрении этических явлений разных масштабов и при переходах между этими масштабами.

6) *Основные ценности и нормы этики бизнеса* – составляют центральную часть большинства работ российских исследователей этики бизнеса. Системы норм и ценностей, которые, с точки зрения авторов, должны использоваться и соблюдаться менеджерами и другими участниками бизнеса, и обоснование необходимости использования и соблюдения именно этих норм и ценностей представляют собой важный вклад исследователей в изменение этики бизнеса в России как реального явления, а также в развитие российской этики бизнеса как дисциплины.

7) *Социальная ответственность бизнеса* – направление, к которому обращается множество российских исследователей этики бизнеса рассматриваемого периода, поскольку с переходом экономики страны с плановых на рыночные рельсы система социальных гарантий для населения кардинально меняется, в частности, функции государства в области социальной

сферы, которые до смены экономической системы включали в себя практически полный спектр социального обеспечения, с переходом к рынку коренным образом сокращаются. Особенно остро это сокращение отразилось на социальном обеспечении, наименее обеспеченных и защищенных групп граждан. Поэтому важность изучения российскими исследователями возможностей и преимуществ участия бизнеса в программах социальной ответственности и, в той или иной форме, в обеспечении нужд социальной сферы, трудно переоценить для рассматриваемого нами периода.

2. Парадигмальные характеристики российской этики бизнеса как научно-практической дисциплины, формирующейся в 90-е годы XX века.

В систему теоретико-методологических принципов для проведения историко-научного исследования эволюции взглядов на этику бизнеса в пореформенный период России XX века, сформулированную нами в процессе проведения настоящего исследования, входит, помимо прочего, использование кумулятивного (эволюционного) и парадигмального (революционного) подходов. Первый из них, кумулятивный (эволюционный), признает преемственность и инновационность в развитии научного знания, а также формирование научной теории посредством накопления знания, когда новая теория содержит в себе многие элементы предшествующего ей знания. Второй подход – парадигмальный, революционный, сторонником которого (и ярким противником кумулятивизма) был Т. Кун. Этот подход позиционирует процесс развития научного знания через смены парадигм, которые происходят как способ преодоления аномалий², приводящих к парадигмальным кризисам.

Для анализа описанной нами формирующейся теории этики бизнеса периода 90-х годов необходимо выбрать наиболее подходящий аналитический подход.

Анализируя этот период, мы, с одной стороны, можем наблюдать явные элементы парадигмального кризиса, ибо существовавшие к тому моменту в отечественной науке представления об этике никак не описывали этику бизнеса хотя бы в силу того, что такой объективной реальности в предшествующий

² Т. Кун. Структура научных революций. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003, стр 84.

исторический период просто не существовало. Появившийся к 90-м годам бизнес, а также стихийно возникающие в нем некоторые представления об этическом-неэтическом, никак не поддавались объяснению с позиций существовавшей этической парадигмы, что и дает нам основания говорить о наличии некоторой аномалии и парадигмальном кризисе.

С другой стороны, к началу 90-х годов в рамках отечественной гуманитарной науки и философии сформировались довольно четкие и зрелые представления об этике как таковой, об этичности и неэтичности, а также о роли этики в регулировании социально-экономических процессов. Эти научные знания, вне всякого сомнения, создали научно-методологическую основу для формирования новой парадигмы этики бизнеса, что свидетельствует о наличии элементов кумулятивизма в этом процессе.

В начале рассматриваемого нами периода в силу происходивших в России кардинальных метаморфоз во всех сферах социально-экономической жизни общества начались изменения в проблемном поле отечественной гуманитарной науки. Одновременно с радикальной реформой экономики, заменившей командно-административную систему рыночной, произошла легитимизация предпринимательской деятельности. Подобные перемены привели к тому, что все предметное поле, связанное с бизнесом, очень быстро приобрело высочайшую актуальность в сфере гуманитарных дисциплин.

Важное место в этом актуализировавшемся предметном поле занимала проблематика этики бизнеса. Находясь на пересечении теории управления, экономической теории и этики как науки о морали и нравственности, этика бизнеса как научная дисциплина стала стремительно развиваться вместе с развитием указанных дисциплин и всей российской гуманитарной науки.

В результате столь резких перемен в социально-экономической реальности в 90-е годы XX века перед российскими исследователями этики бизнеса открылся чрезвычайно широкий спектр проблем, требующих изучения. Разносторонность возникших проблем из области этики бизнеса и глубина проработки, которую требовали эти проблемы, особенно в области менеджмента, позволяет говорить о том, что в рассматриваемых нами период в

отечественной этике бизнеса как научной дисциплине сформировался парадигмальный разрыв, то есть такое состояние науки, когда объяснение реально наблюдаемых явлений не может быть осуществлено через понятийный аппарат прежней научной парадигмы, а понятийный аппарат новой парадигмы еще не сформировался.

Как было сказано выше, появление парадигмального разрыва, или парадигмальной аномалии, является одним из важнейших факторов развития взглядов российских исследователей на этику бизнеса в 90-е годы XX века. В частности, появление научных трудов, исследовавших предметное поле данной дисциплины, в рассматриваемый нами период шло нарастающими темпами вплоть до 1995 года, где оно достигло своего пика (рис. 1). В этот период идет наиболее активная работа отечественных авторов по преодолению появившегося парадигмального разрыва и формированию новой концептуальной призмы, через которую происходило рассмотрение всей проблематики этики бизнеса.

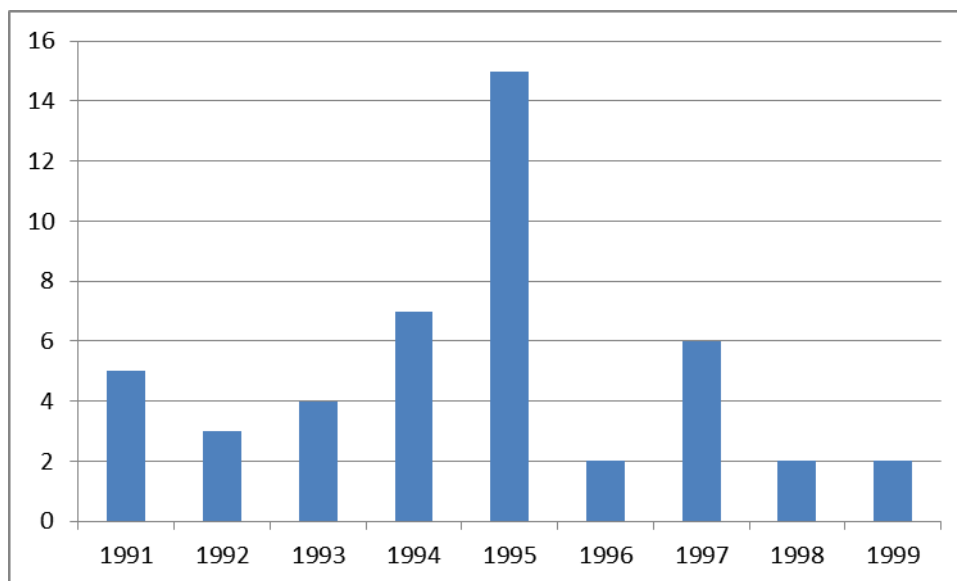


Рис.1. Динамика выхода работ, посвященных этике бизнеса, в 90-е годы XX века. Составлено автором.

Одной из важнейших характерных черт, свойственных сформировавшейся в рассматриваемый период новой парадигме этики бизнеса, является изменение негативного отношения к зарубежным представлениям о бизнесе и его этике на позитивное. Подобное изменение стало логичным продолжением упоминавшейся выше легитимизации бизнес-тематики, в том числе этики

бизнеса как научной дисциплины, в социально-гуманитарной среде. Вследствие этого зарубежный опыт ведения и изучения бизнеса становится для российских исследователей этики бизнеса источником как описания реальной бизнес-практики и практики управления этикой бизнеса в организации, так и опыта исследований различных проблем из предметной области этики бизнеса.

3. Выявление, систематизация и оценка факторов развития отечественной этики бизнеса как научно-практической дисциплины в 90-е годы XX века.

В систему теоретико-методологических принципов для проведения историко-научного исследования эволюции взглядов на этику бизнеса в пореформенный период России XX века, сформулированную нами в процессе проведения настоящего исследования, входит, помимо прочего, синтез обеих концепций о движущих факторах развития научной теории - концепции *интернализма*, рассматривающей в качестве главной движущей силой развития науки только присущие ей внутренние цели, средства и закономерности, а также считающий научное знание саморазвивающейся системой, независимой ни от каких внешних влияний, в том числе и социально-экономических, и концепции *экстернализма*, постулирующей, что основной движущей силой инновационного развития наук являются внешние факторы, такие, как социальные потребности общества, материальные и духовные особенности его развития, и так далее.

В результате анализа работ российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века нами, в рамках приведенных концепций о движущих факторах научной теории, были выявлены те факторы, которые, на наш взгляд, оказывали влияние на развитие взглядов отечественных ученых на этику бизнеса в рассматриваемом периоде. Для каждого фактора сформулированы его основные атрибуты, а также, на основе анализа частоты проявления того или иного фактора в работах российских ученых (табл. 1), дана оценка влияния каждого фактора на развитие взглядов российских исследователей на этику бизнеса (по следующей шкале оценок: *наибольшее влияние, большое влияние, умеренное влияние, наименьшее влияние*).

Таблица 1.

Частота проявления факторов развития взглядов российских исследователей на этику бизнеса в 90-е годы XX века в проанализированных работах.³

Фактор	Частота проявления фактора
Идеологический фактор	19
Фактор парадигмальной аномалии	19
Фактор актуализированной личной вовлеченности	13
Коммуникативный фактор	8
Фактор обратной связи	6
Фактор исторической личной вовлеченности	5

Выделенные факторы разделены на две основные группы:

- **Объективные факторы** – факторы, находящиеся вне научной дисциплины. К ним относятся

1. **Идеологический фактор** - влияние существующей идеологии на формирование научной концепции. Кардинальная и резкая смена идеологического курса в огромной по всем параметрам стране предопределяет специфику атрибутов идеологического фактора для отечественной этики бизнеса как дисциплины в 90-е годы XX века. Данный фактор оказал *наибольшее влияние* на развитие взглядов российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века.

2. **Фактор парадигмальной аномалии** - появление в социально-экономической реальности таких явлений, то есть аномалий, которые не поддаются научному объяснению методами существующей парадигмы. Данный фактор оказал *наибольшее влияние* на развитие взглядов российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века.

3. **Коммуникативный фактор** - снятие ограничений доступа к различным источникам информации, являвшимся в предыдущий исторический

³ Составлено автором

период недоступными как для большинства исследователей, так и для массовой аудитории. Данный фактор оказал *умеренное влияние* на развитие взглядов российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века.

4. **Фактор обратной связи** - возможность получения исследователями информации о реакции общества в целом или отдельных его групп на то или иное воздействие, либо на те или иные социальные явления и процессы. Данный фактор оказал *умеренное влияние* на развитие взглядов российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века.

- **Субъективные факторы** - зависят как от личности ученого-исследователя, так и от научного сообщества и даже от изменения ценностных ориентиров отдельных групп, вовлеченных в сложные процессы, формирующие этику бизнеса и как социально-экономический процесс, и как научную теорию.

1. **Фактор актуализированной личной вовлеченности** – непосредственное взаимовлияние тех событий, которые описывает исследователь в своей работе, и самого исследователя. Данный фактор оказал *большое влияние* на развитие взглядов российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века.

2. **Фактор исторической личной вовлеченности** - опосредованное влияние тех событий, которые описывает исследователь в своей работе, на формирование его научной концепции. Данный фактор оказал *наименьшее влияние* на развитие взглядов российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века.

Можно соотнести выделенные нами факторы с формами выражения этих факторов в работах российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века (табл. 2).

Таблица 2.

Соотнесение выделенных факторов с формами выражения этих факторов в работах российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века.⁴

Выявленные факторы	Формы выражения выявленных факторов в работах российских исследователей этики бизнеса в 90-е годы XX века
Идеологический фактор	• формирование новой экономической идеологии • легитимизация бизнеса в качестве нового основания экономического развития • формирование рыночных отношений • утрата командно-административной системой экономики своей ведущей роли • либерализация взглядов массового сознания • существование в обществе негативных нравственных оценок поведения российских бизнесменов • приход в российский бизнес людей с низкими моральными стандартами • использование религиозных воззрений и догм в качестве основания для формирования этики бизнеса
Фактор парадигмальной аномалии	• неразвитость отечественной гуманитарной науки в области этики бизнеса • появление в социально-экономическом опыте новых явлений, не поддающихся описанию прежней системой научных понятий • необходимость определения границ между предметной областью этики бизнеса и других гуманитарных наук • необходимость определения границ этики бизнеса и

⁴ Составлено автором

	профессиональной и общественной этики в социально-экономической практике • необходимость разработки норм и ценностей, входящих в состав новой парадигмы этики бизнеса
Коммуникативный фактор	• использование опыта западных исследователей по изучению этики бизнеса • приведение примеров работы коммерческих предприятий в условиях развитой рыночной экономики • открывшийся доступ к работам отечественных исследователей, ранее недоступным для исследователей • появление в России разнонаправленных СМИ
Фактор обратной связи	• усиление внимания к широкому спектру общественных реакций на идеологические и социально-экономические изменения в обществе, касающиеся сферы этики бизнеса • проведение опросов и социологических исследований, связанных с проблематикой этики бизнеса • актуализация в массовом сознании проблем, связанных с этикой бизнеса
Фактор актуализированной личной вовлеченности	• осуждение авторами нравственного произвола, происходящего в российском бизнесе • исследователи являются непосредственными свидетелями возникающих в российском обществе проблем, связанных с низким уровнем этики бизнеса (коррупция, криминализированность бизнеса, нечестная конкуренция и т.д.) • в рамках выдвигаемых концепций этики бизнеса формулируются моральные нормы и ценности, которые соответствуют понятиям авторов о морали и нравственности

	• озабоченность исследователей возникшим парадигмальным кризисом в области этики бизнеса • личные представления авторов о путях преодоления парадигмального кризиса
Фактор исторической личной вовлеченности	• обращение авторов к историческому опыту существования нравственных норм и ценностей в российском предпринимательстве разных периодов. • использование результатов анализа исторического опыта при формировании новых моделей этики бизнеса в современной России.

Процесс выделения вышеперечисленных факторов развития взглядов российских исследователей на этику бизнеса в пореформенный период XX века во многом обусловлен рассмотрением существовавшей в тот период социально-экономической реальности и того состояния, в котором находилась этика бизнеса как система взглядов, через призму всеобщего. Этот метод сводится к выявлению общих закономерностей и принципов функционирования и развития существующих в реальности явлений и процессов, составляющих предмет исследования, при одновременном исключении из поля зрения и практических задач исследователя подробного изучения отдельных фактов, роль которых в выделенных закономерностях хотя и может быть заметна, но не является, однако, в достаточной степени универсальной и общей для объяснения через нее исследуемых принципов. В данном случае применима максима, сформулированная К.А. Гельвецием: «Знание некоторых принципов легко возмещает незнание некоторых фактов»⁵.

Применение указанного метода рассмотрения через призму всеобщего в нашем исследовании, в свою очередь, требует выявления приведенных нами выше методологических оснований анализа проблемы российской этики бизнеса 90-х годов XX века, а именно онтологических, гносеологических, методологических и аксиологических оснований. Именно в контексте этих

⁵ Клод Адриан Гельвеций. Сочинения в двух томах. Том 1. Сост. и общ.ред. Х.Н. Момджяна. М.: Издательство «Мысль», 1973.

оснований, в их плоскости нами был реализован рационалистический подход к изучению выбранного нами предмета, выразившийся в использовании приведенных дедуктивных методов познания. Выделенные в итоге применения данной методики факторы развития взглядов отечественных исследователей на этику бизнеса в 90-е годы XX века могут претендовать, во-первых, на выражение всеобщих тенденций происходившего в рассматриваемый нами период процесса развития этики бизнеса как системы взглядов, и, во-вторых, на оценку сущности данного процесса.

Выявленные в процессе проведенного теоретического исследования тенденции развития взглядов отечественных исследователей на этику бизнеса в силу своего универсального и общего характера могут также свидетельствовать и иллюстрировать и общие тенденции, имевшие место в общественном сознании в России в рассматриваемый период, и, соответственно, общие тенденции развития отечественного менеджмента и российского общества в целом. Курс, взятый этикой бизнеса как научно-практической дисциплиной на развитие нравственной составляющей в зародившемся российском бизнесе, констатация необходимости преодоления парадигмального кризиса через выстраивание системы моральных норм и ценностей, лежащих в рамках новой, рыночной идеологии, а также признание принципиальной возможности построения в России гармоничной с этической точки зрения системы менеджмента и предпринимательства говорит о том потенциале, которым обладала зарождавшаяся в нашей стране в 90-е годы социально-экономическая система в самом широком масштабе ее рассмотрения.

III. ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Публикации в изданиях из перечня ведущих рецензируемых научных журналов:

1. Иващенко Г.Г. Этика бизнеса в современных условиях развития российской экономики // Экономика и управление собственностью, №4, 2012 (0,5 п.л.)
2. Иващенко Г.Г. Этика хозяйствования старообрядцев и протестантская хозяйственная этика: сходства и различия условий формирования и различия // Философия хозяйства, №6, 2012 г. (0,5 п.л.)
3. Иващенко Г.Г. Корпоративный этический кодекс как инструмент управления организацией // Микроэкономика, №1, 2013 (0,85 п.л.)
4. Иващенко Г.Г. Управление этикой в бизнес-организациях // Экономика и управление собственностью, №1, 2013 (0,5 п.л.)

Главы в монографиях:

1. Иващенко Г.Г. Этические проблемы современной экономики управления // Методологические проблемы социально-гуманитарных наук: монография. Под ред. Т.В. Науменко. М.: Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2013. (2,2 п.л.)

Публикации в прочих изданиях:

1. Иващенко Г.Г. Инновационные изменения как основа процветания организации в концепциях Г.Хэмела и Д. Траута // Credo New, № 2(62), 2010. (0,5 п.л.)
2. Иващенко Г.Г. Проблемы управления мотивационными процессами в современной бизнес-литературе // Общество. Государство. Политика. №4(12), 2010 (0,8 п.л.)
3. Иващенко Г.Г. Проблема этики бизнеса в современном экономическом пространстве // Россия и СНГ: новые возможности стратегического партнерства. Материалы международной научно-практической конференции (сборник научных статей). М.: Издательский дом «Научная библиотека», 2013. (0,5 п.л.)